

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sektor industri yang di mana memiliki potensi besar dan peluang untuk dikembangkan oleh suatu daerah maupun negara. Sektor pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global dan menjadi salah satu pendorong utama perekonomian dunia karena dilihat dari beberapa keuntungan salah satunya dapat memberikan devisa yang cukup besar bagi negara, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan budaya. Pariwisata merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa yang memiliki mendatangkan pemasukan untuk negara dan juga para pengusaha yang bergerak dalam bidang pariwisata yang memberikan lahan pekerjaan bagi masyarakat atau penduduk lokal. Menteri Pariwisata Arief Yahya menyatakan bahwa pariwisata adalah kunci pembangunan kesejahteraan dan kebahagiaan. Pariwisata harus menjadi *leading* pembangunan, yang berarti dapat menggerakkan perekonomian negara. Kegiatan pariwisata ini melibatkan segala aspek yang saling berhubungan, seperti perusahaan – perusahaan yang dapat menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan selama berada di daerah tempat tujuan (akomodasi, daerah tujuan wisata, transportasi, travel agent, restoran dan layanan lainnya), maka dari itu industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata.

Perkembangan pariwisata sangat mempengaruhi tumbuhnya dunia akomodasi seperti perhotelan sebagai sarana penunjang dunia pariwisata, adapun perhotelan saat ini tidak hanya terfokus sebagai sarana pariwisata atau hanya menyediakan fasilitas penginapan akan tetapi dengan dipengaruhi permintaan wisatawan yang lebih selektif dalam memilih hotel. Pada saat ini perkembangan akomodasi di Indonesia dapat dikatakan meningkat seiring banyaknya wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan akan memerlukan akomodasi untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk

dapat beristirahat. Dengan adanya sarana akomodasi ini maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Akomodasi perhotelan di Indonesia semakin berkembang dan ditunjang oleh banyaknya tempat wisata di berbagai kota. Dengan semakin banyaknya kota wisata dengan tempat wisata yang menarik, maka perhotelan pun semakin banyak dibangun. Keberadaan hotel-hotel di Indonesia, tentu saja sangat dibutuhkan dalam pariwisata, mengingat tanpa akomodasi yang memadai para wisatawan enggan untuk mau berkunjung. Di mana tidak hanya sekedar untuk menginap, namun dilengkapi fasilitas untuk melaksanakan meeting, acara indoor atau outdoor yang dilengkapi dengan fasilitas yang memadai.

Jawa Barat juga memiliki banyak daerah tujuan wisata yang tidak kalah dengan wisata lainnya. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat mencatat sekitar 46,1 juta wisatawan telah berkunjung ke Provinsi Jawa Barat selama tahun 2016. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Ida Hernida, mengatakan bahwa jumlah wisatawan tersebut terdiri 45 juta wisatawan nusantara dan 1,1 juta wisatawan mancanegara, ini berarti jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara untuk tahun 2016 ke Jawa Barat ternyata melebihi target. Target kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat pada 2016 sebanyak 38 juta wisatawan lokal dan 1,1 juta wisatawan mancanegara. Sejumlah daerah favorit yang menjadi tujuan wisatawan lokal dan mancanegara di Jawa Barat, nomor satu adalah wilayah Bandung Raya seperti Kota Bandung dan sekitarnya. Jawa Barat tidak hanya menjadi destinasi wisata yang paling dikunjungi oleh wisatawan nusantara, tetapi juga penyumbang wisatawan nusantara terbanyak dan Jawa Barat menempati posisi pertama jumlah kunjungan wisatawan nusantara menurut *Wisatajabar.com*. Jawa Barat dinilai memiliki potensi besar untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan karena daerahnya cocok untuk liburan maupun kegiatan MICE. Oleh karena itu Jawa Barat khususnya dikota Bandung untuk masalah akomodasi perhotelan sudah memadai.

Kota Bandung yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota ini pada zaman dahulu dikenal sebagai Paris van Java (bahasa Belanda) atau "Paris dari Jawa". Karena terletak di dataran tinggi, Bandung dikenal sebagai tempat yang berhawa sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata yang paling menarik, baik bagi wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara. Bandung memiliki berbagai keunikan, mulai dari potensi wisata alam, budaya, kuliner, wisata belanja karena terdapat banyak *factory outlet*, wisata edukasi maupun wisata sejarah. Seiring dengan banyaknya wisatawan datang mengunjungi kota Bandung, hal ini juga berpengaruh pada peningkatan sarana akomodasi perhotelan.

Sementara itu keadaan perhotelan di Bandung, juga tidak kalah semarak, bahkan usaha perhotelan saat ini sangat berkembang cepat dimana masing-masing hotel di Bandung harus bersaing ketat untuk dapat terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan beragam usaha, mulai dari, kuliner, kafe, *home industry*, dan *factory outlet (FO)* yang membuat Kota Kembang ini diserbu wisatawan, khususnya di akhir pekan atau pada saat hari libur. Sebagai imbasnya, bisnis hotel dikota Bandung ikut meningkat dengan adanya beberapa pembangunan Hotel baru di Kota Bandung. Berbagai kelas hotel dari mulai *international chain*, *local* hotel dan hotel kelas melati. Wisatawan dapat menemukan hotel dari harga yang murah hingga harga yang mahal dengan mudah seperti ditengah kota, didekat daerah tujuan wisata atau didekat pusat keramaian. Di Bandung sendiri telah tercatat banyak hotel berbintang maupun lokal hotel yang menyediakan berbagai macam pelayanan serta fasilitas yang lengkap. Persaingan pun dimulai dari berbagai macam cara baik itu dari segi pelayanan, fasilitas, dan bahkan harga yang ditawarkan pun beragam. Berikut tabel 1.1 jumlah data Hotel Berbintang di Kota Bandung.

TABEL 1.1
JUMLAH HOTEL BINTANG DAN NON BINTANG
DI KOTA BANDUNG 2017

No	Klasifikasi	2017
1.	Bintang 5	13
2.	Bintang 4	30
3.	Bintang 3	47
4.	Bintang 2	34
5.	Bintang 1	15
6.	Melati 3	122
7.	Melati 2	81
8.	Melati 1	68
JUMLAH		410

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. 2017

Tabel 1.1 menjelaskan jumlah hotel bintang dan non bintang di Kota Bandung pada tahun 2017 yaitu 410 hotel. Hal ini membuktikan semakin meningkat jumlah perhotelan di Kota Bandung untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Oleh karena itu mengakibatkan persaingan antara satu hotel dengan hotel lainnya yang semakin kompetitif untuk meningkatkan pelayanan ,memperbaiki sarana dan prasarana. Hotel Bintang tiga juga tidak kalah dengan hotel bintang empat dan lima dalam hal pelayanan dan kenyamanan hotel. Selain itu hotel bintang tiga menawarkan harga yang terjangkau dan memiliki fasilitas yang dibutuhkan tamu untuk menginap.

Salah satunya hotel bintang tiga yaitu Serela Riau Hotel Bandung yang memiliki lokasi ditengah Kota Bandung. Selain terletak ditengah, harga hotel ini juga terjangkau bagi tamu yang akan menginap atau dan berlibur di Kota Bandung. Dalam mengidentifikasi jenis tamunya, Serela Riau Hotel Bandung membuat segmentasi pasar yang terdiri dari *government*, *corporate*, tamu individu atau lebih dikenal dengan istilah *Free Individual Traveler (FIT)* dan *travel agent*. Berikut tabel 1.2 segmentasi pasar Serela Riau Hotel Bandung:

TABEL 1.2
SEGMENTASI PASAR SERELA RIAU HOTEL BANDUNG
2014-2016

No	Market Segment	2014	2015	2016
1	<i>Government</i>	11%	14%	15%
2	<i>Corporate</i>	25%	15%	18%
3	<i>FIT</i>	51%	60%	53%
4	<i>Travel Agent</i>	13%	11%	14%

Sumber: *Front Office Department* Serela Riau Hotel Bandung. 2017

Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa segmen pasar tertinggi di Serela Riau Hotel Bandung pada tahun 2016 yaitu *free individual traveler* yang akan menginap dan memberikan dampak positif bagi Serela Riau Hotel Bandung, karena tamu individu memberikan pengaruh terbesar bagi pendapatan hotel. *Free individual traveler* adalah tamu yang menginap dan datang secara pribadi, bukan atas nama member dari suatu kelompok. Dapat dilihat tamu *free individual traveler* dari tahun 2014 menuju 2015 mengalami kenaikan sebesar 9% dan pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 7%. Namun, *free individual traveler* ini tetap menjadi segmen utama untuk Serela Riau Hotel Bandung. Berikut terdapat data yang menunjukkan tingkat hunian Serela Riau Hotel Bandung pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.

TABEL 1.3
ROOM AVAILABE, ROOMSOLD DAN OCCUPANCY
SERELA RIAU HOTEL BANDUNG
TAHUN 2014– 2016

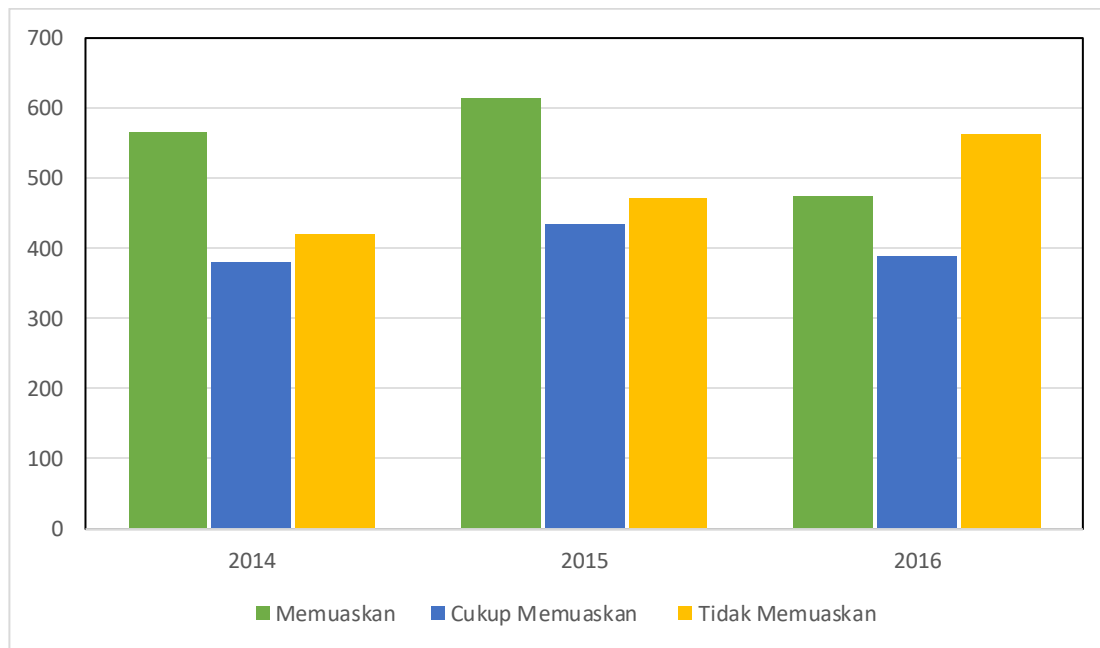
Keterangan	2014	2015	2016
<i>Room Available</i>	30, 295	30, 295	30, 295
<i>Room Sold</i>	23, 277	28, 606	20, 354
<i>Occupancy</i>	69,27%	73,83%	62,91%

Sumber: *Front Office Department* Hotel Serela Riau Bandung, 2017

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa *room sold* pada tahun 2014 yaitu 23,277 mengalami kenaikan sebesar 5239 ditahun 2015 dan menjadi 28,606. Lalu pada tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 8252 menjadi 20,354. Begitu pun dengan tingkat *occupancy*, pada tahun 2014 berada di 69.27% dan mengalami kenaikan sebesar 4.56% menjadi 73.83%. Lalu pada tahun 2015 tingkat *occupancy* sebesar 73.83% dan mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 10,92%. Serela Riau Hotel Bandung

mempunyai harapan agar tingkat hunian kamar meningkat disetiap tahunnya. Menurunnya *room sold* dan *occupancy* tersebut dapat berindikasi pada penurunan pendapatan. Selain menurunnya *room sold* dan *occupancy*, Serela Riau Hotel Bandung bermasalah pada tamu yang masih tidak puas. Tingkat hunian kamar yang tiap tahunnya semakin menurun diperkirakan karena adanya tamu yang tidak puas.

Oleh sebab itu Serela Riau Hotel Bandung harus mengatasi permasalahan yang ada dengan tujuan tingkat *occupancy* dapat meningkat dan memperhatikan fasilitas-fasilitas hotel serta meningkatkan pelayanan bagi tamu. Hal ini dibuktikan dengan adanya *guest comment* tamu yang menginap. Berikut data *guest comment* tamu yang menginap di Serela Riau Hotel Bandung:



Sumber: *Front Office Department* Serela Riau Hotel Bandung, 2017

GAMBAR 1.1
GUEST COMMENT
SERELA RIAU HOTEL BANDUNG

Gambar 1.1 diatas adalah data kepuasan dan ketidkpuasan menunjukan bahwa pada tahun 2014 sebanyak 567 tamu mengalami puas, 382 tamu cukup puas dan 420 tamu mengalami tidak puas. Lalu pada tahun 2015 mengalami kenaikan kepuasan menjadi 615 tamu, 434 tamu cukup puas dan kenaikan yang tidak puas menjadi 472

tamu. Sedangkan pada tahun 2016 mengalami kenaikan jumlah tamu yang tidak puas menjadi 580 tamu, 390 tamu cukup puas dan 474 tamu mengalami puas. Pada dasarnya seorang tamu yang menginap di hotel akan menilai kualitas pelayanan jasa yang diberikan dimulai dari proses reservasi kamar, *check-in*, *check-out* dan membandingkan dengan pengalaman yang mereka alami sebelumnya. Selain melalui *guest comment*, sebagian dari para tamu hotel menyampaikan langsung keluhan kepada pihak hotel. Berikut adalah data tamu yang menyampaikan keluhan secara langsung kepada pihak hotel.

TABEL 1.4
DIRECT COMPLAINT GUEST SERELA RIAU HOTE BANDUNG

Tahun	2014	2015	2016
<i>Direct Complaint Guest</i>	117	139	160

Sumber: *Front Office Department Serela Riau Hotel Bandung, 2017*

Tabel 1.4 diatas yaitu data tamu yang menyampaikan keluhan secara langsung kepada pihak hotel. Pada tahun 2014 tamu yang menyampaikan keluhan secara langsung sebanyak 117 tamu. Lalu, pada tahun 2015 sebanyak 139 tamu yang menyampaikan keluhan secara langsung. Sedangkan pada tahun 2016 tamu yang menyampaikan keluhan secara langsung menjadi 160 tamu.

Ketidakpuasan tamu rata-rata dikarenakan pengalaman yang dirasakan oleh tamu hotel yaitu menyampaikan keluhan dalam segi fasilitas dan pelayanan hotel. Misalnya, parkir mobil yang kurang luas, ukuran kamar yang disediakan kecil dan sempit, kamar tidak sesuai dengan gambar di website, kamar mandi tidak bersih, peredam suara yang kurang baik sehingga menimbulkan bising, AC tidak berfungsi atau bocor, koneksi *wifi* yang lemah, pelayanan lambat, dan menu makanan sarapan pagi kurang bervariasi. Pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel untuk para tamu harus yang terbaik sehingga tidak membuat konsumen merasa kecewa. Tetapi, tidak dapat dipungkiri sekalipun pelayanan yang diberikan pihak hotel sudah maksimal, terkadang masih saja ada konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga pada akhirnya memutuskan untuk beralih ke hotel lain.

Salah satunya yaitu Serela Riau Hotel Bandung yang sudah memberikan pelayanan terbaik, namun pada kenyataannya pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya baik untuk tamu, karena banyak tamu yang merasa tidak puas. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan pelayanan yang ramah ketika berinteraksi dengan tamu. Pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan bagi tamu, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan buruk pada saat melayani tamu akan menimbulkan ketidakpuasan. Ketidakpuasan ini penyebab dari kegagalan layanan yang diberikan, dimulai pada saat tamu masuk ke hotel atau *lobby* sampai tamu *check out*. Kegagalan pelayanan yang terjadi membuat hotel harus memiliki strategi untuk memperbaiki pelayanan yang buruk dengan adanya *quality points* yaitu meningkatkan pelayanan semua karyawan khususnya *front line*, mereka wajib melakukan *sop* hotel kepada tamu, lalu karyawan akan mendapatkan poin jika melakukan pelayanan yang baik, namun poin akan berkurang jika pelayanan yang diberikan oleh karyawan buruk.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2016:511) “*Service recovery is a term for systematic efforts by a firm to correct a problem following a service failure and to retain a customer’s goodwill. Service recovery efforts play a crucial role in achieving (or restoring) customer satisfaction and loyalty.*” Pemulihan layanan adalah istilah upaya sistematis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki masalah setelah kegagalan layanan dan untuk mempertahankan baik pelanggan. Upaya pemulihan layanan memainkan peran penting dalam mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Hibbert *et al* (2012) menyatakan bahwa upaya pemulihan layanan perusahaan yang tepat akan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan mengharapkan ketika mereka mengeluh akan segera diatasi dengan cepat oleh perusahaan. Adapun dimensi dari *service recovery* yaitu *compensation*, *employee empowerment*, *employee behaviours*, dan *communication* (Wamuyu, Stephen Njuguna, 2016).

Service recovery yang terdiri dari dimensi *compensation*, *employee empowerment*, *employee behaviours*, dan *communication*, yang tentunya diterapkan di Serela Riau Hotel Bandung.

Compensation atau kompensasi dilakukan untuk mengurangi rasa kekecewaan tamu, Serela Riau Hotel Bandung mengimplementasikan kompensasi sebagai bentuk permintaan maaf kepada tamu yang menginap, apabila terjadi kegagalan layanan atau ketidaknyamanan selama menginap. Bentuk kompensasi yang diberikan berupa *discount, voucher room, voucher fnb or free meal, upgrade room, voucher* karaoke, dan *voucher* belanja. Kompensasi tersebut diberikan kepada tamu sesuai dengan keluhan yang dirasakan tamu. Dimensi *employee empowerment* atau pemberdayaan karyawan ini membuktikan sejauh mana karyawan bisa mengatasi masalah secara mandiri tanpa meminta bantuan karyawan lain dengan cepat dan sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu. Para karyawan di Serela Riau Hotel Bandung dituntut untuk memiliki KAGUM DNA, dimana KAGUM DNA tersebut terdiri dari *accountability* yaitu karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab dalam hal apapun, *unique* yaitu harus menciptakan pengalaman yang unik bagi tamu yang menginap, *meaningful* yaitu memberikan makna positif bagi tamu tentang Serela Riau Hotel Bandung, *giving* yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para tamu, dan *knowledge* yaitu harus memiliki pengetahuan yang luas tidak hanya mengenai Serela Riau Hotel Bandung, namun harus mengetahui semua *brand* yang dimiliki oleh KAGUM.

Implementasi untuk *Employee Behaviours* atau perilaku karyawan di Serela Riau Hotel Bandung dalam menangani masalah atau keluhan dari tamu dengan memiliki sikap yang sopan santun pada saat menyampaikan permohonan maaf, menghargai konsumen, memberikan sikap perhatian dan peduli serta memahami apa yang diinginkan oleh tamu. Sedangkan Implementasi untuk *communication* atau komunikasi yang dilakukan oleh Serela Riau Hotel Bandung dengan cara selalu melakukan komunikasi dengan para tamu dimulai dari tamu pada saat masuk ke hotel melakukan proses *check in, check out* atau selama menginap di hotel, baik untuk menanyakan tentang kesan maupun keluhan. Komunikasi yang dilakukan ketika menghadapi keluhan dari tamu diantaranya memberi penjelasan kepada tamu mengenai permasalahan yang membuat tamu tidak puas terhadap layanan yang diberikan, memberikan informasi yang cukup dan menyampaikan informasi, lalu komunikasi

dengan jujur mengakui kesalahan yang dialami tamu, dan meyakinkan konsumen bahwa kesalahan yang terjadi bukan hal yang disengaja.

Oleh karena itu fokus utama Serela Riau Hotel Bandung adalah meningkatkan kepuasan tamu individu khususnya *free individual traveler* yang menginap melalui penerapan *service recovery*. Serela Riau Hotel Bandung melakukan *service recovery* agar dapat memperbaiki kepuasan tamu yang sebelumnya tidak puas menjadi puas dan memperbaiki pencapaian target yang direncanakan ditahun berikutnya dapat tercapai. Perusahaan harus memahami dengan seksama antara harapan serta kebutuhan konsumen terlebih dahulu. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara maksimum. *Service recovery* yang dilakukan oleh Serela Riau Hotel Bandung merupakan sebuah upaya untuk dapat meningkatkan kepuasan tamu. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu diadakan penelitian mengenai **“Pengaruh *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Tamu Di Serela Riau Hotel Bandung”** (Survei Terhadap *Free Individual Traveler* yang Melakukan Komplain di Serela Riau Hotel Bandung).

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *service recovery* di Serela Riau Hotel Bandung.
2. Bagaimana gambaran kepuasan *free individual traveler* di Serela Riau Hotel Bandung.
3. Bagaimana pengaruh *service recovery* terhadap tingkat kepuasan *free individual traveler* di Serela Riau Hotel Bandung.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai pelaksanaan *service recovery* di Serela Riau Hotel Bandung.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran kepuasan *free individual traveler* di Serela Riau Hotel Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan *free individual traveler* di Serela Riau Hotel Bandung.

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata, dengan mengkaji pemahaman dan peranan penting mengenai *service recovery* dan kepuasan tamu di industri perhotelan.

2. Kegunaan Empirik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak manajemen Serela Riau Hotel Bandung mengenai implementasi *Service Recovery* dalam melihat kepuasan tamu menginap. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat menjadi evaluasi strategi pemasaran bagi pihak Serela Riau Hotel Bandung.