

BAB I

PENDAHULUAN

1.2. Latar Belakang

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2006 adalah sebanyak 4,871 juta wisatawan mancanegara, yang berasal dari negara-negara seperti Singapura, Malaysia, Jepang, Korea, Taiwan, Australia, RRC, USA, Inggris, Belanda, dan negara-negara lain. Namun jumlah tersebut masih lebih sedikit dibanding tahun 2004 yang mencapai 5,321 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Dari kunjungan wisatawan mancanegara tersebut Indonesia mendapatkan devisa sebesar US\$ 4,448 juta, padahal pada tahun sebelumnya Indonesia mendapatkan devisa sebesar US\$ 4,521 juta. Sementara itu wisatawan nusantara (wisatawan domestik) juga mampu mendatangkan devisa sebesar Rp 78,67 triliun dengan total wisatawan sebanyak 114 juta orang (www.budpar.go.id).

Wisatawan yang datang ke Indonesia umumnya bertujuan untuk pergi berlibur (56,63%) dan bisnis (38,26%). Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan karena memiliki kekayaan wisata alam dan budaya yang tinggi. Dengan adanya akses yang semakin terbuka bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke Indonesia, hal ini akan mengakibatkan pada semakin banyaknya wisatawan yang datang. Saat ini alat transportasi udara menjadi alat transportasi yang paling banyak digunakan wisatawan, yaitu sebanyak 57,94%, transportasi laut 41,44%, dan sisanya melalui perjalanan darat sebanyak 0,62% (www.bps.go.id).

Pada tahun 2006 wisatawan yang datang ke Indonesia dan memanfaatkan jasa perhotelan sebagai tempat tinggal sementara mereka mencapai 74,98% (www.bps.go.id). Jumlah tersebut tentunya sangat menarik bagi industri perhotelan. Hal ini tentunya akan menjadi tantangan bagi pihak hotel untuk menarik minat wisatawan menginap di hotel mereka dan memberikan layanan terbaik untuk menciptakan kepuasan konsumen. Namun di sisi lain pihak hotel harus mampu mendesain sistem yang mampu mengarahkan karyawannya untuk dapat memberikan pelayanan terbaik. Orientasi pelayanan (orientasi pelayanan) dapat menjadi salah satu solusi sebagai respon proaktif. Pelatihan karyawan, motivasi, dan mendesain ulang sistem sumber daya manusia menjadi langkah awal untuk menciptakan orientasi pelayanan.

Yoeti (2003) mengatakan di masa mendatang konsumen akan mencari hotel dengan reputasi baik, untuk itu nama suatu hotel merupakan suatu aset yang bernilai tinggi. Dalam usaha untuk memperoleh reputasi yang baik itu, diperlukan karyawan hotel yang terampil, cekatan, dan profesional. Dengan kata lain, sikap dan tingkah laku karyawan hotel akan sangat menentukan berhasilnya operasi suatu hotel di masa yang akan datang.

Salah satu cara yang diperlukan dalam mencapai usaha tersebut adalah dengan pengembangan diri karyawan di segala aspek pelayanan yang diperlukan hotel. Seluruh komponen perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pada tamu. Untuk itu masing-masing karyawan hotel perlu membekali diri dengan keterampilan dalam pelayanan sehingga akhirnya "*service excellence*" dapat diwujudkan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan mampu bersaing di tengah persaingan bisnis yang ketat karena ketidakpuasan konsumen akan pelayanan yang diberikan hotel akan berakibat buruk bagi reputasi hotel.

Orientasi pelayanan pada organisasi merupakan suatu kebijakan, praktik, dan prosedur organisasi yang mendukung, memelihara, dan memberi penghargaan pada

perilaku pelayanan karyawan yang sempurna (Bowen and Schneider, 1988; Schneider and Reichers, 1990; Schneider et al., 1992).

Homburg et al., (2002) dalam Saura et al. (2005) menerangkan bahwa konsep orientasi pelayanan dapat dikembangkan pada level individu karyawan maupun level organisasi. Pada level individu orientasi pelayanan dipertimbangkan sebagai aspek untuk mengukur kepribadian, oleh karenanya beberapa karyawan di organisasi akan lebih berorientasi pelayanan dibandingkan dengan yang lain. Sementara itu pada level organisasi, orientasi pelayanan merupakan suatu karakteristik desain internal seperti struktur organisasi, suasana, dan budaya pada level organisasi (Lytle et al., 1998, dalam Kim et al., 2004).

Seorang karyawan hotel dianggap berprestasi bilamana ia dapat memimpin diri sendiri dan bertanggung jawab atas segala pekerjaan yang dilakukannya. Dalam tindakannya sehari-hari akan selalu menciptakan hal-hal yang baru (kreatif dan inovatif), dan selalu menyesuaikan diri dengan keadaan yang selalu berubah. Seorang karyawan yang menginginkan prestasi lebih tinggi akan selalu berusaha untuk mengembangkan diri mereka dan juga mendapat pengetahuan dari pengalaman pekerjaan yang dilakukan. Oleh karena itu sikap profesional sangat diperlukan dalam bertindak sebagai pemberi pelayanan.

Bagi sebuah perusahaan, kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan agar perusahaan tersebut dapat bertahan. Pada perusahaan yang menghasilkan produk jasa, proses pencapaian kepuasan konsumen menjadi lebih rumit. Hal ini disebabkan karena sifat produk yang tidak berwujud (*intangible*) menyebabkan setiap interaksi antara perusahaan dengan konsumen mempunyai potensi dalam bentuk persepsi konsumen mengenai kualitas produk jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola

setiap interaksi antara perusahaan dengan konsumen dengan baik agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang ingin diraih oleh seluruh perusahaan mengingat kepuasan konsumen akan turut menentukan apakah perusahaan dapat terus bertahan atau tidak. Oleh karena itu, karyawan suatu perusahaan harus mampu mempunyai orientasi yang besar terhadap kepuasan konsumennya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Hogan et al, 1984 pada Kim et al. 2004 yang mengatakan bahwa manfaat dari penerapan orientasi pelayanan adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Karyawan sebagai penggerak perusahaan dinilai memiliki kontribusi yang signifikan terhadap tercapainya kepuasan konsumen, karena perusahaan mengandalkan karyawan dalam menyampaikan produknya kepada konsumen. Dengan demikian kualitas produk dan kepuasan konsumen turut dipengaruhi oleh sejauh mana karyawan melaksanakan tugasnya dengan baik. Pekerjaan optimal yang dilakukan karyawan juga dipengaruhi oleh kepuasan kerja karyawan itu sendiri.

Lee et al., (1999) dan Yoo et al., (1999) dalam Chen (2007) mengungkapkan bahwa penerapan *service orientation* pada organisasi akan mempengaruhi tingkatan kepuasan kerja karyawan.

Menurut Robbins (2007) kepuasan kerja merupakan sikap umum seseorang terhadap pekerjaannya. Seseorang yang memiliki kepuasan kerja yang lebih tinggi akan memperlihatkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya, sedangkan seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya akan memperlihatkan sikap yang negatif terhadap pekerjaan itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Locke (1976) dan Odom et al., (1990) dalam Yousef (2000a:572) yang mengatakan bahwa kepuasan kerja adalah perasaan positif dan negatif karyawan terhadap pekerjaannya. Menurut Smith, Kendall, dan Hullin (dalam

Luthans, 1998) terdapat lima dimensi pekerjaan yang mempengaruhi kepuasan kerja, yaitu pekerjaan itu sendiri, rekan kerja, gaji, kesempatan promosi, dan supervisi.

Fletcher dan Williams (1996) dan Yavas dan Bidur (1999) dalam Chen (2007) berpendapat bahwa kepuasan kerja memiliki korelasi positif dengan komitmen organisasi. Komitmen organisasi menurut Mathis et.al., (2001) adalah tingkat kepercayaan dan penerimaan tenaga kerja terhadap tujuan organisasi dan mempunyai keinginan untuk tetap ada di dalam organisasi tersebut. Allen dan Meyer (1990) menjelaskan bahwa komitmen organisasi terdiri dari tiga komponen, yaitu komitmen afektif (*affective commitment*), komitmen kontinuan (*continuance commitment*) dan komitmen normatif (*normative commitment*).

Komitmen afektif terkait dengan kelekatan emosional karyawan dalam suatu organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen afektif yang tinggi akan mengidentifikasi diri dengan terlibat dan menikmati keanggotaannya dalam organisasi.

Komitmen kontinuan terkait pada pertimbangan tentang apa yang harus dikorbankan karyawan apabila akan meninggalkan organisasi atau kerugian yang akan diperoleh karyawan jika tidak melakukan pekerjaannya dalam organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen kontinuan yang tinggi akan bertahan dalam organisasi karena memang membutuhkan.

Komitmen normatif terkait dengan komitmen karyawan terhadap organisasinya karena keyakinan yang dimilikinya mengenai tanggung jawab terhadap organisasi. Komitmen ini berkaitan dengan perasaan karyawan terhadap keharusan untuk tetap bertahan dalam organisasi karena merasa wajib atau sudah seharusnya untuk loyal kepada organisasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh dari orientasi pelayanan yang diterapkan pada hotel bintang tiga di kota Cirebon terhadap kepuasan kerja karyawan dan

komitmen organisasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, terlebih dahulu dilakukan penelitian untuk melihat adanya pengaruh antara orientasi pelayanan, kepuasan kerja, dan komitmen organisasi pada hotel bintang tiga di kota Cirebon.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah diatas menunjukkan bahwa orientasi pelayanan, kepuasan kerja, dan komitmen organisasi saling memiliki keterkaitan. Dengan mengambil objek penelitian pada Hotel Prima, Hotel Santika, Hotel Apita Green, dan Hotel Grage Cirebon maka persoalan penelitian diajukan adalah:

1. Apakah orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja?
2. Apakah orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi?
3. Apakah kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis apakah orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.
2. Menganalisis apakah orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.
3. Menganalisis apakah kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel Prima, Hotel Santika, Hotel Apita Green, dan Hotel Grage Cirebon, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian dan masukan perusahaan untuk mendesain kebijakan manajemen pelayanan di industri perhotelan.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja dan komitmen organisasi.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan untuk menambah pengetahuan dan referensi serta perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam penelitian ini hanya terbatas dalam menganalisis pengaruh orientasi pelayanan terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi.

1.5.2 Unit Analisis

Penelitian ini mengambil unit analisis dari karyawan hotel bintang tiga di kota Cirebon.

1.5.3 Cakupan Geografis

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Cirebon, Jawa Barat.

1.5.4 Periode Penelitian

Periode waktu yang digunakan untuk penelitian yaitu selama empat bulan, yaitu Maret-Juni 2008. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada bulan Maret-April. Sedangkan analisis data dan pembuatan kesimpulan akan dilaksanakan selama bulan Mei-Juni 2008.

1.7. Metode Penelitian

1.6.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan hotel bintang tiga di kota Cirebon. Dengan sampel sebanyak 120 responden yang merupakan karyawan Hotel Prima, Hotel Santika, Hotel Apita Green, dan Hotel Grage Cirebon.

1.6.2 Variabel Penelitian

Pengujian hipotesis melibatkan tiga buah konstruk yaitu orientasi pelayanan, kepuasan kerja, dan komitmen organisasi. Konstruk *service orientation* terdiri dari sepuluh variabel teramati, yaitu *service vision*, *servant leadership*, *customer treatment*, *employee empowerment*, *service rewards*, *service training*, *service technology*, *service failure prevention*, *service failure recovery*, dan *service standard communication*. Konstruk kepuasan kerja terdiri dari lima variabel teramati, yaitu pekerjaan itu sendiri, rekan kerja, gaji, promosi, dan supervisi. Konstruk komitmen organisasi terdiri dari tiga variabel teramati, yaitu komitmen afektif, komitmen kontinuan, dan komitmen normatif. Guna memperoleh data maka variabel teramati tersebut perlu diturunkan kedalam beberapa indikator. Untuk memudahkan dalam penyusunan indikator maka masing-masing variabel diberikan definisi. Selanjutnya alternatif jawaban atas pertanyaan indikator menggunakan metode *skala likert* yang melibatkan lima buah kategori jawaban yang diberi skor 1 sampai dengan 5.

1.6.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang akan dikumpulkan yaitu: data primer dan data sekunder.

1. Data primer didapatkan dari hasil survei dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan Hotel Prima, Hotel Santika, Hotel Apita Green, dan Hotel Grage Cirebon. Serta wawancara dengan manajer ataupun asisten manajer SDM hotel.

2. Data sekunder didapatkan dari literatur jurnal dan situs-situs *website* mengenai objek penelitian ini.

1.6.4 Teknik Analisis

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis maka akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas dengan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Wijayanto (2008) suatu data dapat dikatakan reliabel jika memiliki *construct reliability* > 0,7. Suatu data akan dikatakan valid apabila memiliki *t-value* > 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan untuk kepentingan pengujian hipotesis digunakan tes *Goodness-of-Fit* (GOF). *Goodness-of-Fit* merupakan uji kecocokan dalam *Structure Equation Modelling* (SEM) yang dilakukan untuk mengevaluasi derajat kecocokan antara data dan model. SEM merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah, yaitu analisis faktor (*factor analysis*) dan model persamaan simultan (*Simultaneous Equation Model*) (Gozali, 2004).

1.8. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dari penulisan skripsi ini secara garis besar dan keseluruhan terdiri atas enam bab utama, yaitu sebagai berikut :

Bab I: Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Pada bagian ini juga diuraikan pendekatan penelitian secara singkat, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan diuraikan hasil dari tinjauan kepustakaan atau riset data sekunder berupa serangkaian teori yang relevan untuk digunakan sebagai landasan penelitian. Selain

itu juga menguraikan tentang pengertian hotel serta profil hotel dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab III: Metodologi Penelitian

Bagian ini memberikan gambaran mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian, yang mencakup rancangan penelitian, metode pengumpulan data (data primer dan sekunder), ukuran dan metode pengambilan sampel, variabel penelitian, *measurement and scaling*, desain/sistematika kuesioner, dan metode analisis data.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan

Bab ini memberikan gambaran mengenai pengolahan dan analisis data primer yang berhasil dikumpulkan, sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai jawaban atas tujuan penelitian.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, saran-saran yang mengacu pada implikasi manajerial yang berhubungan dengan hasil penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya, serta keterbatasan penelitian dalam penelitian ini.