

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Sektor pariwisata dinilai sebagai penggerak perekonomian dunia dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan. Menurut UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) dalam *World Tourism Barometer* terbaru. Kedatangan wisatawan internasional tumbuh sebesar 5% pada tahun 2013 mencapai rekor 1.087 juta kedatangan. Meskipun tantangan ekonomi global, hasil pariwisata internasional jauh di atas harapan, dengan tambahan 52 juta wisatawan internasional dunia pada 2013. Untuk tahun 2014, UNWTO memperkirakan 4% menjadi 4,5% pertumbuhan lagi di atas proyeksi jangka panjang.

Pariwisata sangat penting untuk kesejahteraan banyak negara, karena pendapatan yang dihasilkan oleh konsumsi barang dan jasa wisatawan, pajak-pajak yang dikenakan pada bisnis dalam industri pariwisata dan kesempatan untuk pekerjaan dan kemajuan ekonomi dengan bekerja di industri dapat meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya Indonesia. Pendapatan valuta asing dari sektor pariwisata pada tahun 2013 diperkirakan meningkat 8,17% dari pada tahun 2012. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu “Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia mengalami pertumbuhan 7,37% dibanding tahun 2012 dengan jumlah 8,04 juta orang” (Sumber: www.nationmultimedia.com). Berikut Tabel 1.1 merupakan data kunjungan wisman ke Indonesia menurut pintu masuk tahun 2009-2013

TABEL 1.1
DATA WISMAN YANG BERKUNJUNG KE INDONESIA MENURUT
PINTU MASUK TAHUN 2009-2013

Tahun	Jumlah Wisman	Devisa Wisman (Juta US\$)
2009	6.323.730	6.297,99
2010	7.002.944	7.603,45

2011	7.649.731	8.554,39
2012	8.044.462	9.120,89
2013	8.637.275	Data belum tersedia

Sumber: Badan Pusat Statistik 2013

Tabel 1.1 menyatakan bahwa kunjungan wisman ke Indonesia menurut pintu masuk. Data yang diperoleh pada tahun 2009 sampai 2013, setiap tahunnya meningkat secara signifikan. Pada tahun 2013 kunjungan wisman mencapai 8.637.275. Hal tersebut dikarenakan, industri pariwisata Indonesia semakin berkembang dengan segala potensi wisata beragam dan promosi wisatanya. Menurut data yang didapat, salah satu daerah di Indonesia yang paling banyak dikunjungi wisman adalah Bali. Majalah *Travel and Leisure* memilih Bali sebagai *World's Best Island 2013* dengan menduduki peringkat ke 6. Hal tersebut membuktikan bahwa Bali memiliki daya tarik yang mampu menarik minat wisman. Berikut Tabel 1.2 merupakan kedatangan wisman langsung ke Bali menurut kebangsaan Januari sampai dengan Oktober 2013

TABEL 1.2
KEDATANGAN WISMAN LANGSUNG KE BALI MENURUT
KEBANGSAAN, JANUARI-OKTOBER 2013

No	Kebangsaan	Bandara (Orang)	Pelabuhan (Orang)	Total (Orang)	Persentase (%)
1	Australia	662.693	5.935	668.898	25,03
2	RRC	329.416	9	329.425	12,33
3	Jepang	171.395	274	171.669	6,42
4	Malaysia	153.797	15	153.812	5,76
5	Korea Selatan	110.086	4	110.090	4,12
6	Taiwan	108.658	3	108.661	4,07
7	Perancis	105.918	85	106.003	3,97
8	Singapura	103.552	36	103.558	3,88
9	Inggris	98.580	2.037	100.617	3,77
10	Amerika Serikat	80.842	3.654	84.496	3,16
11	Lainnya	726.731	8.319	735.050	27,51
Jumlah		2.651.938	20.371	2.672.309	100

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Berdasarkan Tabel 1.2 negara yang mendatangkan wisman terbesar adalah Australia 668.898 wisman dengan persentase 25.03%. Negara penyumbang wisman terbanyak kedua adalah RRC 329.425 wisman dengan persentase

12.33%.Sebagian besar wisman di Bali masih didominasi oleh wisman berkebangsaan Australia dan RRC.

Pengembangan industri pariwisata di Bali secara umum menerapkan konsep pariwisata budaya, yang secara implisit memasukkan misi menumbuh suburkan kebudayaan Bali dalam setiap kegiatan pengembangannya.Dilain piha, kepariwisataan telah menjadi salah satu industri yang memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan perekonomian Bali.Seperti tercermin dalam komposisi penyumbang pertumbuhan perekonomian Bali, sektor perdagangan, hotel, dan restoran selalu menjadi sektor andalan Provinsi Bali.Sehingga tidaklah salah untuk dikatakan bahwa tingkat perekonomian Bali sangat bergantung pada pengembangan pariwisata yang berkeberlanjutan.

Seiring dengan bertambahnya jumlah wisman di Bali, jumlah akomodasi yang tersedia di Baliterus mengalami peningkatan setiap tahunnya.Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Denpasar, Ida Bagus Gede Sidharta Putra mengatakn

Lonjakan kunjungan wisatawan asing ke Bali tidak berdampak pada Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel, menilai fenomena ini tak lepas dari tak terkontrolnya penambahan kamar di Bali.Jumlah wisman mengalami kenaikan, namun TPK hotel mengalami penurunan.
(Sumber: www.balipost.co.id).

Pernyataan tersebut sesuai dengan nlai perolehan TPK hotel bintang dan non bintang pada tahun 2009-2013.Berikut Tabel 1.3 merupakan TPK hotel bintang dan non bintang di Bali

TABEL 1.3
TPK HOTEL BINTANG DAN NON BINTANG DI BALI TAHUN
2009-2013

No	Tahun	TPK	
		Hotel Bintang (%)	Hotel Non Bintang (%)
1	2009	48.31	35.56
2	2010	48.86	35.98
3	2011	51.25	38.74
4	2012	51.55	38.22
5	2013	47.76	33.64

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 TPK hotel bintang pada tahun 2009 sampai dengan 2012 mengalami peningkatan. Namun pada periode 2012 ke 2013, TPK hotel bintang mengalami penurunan sebanyak 3,79%. TPK hotel non bintang pada tahun 2009 sampai dengan 2011 mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2011 hingga 2013 mengalami penurunan.

Seperti yang telah dikatakan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Denpasar, Ida Bagus Gede Sidharta Putra, hal tersebut dikarenakan pertambahan pembangunan kamar hotel baru yang tidak terkontrol pertumbuhannya. Keberadaan hotel baru di Pulau Bali menjadi salah satu pemicu perang tarif. Dengan menerapkan tarif promosi, akomodasi pariwisata baru akan merusak harga yang telah ditetapkan antar akomodasi wisata di wilayah tersebut terutama saat masa liburan.

Persaingan bisnis tersebut terjadi akibat pemerintah daerah memberikan izin pendirian hotel baru di wilayah tersebut tanpa menghitung dampaknya. Selain menimbulkan perang tarif, kehadiran hotel baru menyebabkan tingkat hunian hotel menjadi menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Berikut Tabel 1.4 merupakan banyaknya hotel berbintang di Bali menurut lokasi dan kelas hotel Tahun 2012

TABEL 1.4
BANYAKNYA HOTEL BERBINTANG DI BALI MNEURUT
LOKASI DAN KELAS HOTEL TAHUN 2012

Kebupaten/ Kota	Kelas Hotel					Total
	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1	
Jembrana	0	0	2	0	0	2
Tabanan	2	0	1	0	0	3
Badung	39	44	32	13	12	140
Gianyar	6	7	2	1	2	18
Klungkung	0	0	2	1	1	4
Bangli	0	0	0	0	0	0
Karangasem	1	2	3	1	1	8
Buleleng	1	2	6	3	2	14
Denpasar	3	4	11	6	5	29
Jumlah	52	59	59	25	23	218
2011	51	53	52	23	19	198
2010	37	48	35	26	9	155

2009	37	41	35	27	9	149
------	----	----	----	----	---	-----

Sumber: Badan Pusat Statistika Provinsi Bali, 2012

Berdasarkan Tabel 1.4 jumlah hotel berbintang yang berdiri di Provinsi Bali pada tahun 2012 sebanyak 218 hotel berbintang. Terdapat peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Diantara 8 kabupaten yang berada di Provinsi Bali, Kabupaten Badung merupakan Kabupaten terbanyak dalam pertumbuhan hotel mulai dari hotel bintang 1 sampai bintang 5. Pada tahun 2012 tercatat 140 hotel yang berdiri di Kabupaten Badung.

Kabupaten Badung terdiri dari 6 Kecamatan di antaranya Petang, Abiansemal, Mengwi, Kuta, Kuta Utara, Kuta Selatan. Salah satu wilayah yang paling banyak di kunjungi wisatawan adalah wilayah Kuta dan Kuta Selatan. Kuta Selatan memiliki banyak pantai yang sangat indah. Hal tersebut menarik minat wisman maupun wisnus untuk berkunjung di daerah Kuta Selatan. Selain dengan keindahan pantainya, daerah di Kuta Selatan diantaranya Nusa Dua dan Tanjung Benoa mendapat kunjungan wisatawan cukup tinggi.

Nusa Dua adalah daerah resor utama di Bali. Memiliki infrastruktur pariwisata yang sangat baik dengan lebih dari 4000 kamar yang tersedia dari *international chain hotel* bintang 4 dan bintang 5. Para pelaku bisnis di Indonesia menangkap peluang yang baik dengan adanya perkembangan hotel tersebut.

Pada 30 September 2011 Kompas Gramedia Group resmi mengoperasikan *Bali Nusa Dua Convention Center* (BNDCC) sebagai pusat konferensi terbesar di Indonesia. BNDCC memegang peranan penting dalam kegiatan MICE di Bali. Berbagai acara bergengsi dunia telah diadakan di BNDCC tersebut. Tidak hanya hotel berbintang 4 dan 5 yang banyak beroperasi di kawasan Nusa Dua. Hotel bintang 3 juga banyak beroperasi di kawasan Nusa Dua. Berikut Tabel 1.5 Hotel bintang 3, bintang 4 dan bintang 5 yang berada di Kawasan Nusa Dua Bali

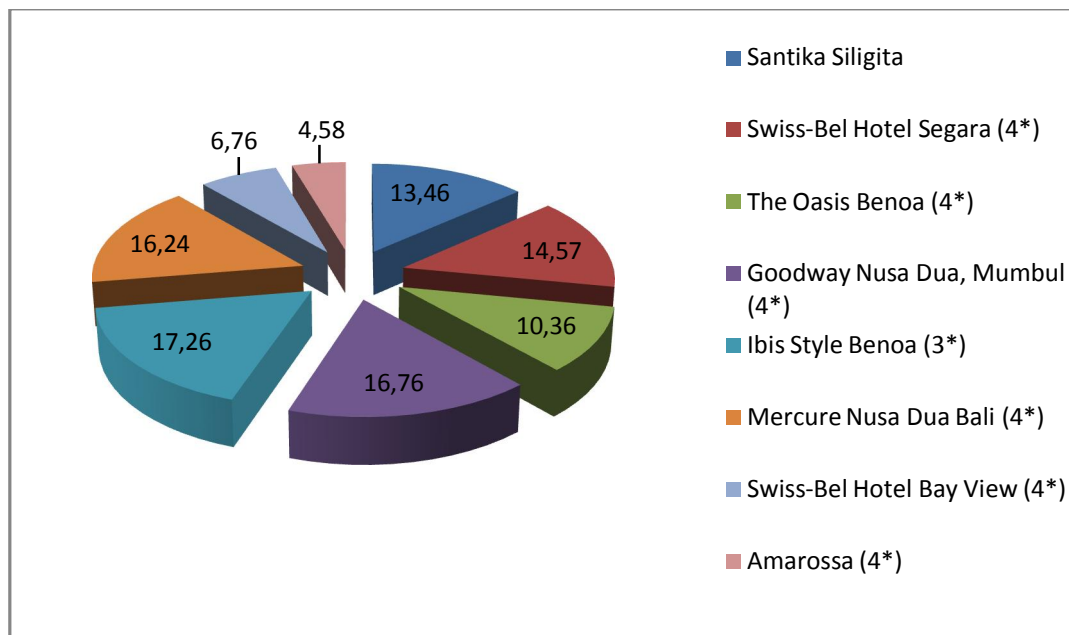
TABEL 1.5
HOTEL BINTANG 3, 4, DAN 5 DI KAWASAN NUSA DUA BALI

Hotel Bintang 3	Hotel Bintang 4	Hotel Bintang 5
Ibis Style Benoa	Swiss bel Hotel Segara	Melia Bali Indonesia
Hotel Santika Siligita	Mercure Nusa Dua	The Westin Nusa Dua

Ion Bali Benoa	Amarossa Suite Bali	The St Regis Bali
Grand Whiz Hotel	The Oasis Benoa	The Royal Santrian
	Swiss Bel Bay View	Grand Nikko Bali

Sumber: Modifikasi Berbagai Literatur, 2014

Berdasarkan Tabel 1.5 ada beberapa hotel bintang 3, 4 dan 5 di kawasan Nusa Dua yang telah beroperasi. Jumlah hotel bintang 4 dan 5 lebih banyak beroperasi dibandingkan hotel bintang 3 di kawasan Nusa Dua. Salah satu hotel bintang 3 di Nusa Dua adalah Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Hotel tersebut merupakan anak dari Kompas Gramedia Group yang juga memegang BNDCC. Untuk menangkap peluang dengan berdirinya BNDCC, Santika Siligita menyediakan akomodasi hotel dengan fasilitas standar hotel bintang 3. Data statistik mengenai pangsa pasar hotel bintang 4 dan bintang 3 ditunjukkan pada Gambar 1.1 yang diketahui bahwa *market share* tertinggi diraih oleh Ibis Style Benoa sebesar 17.26%. Lebih lanjut, untuk *market share* tertinggi lainnya diraih oleh Goodway Nusa Dua Mumbul sebesar 16.76%. Kemudian selanjutnya diraih oleh Mercure Nusa Dua sebesar 16.24%. Sedangkan bagi Santika Siligita Nusa Dua pangsa pasar yang diperoleh pada tahun 2013 sebesar 13.46%



Sumber: *Front Office Department Santika Siligita*, 2013

GAMBAR 1.1

MARKET SHARE HOTEL BINTANG 3 DAN BINTANG 4 DI NUSA DUA TAHUN 2013

Dalam jangka waktu satu tahun setelah beroperasi, Santika Siligita mampu menempati pangsa pasar yang cukup baik. Hal tersebut dibuktikan dengan perolehan pasar yang telah dimiliki oleh Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali sebesar 13,46%. Berikut data statistik *room occupancy* Santika Siligita Tahun 2012-2013 dapat dilihat pada Tabel 1.5

TABEL 1.5
ROOM OCCUPANCY HOTELSANTIKA SILIGITA NUSA DUA BALI
TAHUN 2012-2013

No	Bulan	Tahun	
		2012 (%)	2013 (%)
1	Januari		47.41
2	Februari		45.14
3	Maret		62.42
4	April		66.43
5	Mei		46.18
6	Juni		76.51
7	Juli		41.89
8	Agustus	16.2	68.42
9	September	30.09	75.83
10	Oktober	52.66	69.52
11	November	61.17	70.42
12	Desember	71.01	75.77

Sumber: *Front Office Department* Santika Siligita, 2013

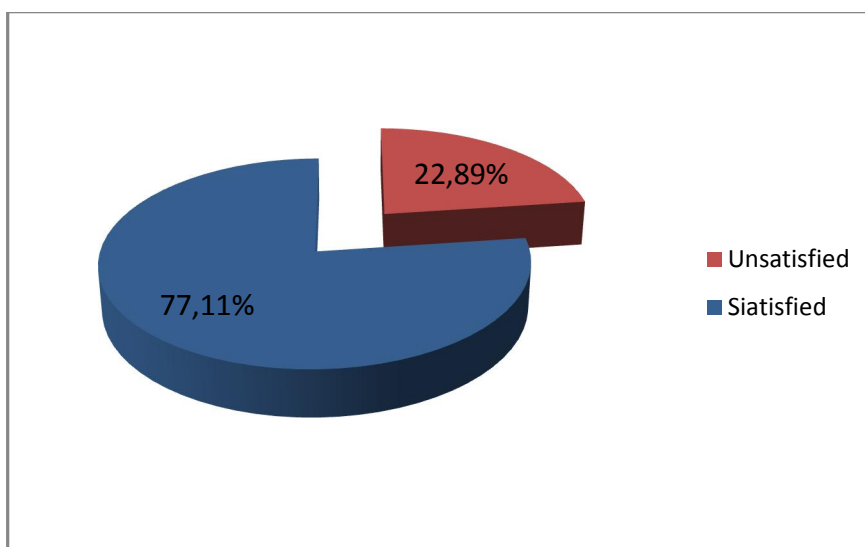
Berdasarkan Tabel 1.5 diketahui bahwa *room occupancy* Santika Siligita mengalami kenaikan pada tahun 2012. Namun pada tahun 2013 *room occupancy* mengalami fluktuasi setiap bulannya. Hal tersebut diindikasikan karena banyaknya hotel-hotel baru di sekitar Nusa Dua yang mulai beroperasi di tahun 2013.

Dalam menghadapi persaingan, pelayanan (*service*) menjadi poin penting untuk mempertahankan tingkat hunian kamar. Untuk mempertahankan tingkat hunian kamar agar tamu tidak berpindah ke pesaing (*switching*) adalah dengan membuat tamu merasa puas dengan kinerja yang didapatkan.

Kepuasan tamu terjadi apabila kinerja yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi tamu. "*Satisfied customers buy again and tell others about their good*

experiences. Dissatisfied customers often switch to competitors and disparage the product to others”(Kotler dan Amstrong, 2012:13). Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik mereka. Pelanggan yang tidak puas sering beralih ke pesaing dan meremehkan produk atau jasa kepada orang lain. Mattila dan Wirtz (2006:35) menyimpulkan bahwa pemenuhan harapan adalah elemen kunci untuk mencapai keunggulan layanan.

Data statistik kepuasan tamu Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali tahun 2013 menunjukkan angka kepuasan yang cukup tinggi sebesar 77.11%. Sedangkan tamu yang merasa tidak puas sebesar 22.89%



Sumber: *Front Office Department* Hotel Santika Siligita, 2013

GAMBAR 1.2
DATA KEPUASAN TAMU HOTEL SANTIKA SILIGITA NUSA DUA
BALI TAHUN 2013

Menurut data yang diperoleh, Hotel Santika Siligita dinilai cukup bisa mendapatkan kepuasan tamu. Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013:79) faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah *product quality, service quality, price, situational factors, personal factors*. Diantara beberapa faktor tersebut *service quality* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan tamu.

Menurut Kotler dan Keller 2012 “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*” Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan pelanggan. Kebanyakan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan menyebabkan pelanggan yang loyal, yang pada gilirannya menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Namun studi lebih lanjut menjelaskan tentang konsep perilaku konsumen, yang menjelaskan tingkatan yang lebih tinggi dari kepuasan. Tingkatan ini akan menghasilkan kepuasan yang lebih terhadap perusahaan, yang disebut *customer delight*.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:14) “*When it comes to customer satisfaction make that customer delight*” Ketika pelanggan merasa puas, hal yang harus di lakukan lagi adalah membuat pelanggan merasa senang. Pelanggan yang merasa senang tidak hanya akan melakukan pembelian berulang, tetapi akan bersedia menjadi mitra pemasaran dan *customer evangelist* yang menyebarkan berita tentang pengalaman baik mereka kepada orang lain (Kotler dan Amstrong, 2012:13).

Menurut Lovelock dan Writz (2011:78) “*Customer delight occurs when positive disconfirmation is coupled with pleasure and surprise*. Customer delight akan timbul jika diskonfirmasi positif digabungkan dengan kesenangan dan kejutan. Variabel ini diwakili oleh tiga komponen yaitu *unexpectedly high level of performance, arousal (surprise, excitement), positive affect (pleasure, joy, or happiness)*. *Customer delight* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *service encounter, service convenience, service recovery* dan *service excellence*, Lovelock dan Writz (2011:75). Kesenangan (*delight*) terus dipandang sebagai akibat dari *service excellence* yang melebihi harapan (Oliver 1997:78).

Pemaparan tersebut sejalan dengan misi yang ingin dicapai oleh Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali yaitu membuat tamu merasa puas dan senang (*customer delight*). I Gusti Putu Arimbawa selaku FOM (*in charge*) mengatakan “Setiap tamu harus merasa puas dan senang, merasakan bahwa pelayanan yang kami berikan sepadan dan bahkan melampaui harapan tamu. Untuk mencapai

itu semua memang memerlukan kerja keras pihak hotel dalam memberikan kinerja yang baik”.Hotel Santika Siligita dengan telah memperoleh tingkat kepuasan yang cukup tinggi dan dengan telah memberikan kualitas pelayanan (*service quality*)yang baik, pihak hotel terus melakukan strategi guna memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi lagi atau menyenangkan tamu (*customer delight*) salah satunya adalah memberikan *service excellence*.

Menurut Swart dan Duncan’s (2005:487) “*Service excellence is high quality services in a profitable manner requires an organisation to attain, sustain, and enhance the overall level of service*”. *Service excellence* adalah layanan berkualitas tinggi dengan cara yang menguntungkan memerlukan sebuah organisasi untuk mencapai, mempertahankan, dan meningkatkan keseluruhan tingkat pelayanan.

Service Excellence yang diterapkan di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali berupa pemberian pelayanan dengan dasar pelayanan yang cepat, handal, bebas masalah, selalu bersedia, memberikan rasa aman, selalu memberikan kehangatan, memberikan pelayanan secara personal, menegerti kebutuhan tamu, mengatasi masalah dan pertanyaan dengan baik,

Beberapa penerapan *service excellence* tersebut terdapat dalam dimensi yang dikemukakan oleh Johnstondalam Matthias Gouthier (2012:450)di antaranya adalah*delivering the promise, providing personal touch, going an extra mile, dan dealing well with problem and requires*.

Beberapa komponen tersebut di implementasikan ke dalam kegiatan pelayanan di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali diantaranya adalah: 1) *Delivering the promise* seperti halnya selalu bersikap ramah terhadap tamu memberikan senyuman ketika berinteraksi dengan tamu, memberikan akses cepat dalam proses *check in* dan *check out* . 2) *Providing personal touch* seperti halnya menyapa tamu dengan menggunakan nama, melakukan pendekatan ketika tamu sedang mempunyai waktu sengang di area hotel (*mingle*). 3) *Going an extra mile* seperti halnya memberikan *welcome letter, welcome fruits, welcome flower (honeymooner guest)*, memberikan *small cake/entertain* lainnya kepada tamu *long stay* dan *repeater guest*, memberikan *birthday cake* jika ada tamu yang berulang

tahun. 4) *Dealing with problem and requires* seperti halnya memberikan *apologize letter* dan *apologize entertain* (cake atau lainnya) jika terjadi *complaint*.

Diterapkannya program *service excellence* bertujuan untuk memperoleh kepuasan tamu yang lebih dan membuat tamu merasa senang sebelum berada pada tingkatan loyal. Apakah penerapan *service excellence* tersebut dapat menciptakan *customer delight* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Berdasarkan uraian di atas untuk mengetahui pengaruh *service excellence* terhadap *customer delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali maka perlu diadakan penelitian tentang **“Upaya Menciptakan Customer Delight Melalui Service Excellence” (Survei kepada tamu SIP member yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Service Excellence* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
2. Bagaimana gambaran *Customer Delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
3. Bagaimanakah pengaruh *Service Excellence* terhadap *Customer Delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. *Service Excellence* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
2. *Customer Delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
3. Pengaruh *Service Excellence* terhadap *Customer Delight* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini, terdiri dari dua jenis. Yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata terfokus pada *service excellence* dan *customer delight*, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali untuk menciptakan *customer delight* melalui *service excellence* sehingga perusahaan dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan serta dapat meningkatkan *market share*.