

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki pertumbuhan pembangunan yang cepat. Saat ini sektor pariwisata banyak memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi global. Industri pariwisata terbukti kebal dari krisis global, saat perekonomian global tersuruk pertumbuhan pariwisata Indonesia tetap tumbuh bahkan melebihi angka pertumbuhan ekonomi nasional. Setiap tahunnya, jumlah wisatawan serta jumlah pembelanjaan yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan wisata semakin mengalami peningkatan. Pengembangan pariwisata mampu memberikan dampak positif bagi suatu negara, tanpa terkecuali bagi Indonesia yang sangat banyak menyimpan potensi pariwisata. Distribusi pasar wisatawan internasional, terutama di wilayah Asia Pasifik, termasuk Indonesia menjadi daerah tujuan wisata yang akan memiliki tingkat pertumbuhan tertinggi dibandingkan dengan negara Asia Pasifik lainnya. Bisnis pariwisata di Indonesia cukup potensial mengingat Indonesia secara alami memiliki banyak potensi keindahan alam, keragaman dan keunikan budaya dan lain sebagainya.

Aktivitas sektor pariwisata telah didukung dan ditanggapi secara positif oleh pemerintah Indonesia dengan harapan dapat menggantikan sektor migas yang selama ini menjadi peringkat pertama dalam penerimaan devisa negara sedangkan sektor pariwisata menempati posisi lima besar penyumbang devisa terbanyak dalam beberapa tahun terakhir. Situasi nasional yang telah membaik mampu menunjukkan bahwa kestabilan dalam bidang politik dan keamanan dapat memberikan jaminan kepercayaan kepada wisatawan asing untuk datang ke Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang merupakan data kunjungan wisatawan mancanegara sebagai berikut.

TABEL 1. 1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA DI
INDONESIA TAHUN 2011-2014

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA	Perubahan (%)	Penerimaan Devisa (US\$)
2011	7.649.731	-	8,55 miliar
2012	8.044.462	5,16	9,12 miliar
2013	8.802.129	9,42	10,05 miliar
2014	9.435.411	7,19	10,69 miliar

Sumber: Badan Pusat Statistik dan www.travel.kompas.com, (2015).

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama empat tahun terakhir yang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Sepanjang tahun 2014, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mencapai 9.435.411 orang dan mampu menyumbang pendapatan devisa sebesar US\$ 10,69 miliar. Jumlah tersebut meningkat 7,19% dari tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 8.802.129 orang. Hal tersebut menunjukkan tercapainya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2014 dengan yang ditargetkan sebanyak 9,3 juta orang. Melihat hal tersebut menteri pariwisata Arief Yahya sangat optimis untuk menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2015 sebesar 10 juta orang dengan harapan mampu menyumbangkan pendapatan devisa negara sebesar US\$ 12,05 miliar. (<http://travel.kompas.com> , diakses tanggal 10 februari 2015, 23:01 WIB).

Tingginya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional juga merupakan salah satu penyumbang pajak negara terbesar, karena kedatangan wisatawan mancanegara dapat membantu meningkatkan pendapatan para pelaku bisnis, salah satunya industri pariwisata khususnya bidang perhotelan. Melihat perkembangan bisnis hotel yang cukup menjanjikan, setiap wilayah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata bersaing untuk menarik investor asing sehingga tingkat persaingan bisnis hotel di Indonesia menjadi semakin kompetitif. Ini adalah peluang besar bagi pengusaha untuk mendirikan hotel di daerah atau provinsi yang berpotensi industri pariwisatanya.

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Secara potensi wisata, Kep. Riau merupakan salah satu provinsi yang kaya akan wisata alam dan keberagaman budayanya, inilah yang menarik banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Kep. Riau. Berikut Tabel 1.2 merupakan data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Provinsi Kep. Riau.

TABEL 1. 2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE
PROVINSI KEP. RIAU MENURUT KABUPATEN ATAU KOTA
2011-2014

Tahun	Kabupaten atau Kota			
	Karimun	Bintan	Batam	Tanjung Pinang
2011	104.397	337.353	1.161.581	106.180
2012	107.499	336.547	1.219.608	103.785
2013	104.889	318.154	1.336.430	99.593
2014	100.782	320.861	1.454.110	97.672

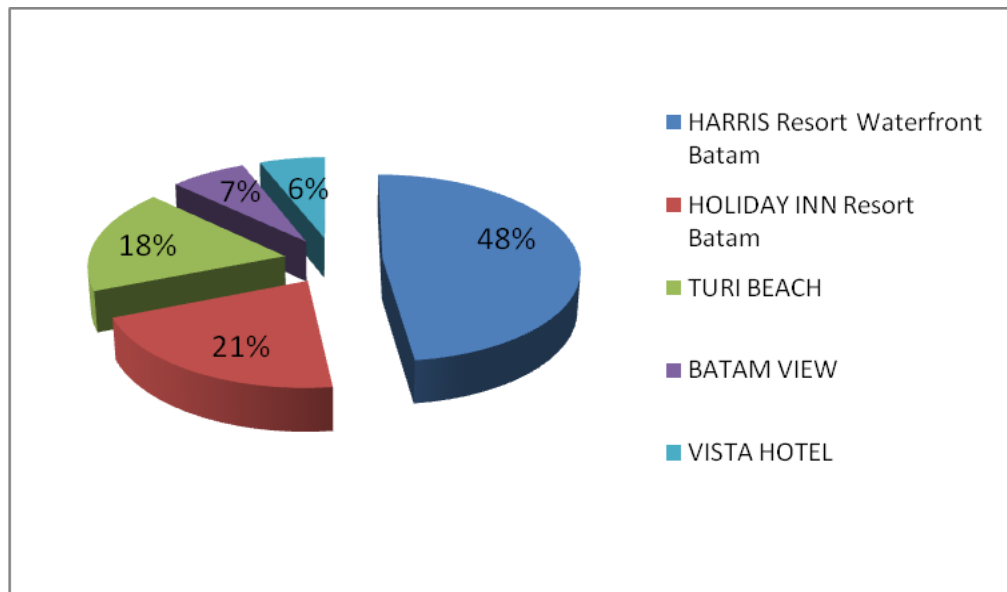
Sumber : Berita Resmi Stastistik Provinsi Kep. Riau, (2014).

Pada Tabel 1.2 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke provinsi Kep. Riau berdasarkan kabupaten atau kota selama empat tahun terakhir yang terlihat mengalami peningkatan dan penurunan pula di beberapa tahun. Batam merupakan kota yang memiliki jumlah kunjungan terbesar dan terus menerus mengalami peningkatan setiap tahunnya dibandingkan dengan kota atau kabupaten lainnya dengan mencapai angka 1.454.110 orang pada tahun 2014 yang merupakan jumlah kunjungan terbesar selama empat tahun terakhir.

Kota Batam merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki keanekaragaman objek serta daya tarik wisata dan merupakan salah satu tujuan wisata favorit setelah Bali dan Lombok. Selain itu, Kota Batam merupakan ujung tombak investasi di Indonesia dengan mengembangkannya sebagai kawasan industri perdagangan, pariwisata, dan *transshipment* (pemindahan dari alat pengangkut ke alat pengangkut lain) sehingga dapat menjadi asset penting dalam menghasilkan pendapatan baik untuk negara, pemerintah maupun masyarakat setempat. Hal ini jelas harus diimbangi dengan akomodasi yang tersedia di Kota Batam untuk memfasilitasi wisatawan yang datang. Para pelaku bisnis industri

pariwisata juga harus terus memperbaiki kualitas pelayanan terhadap akomodasi yang ada di kota Batam.

Terdapat beberapa kawasan pariwisata internasional di Kota Batam dimana terdapat beberapa hotel dan resort, salah satunya HARRIS Resort Waterfront Batam yang merupakan resort bintang 4 yang termasuk ke dalam jaringan *TAUZIA Hotel Mangement* yang memiliki objek dan daya tarik wisata yang menarik serta memiliki berbagai fasilitas pendukung menarik lainnya. Dalam keberadaannya HARRIS Resort Waterfront Batam mengalami persaingan yang sangat ketat dengan hotel-hotel lainnya. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan bapak Ahmad Solela (*FOM* HARRIS Resort Waterfront Batam) dari jumlah hotel bintang 4 yang ada di Kota Batam ada empat hotel yang menjadi pesaing bagi HARRIS Resort Waterfront Batam, yaitu Holiday Inn Resort Batam, Turi Beach Hotel, Batam View, dan Vista Hotel. Hal tersebut dapat terlihat dari Gambar 1.1 yang menunjukkan *market share* di beberapa hotel bintang 4 yang merupakan pesaing utama HARRIS Resort Waterfront Batam.



Sumber : *Front Office Manager* HARRIS Resort Waterfront Batam, (2015).

GAMBAR 1. 1
MARKET SHARE PESAING UTAMA HARRIS RESORT
WATERFRONT BATAM TAHUN 2014

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *market share* tertinggi dicapai oleh HARRIS Resort Waterfront Batam sebesar 48% yang kemudian diikuti oleh

keempat hotel pesaingnya yaitu Holiday Inn Resort peringkat kedua dengan pencapaian sebesar 21%, Turi Beach 18%, Batam View 7%, dan Vista Hotel 6%. Hal itu terjadi karena HARRIS Resort Waterfront Batam memiliki jumlah kamar terbanyak diantara hotel-hotel yang ada di Kota Batam yaitu sebanyak 308 kamar. Selain itu masing-masing hotel memiliki nilai jual yang berbeda, dan memberikan nilai yang berbeda pula untuk konsumennya. Maka penyediaan sumber daya manusia yang terlatih dan terampil, sarana dan prasarana pendukung lainnya perlu ditingkatkan agar tamu yang datang berkunjung dan menginap semakin merasa nyaman.

HARRIS Resort Waterfront Batam menyediakan fasilitas *leisure* dan MICE di kota Batam. Terletak di Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 1 Marina Waterfront City Batam. Hanya memerlukan waktu kurang lebih 25 menit dari bandara Hang Na Dim, 20 menit dari Sekupang *Fery Terminal* dan 5 menit perjalanan dari Waterfront *Fery Terminal*. Selain itu, HARRIS Resort Waterfront Batam juga dekat dengan berbagai daya tarik wisata yang ada di Kota Batam. Dalam perjalanannya, HARRIS Resort Waterfront Batam menawarkan *positioning* “*Simple, Unique, Friendly*”. *Positioning* tersebut mencerminkan keberadaan HARRIS Resort Waterfront Batam sebagai hotel yang memiliki berbagai akses kemudahan, dengan desain dengan mengusung tema *out of the box* yang memiliki keunikan tersendiri diantara hotel lainnya yang diikuti dengan sikap ramah para karyawannya yang menjadikan tamu semakin terasa berada di rumah sendiri ketika berada di HARRIS Resort Waterfront Batam. Hal inilah yang membawa HARRIS Resort Waterfront Batam beberapa langkah lebih maju dari hotel-hotel pesaingnya.

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan bapak Besrin Malau (ADOS HARRIS Resort Waterfront Batam) dari total keseluruhan tamu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam 92% didominasi oleh tamu mancanegara dan 8% lainnya merupakan tamu lokal dari seluruh nusantara. Tingkat hunian kamar merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penjualan yang dilakukan suatu hotel. Berikut Tabel 1.3 merupakan tingkat hunian kamar HARRIS Resort Waterfront Batam selama 4 tahun terakhir dari tahun 2011 sampai tahun 2014.

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TABEL 1.3
TINGKAT HUNIAN KAMAR HARRIS RESORT WATERFRONT
BATAM PERIODE 2011 – 2014

Tahun	<i>Room Available</i>	<i>Room Sold</i>	Target <i>Occupancy</i> (%)	<i>Occupancy</i> (%)	Perubahan (%)
2011	111690	84438	73	75.6	
2012	75152	55237	75	73.5	-2.1
2013	112420	81279	75	72.3	-1.2
2014	93632	63670	75	68	-4.3

Sumber : *Front Office Manager* HARRIS Resort Waterfront Batam, (2015).

Pada Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa tingkat hunian kamar yang dicapai oleh HARRIS Resort Waterfront Batam selama empat tahun terakhir yang menunjukkan perubahan yang fluktuatif pada setiap tahunnya dengan total *room available* yang berbeda pula setiap tahunnya. Tingkat hunian kamar yang dicapai oleh HARRIS Resort Waterfront Batam pada tahun 2011 terbilang sudah baik dengan pencapaian melebihi target yang telah ditentukan sebesar 73% dari total *Room Available* sebanyak 111.690 orang, namun kemudian hal tersebut mengalami penurunan yang cukup drastis pada tahun 2014 yang hanya mencapai 63.670 orang atau 68% dari target yang sama pada tahun sebelumnya yaitu sebesar 75% dari total *Room Available* sebanyak 93.632, hal tersebut merupakan penurunan tertinggi dari tahun-tahun sebelumnya dan belum mencapai target yang ditentukan oleh pihak manajemen HARRIS Resort Waterfront Batam.

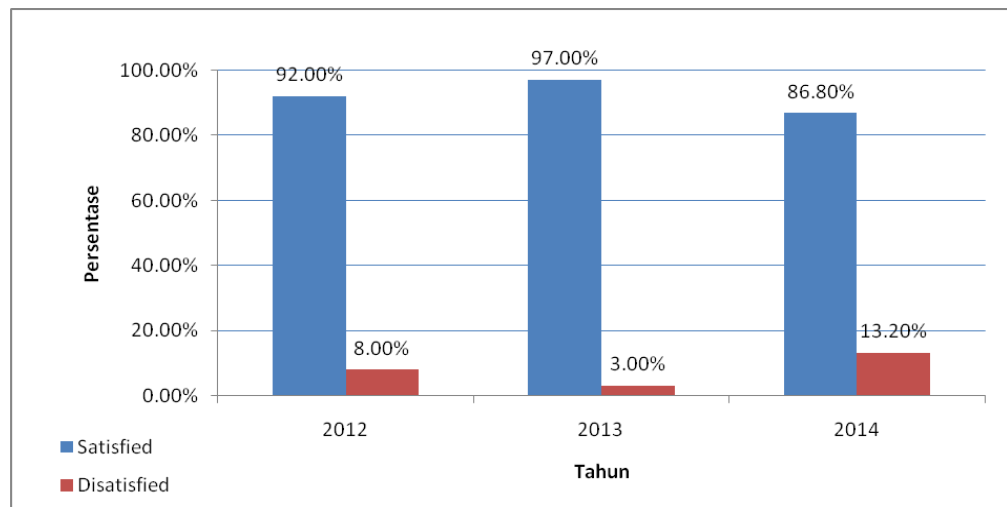
Tamu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam terbagi atas dua kategori besar yaitu tamu individual dan tamu grup, dimana tamu individual mencakup tamu perorangan maupun keluarga dengan tujuan untuk berlibur, sedangkan tamu grup sendiri mencakup tamu pemerintahan maupun perusahaan yang menginap dengan tujuan untuk mengikuti kegiatan MICE. Tingkat hunian kamar berdasarkan kategori tamu disajikan dalam Tabel 1.4 berikut.

TABEL 1. 4
TINGKAT HUNIAN KAMAR BERDASARKAN KATEGORI TAMU
PERIODE 2011 – 2014

Tahun	Individu	Grup	Room Sold	Perbandingan (%)		
				Individu	Grup	Perubahan
2011	65017	19421	84438	77.00	23.00	
2012	33711	21526	55237	61.03	38.97	-15.96
2013	52384	28895	81279	64.45	35.55	+3.42
2014	33249	30421	63670	52.22	47.78	-12.23

Sumber : *Sales & Marketing* HARRIS Resort Waterfront Batam, (2015).

Berdasarkan Tabel 1.4 perubahan persentase perbandingan tingkat hunian kamar berdasarkan kategori tamu dinilai sangat fluktuatif. Berfokus kepada kategori tamu individual yang tingkat hunian kamarnya mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Berpuncak di akhir tahun 2014 tercatat tingkat hunian kamar tamu individu yang mencapai total 33.249 orang yaitu 92% diantaranya merupakan tamu mancanegara atau berjumlah 30589 orang, dimana hal tersebut menunjukkan penurunan yang sangat drastis dari tahun sebelumnya sebesar 12,23%. Penurunan tersebut merupakan indikasi penurunan *market segment* tamu individu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam. Terjadinya penurunan tersebut diduga karena terdapat banyak tamu yang merasa tidak puas ketika menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam. Berdasarkan survey kepuasan tamu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam yang dilihat dari *guest comment* bahwa kepuasan tamu pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 10,2% dari target pada tahun sebelumnya yang mencapai 97%. Berikut merupakan Gambar 1.2 mengenai data kepuasan tamu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam.



Sumber : *GM Secretary* HARRIS Resort Waterfront Batam, (2015).

GAMBAR 1. 2
OVERALL SCORE HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM
GUEST COMMENT TAHUN 2012-2014

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan *Asst. Director of Sales* HARRIS Resort Waterfront Batam yang menyebutkan bahwa beberapa keluhan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh tamu yang menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam selama tahun 2014 yaitu mengenai kelambanan yang terjadi pada proses *check-in*, penguasaan bahasa inggris karyawan hotel, serta kesiapan staf hotel dalam melayani kebutuhan tamu hotel dengan cepat tanggap.

Ketidakpuasan yang dirasakan oleh tamu yang dilakukan dengan menuliskan pada *guest comment* yang disediakan oleh pihak HARRIS Resort Waterfront Batam ini mengindikasikan bahwa adanya harapan dari nilai yang diberikan oleh pihak hotel yang tidak sesuai dengan pengorbanan yang sudah diberikan oleh tamu, hal ini akan berdampak negatif pada hotel jika tidak adanya tanggapan langsung yang dilakukan oleh pihak hotel dan diprediksi bahwa pelanggan yang tidak puas ini tidak akan kembali menggunakan jasa atau memakai produk dari HARRIS Resort Waterfront Batam. Hal tersebut merupakan ancaman berat bagi HARRIS Resort Waterfront Batam untuk menghadapi persaingan dengan kompetitor lainnya.

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hal terpenting bagi industri perhotelan yaitu memiliki konsumen yang puas. Karena industri perhotelan merupakan industri *high-contact service* serta memiliki tingkat kompetisi yang tinggi. HARRIS Resort Waterfront Batam dituntut terus memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap seluruh tamunya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan tamu. Zeithaml, Bitner, & Gremler (2013, hlm. 80) mengemukakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh persepsi dari kualitas jasa, kualitas produk, dan harga serta faktor situasional dan faktor personal. Dari faktor-faktor pembentuk kepuasan tersebut, kualitas jasa sangat dipengaruhi oleh persepsi tamu. Dimana persepsi terhadap kualitas jasa didefinisikan sebagai penilaian secara menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Biasanya persepsi tamu lebih mengacu pada perasaan tamu terhadap jasa yang diterimanya, berdasarkan apa yang dibayangkan dan diterimanya.

Dalam mencapai tujuannya untuk memiliki tamu yang puas, HARRIS Resort Waterfront Batam berupaya menciptakan kesan baik bagi tamunya terutama pada saat *moment of truth* dimana tamu merasakan pelayanan yang diberikan oleh hotel. Melihat situasi tersebut, pihak HARRIS Resort Waterfront Batam lebih memfokuskan bagaimana cara untuk meningkatkan kepuasan tamu yang menginap untuk mencapai target yang diinginkan di tahun 2015 disamping terus berupaya untuk dapat mencapai target *occupancy* di tahun 2015. HARRIS Resort Waterfront Batam sangat menyadari pentingnya kepuasan tamu. Karena tamu yang puas suatu saat pasti akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang, dan mereka secara sukarela akan memberitahukan kepada kerabat atau orang disekitarnya terkait kepuasan yang dirasakan atas produk yang dibelinya. Hal tersebut merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan atau industri terkait yang berujung pada loyalitas.

Untuk meningkatkan kepuasan tamu, HARRIS Resort Waterfront Batam memiliki beberapa strategi antara lain: 1) Pengembangan sumber daya manusia (*people*) dengan mengolempokkan karyawan tetap, *casual*, tenaga kontrak dan peserta praktek kerja lapangan ke dalam satu kesatuan komunitas sebagai pelayan jasa untuk dapat mampu melayani dan berinteraksi dengan baik terhadap tamu. Hal ini dicerminkan melalui diadakannya *training* dan *introduction* pelayanan terhadap tamu, *guest contact*, *grooming*, *product knowledge*, dan *hotel operation*.

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Itu semua dilakukan satu bulan sekali terlebih jika ada peserta praktek kerja lapangan, *casual*, dan karyawan baru. 2) *Process*. Proses ini dilakukan dengan berfokus pada penyampaian jasa seperti: proses *check in-check out* mulai dari mengantarkan tamu dari *lobby*, proses *check-in*, sampai dengan tamu berada di kamar. 3) *Physical evidence*. *Physical evidence* ini ditunjukkan dengan adanya perubahan suasana *lobby*, taman yang berada di sekitar kolam renang, serta pembaruan teknologi informasi menggunakan *realta rhapsody* untuk masing-masing *department*, dan yang terakhir dengan dilakukannya pembaharuan *uniform* untuk karyawan HARRIS Resort Waterfront Batam. Selain produk dan promosi, ketiga hal tersebutlah yang terus dilakukan oleh HARRIS Resort Waterfront Batam untuk meningkatkan kepuasan tamu. Hal terpenting dalam industri perhotelan adalah *people* (karyawan), karena *moment of truth* terjadi ketika ada kontak antara karyawan dengan tamu hotel yang biasa disebut dengan *service encounter*.

Di dalam industri perhotelan terdapat sesuatu yang berbeda dengan industri lain yaitu adanya *grooming* yang dijunjung tinggi oleh perusahaan untuk dilaksanakan oleh karyawan, baik itu sikap, cara penampilan maupun interaksi. Disini karyawan hotel harus mampu memperhatikan empat kebutuhan dasar bagi para tamu hotel yaitu *need to be understood, need to feel comfort, need to feel welcome and need to feel important*. Keempat dasar ini merupakan elemen penting dalam industri perhotelan, alasannya adalah karyawan atau pelaku yang berpartisipasi dalam industri penyedia jasa menjadi petunjuk tentang karakteristik atas jasa yang akan diterima pelanggan.

Dalam penelitian ini penulis menyadari pentingnya mengelola *Service encounter* dan kualitas internal perusahaan. Karena dalam industri jasa, sumber daya manusia merupakan *element vital* bauran pemasaran dimana karyawan sebagai bagian dari produk. Semakin banyak karyawan dengan kontak tinggi dalam pekerjaan, menuntut karyawan menjadi produser sekaligus pemasar jasa. Untuk mengelola kualitas internalnya, suatu perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada karyawannya, sehingga karyawan akan memberikan pelayanan yang terbaik pula untuk konsumennya dalam melakukan pekerjaannya sebagai penyedia jasa sehingga konsumen akan merasa puas. Karena pelayanan yang baik

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

akan menghasilkan konsumen yang puas dan loyal yang dapat dijadikan aset masa depan. Hal tersebut akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang dan hal tersebut merupakan alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian terhadap *service encounter*.

Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013, hlm. 99) mengemukakan bahwa untuk mengukur keefektifan *service encounter* dapat dilihat dari empat dimensi yaitu *recovery* (sikap karyawan dalam menanggulangi masalah), *adaptability* (cara karyawan dalam menanggapi dan memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen), *spontaneity* (tindakan karyawan secara spontan dan tanpa harus diminta), dan *coping* (cara karyawan dalam menanggapi kebutuhan tamu yang belum terpenuhi).

HARRIS Resort Waterfront Batam menerapkan keempat dimensi *service encounter*, dikarenakan industri yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terlebih lagi kini persaingan semakin ketat.

TABEL 1. 5
PROGRAM SERVICE ENCOUNTER
HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM

PROGRAM	IMPLEMENTASI
Recovery	<ul style="list-style-type: none"> • Pihak hotel akan memberikan permintaan maaf langsung dari <i>General Manager</i> melalui kartu yang disertai <i>fruit basket</i> yang disimpan didalam room tamu tersebut. • Usaha yang dilakukan pihak hotel ketika terjadi kesalahan atau kekurangan dalam pelayanan terhadap tamu hotel dengan cara <i>upgrade</i> terhadap jenis kamar menjadi lebih baik, memberikan <i>discount</i>, <i>voucher</i>, <i>refunds</i>, <i>free gift</i>, dan sebagainya. • Pihak hotel juga melakukan <i>explanation</i> terhadap kekurangan atau kesalahan yang membuat tamu tidak puas terhadap pelayanan, (<i>honestly</i>) dengan meyakinkan bahwa kesalahan pelayanan yang terjadi bukan hal yang disengaja, (<i>effort</i>) usaha dalam menemukan solusi memecahkan penyelesaian keluhan tamu hotel, dan (<i>emphaty</i>) berusaha memahami keluhan tamu dan memberikan rasa kepercayaan kepada tamu yang komplain.
Adaptability	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Departmenn Front office</i> dan <i>food and beverage department</i> menggunakan seragam yang sama, khusus <i>Sales & Marketing Department</i> karyawan wajib menggunakan batik pada hari Jumat, tidak lupa juga <i>greeting</i> dan <i>smile</i> yang selalu terpancar dalam

Soni Herdiana, 2015

PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT

WATERFRONT BATAM: Survey Pada Tamu Individu Mancanegara yang Menginap di HARRIS Resort Waterfront Batam

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>menyambut tamu.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemesanan makanan dapat diantar ke kamar dan <i>wake up call</i> • Pelayanan <i>super time</i> yang di lakukan oleh <i>food and beverage department</i>.
<i>Spontaneity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan <i>valet parking</i>, <i>concierge</i> membawa barang bawaan tamu ketika <i>check-in</i>, dan pelayanan <i>turn down service</i> oleh <i>Housekeeping Department</i>. • Memberikan <i>birthday cake</i> serta ucapan selamat pada tamu yang berulang tahun. • Memberikan <i>welcome drink</i> dan <i>cool towel</i> kepada tamu yang datang atau tamu yang sedang melakukan <i>check-in</i>. • Menyediakan <i>cookies</i> atau <i>fresh fruits</i> untuk tamu yang datang atau tamu yang sedang melakukan <i>check-in</i>. • Memberikan <i>welcome dance</i> di area <i>lobby entrance</i> untuk menyambut <i>guest arrival</i>. • Menyediakan pelayanan <i>free pick up and service</i>.
<i>Coping</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan <i>guest comment</i> dan <i>guest complain paper</i> disetiap <i>department</i> seperti <i>front office</i>, <i>banquet</i>, <i>restaurant</i>, <i>room</i>, serta <i>personal approach</i> yang dilakukan langsung oleh <i>General Manager</i>. • Memberikan kecepatan dalam menanggapi keluhan dan keinginan tamu. • Kesiapan merespon keluhan dan keinginan tamu.

HARRIS Resort Waterfront Batam melaksanakan *service encounter* sebagai upaya untuk memberi kepuasan kepada tamu. Jika kepuasan tercapai maka akan tercipta loyalitas yang dapat mempertahankan citra HARRIS Resort Waterfront Batam. *Service encounter* ini erat kaitannya dengan karyawan. Karena karyawan adalah ujung tombak bagi terlaksananya suatu jasa pelayanan. Karyawan juga yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Karyawan adalah *part time marketer*, karena tindakan dan perilaku karyawan berpengaruh langsung terhadap kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Melalui pembekalan *training*, motivasi, pemberian penghargaan terhadap kinerja karyawan yang baik seperti *Best Employee's Achievement*, dengan tujuan untuk membentuk nilai-nilai budaya perusahaan serta *attitude* dan pengembangan pengetahuan karyawan oleh pihak manajemen agar terbentuk karyawan yang handal. Itulah alasannya mengapa

people menjadi hal terpenting dalam industri jasa dan penerapan *service encounter*.

Service encounter memiliki peranan penting dalam membangun persepsi tamu hotel terhadap jasa yang diterimanya. Namun apakah *service encounter* yang dilakukan oleh HARRIS Resort Waterfront Batam sudah dapat memenuhi harapan, kebutuhan dan keinginan tamu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu diadakannya penelitian tentang **“PENGARUH SERVICE ENCOUNTER TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HARRIS RESORT WATERFRONT BATAM “**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* di HARRIS Resort Waterfront Batam.
2. Bagaimana kepuasan tamu pada HARRIS Resort Waterfront Batam.
3. Bagaimana pengaruh pelaksanaan *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* terhadap kepuasan tamu HARRIS Resort Waterfront Batam.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai tanggapan tamu dalam hal:

1. *Service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* di HARRIS Resort Waterfront Batam.
2. Kepuasan tamu pada HARRIS Resort Waterfront Batam.
3. Pengaruh pelaksanaan *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* terhadap kepuasan tamu HARRIS Resort Waterfront Batam.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

1. Kegunaan teoritis:

Secara teoritis, hasil penelitian ini dilakukan sebagai pengembangan ilmu pemasaran pariwisata pada industri perhotelan dengan mengkaji pemahaman mengenai kepuasan tamu serta *service encounter* di HARRIS Resort Waterfront Batam.

2. Kegunaan praktis:

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak *national chain* khususnya bagi HARRIS Resort Waterfront Batam dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui implementasi strategi pelaksanaan *service encounter*. Selain itu diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi evaluasi strategi bagi pihak manajemen HARRIS Resort Waterfront Batam.

