

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era modern ini persaingan yang terjadi di dunia pariwisata semakin ketat sehingga semua resort atau hotel berlomba-lomba memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya bagi hotel mereka. Untuk memberikan pelayanan terbaik, pihak manajemen hotel terus berusaha meningkatkan pelayanan agar dapat memenuhi kriteria standar layanan hotel (Dimiyanti, 1989: 58).

Dalam satu dasawarsa terakhir persaingan yang terjadi disektor jasa sangat tajam. Untuk itu, perusahaan jasa mulai berlomba-lomba mempunyai perbedaan (*differentiation*) khususnya dalam kualitas pelayanan (*service quality*).

Persaingan yang ketat, dimana semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing (Tjiptono, 1997: 23-24).

Menurut Lewis & Boom 1983 (dalam Tjiptono, 2008:85) Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sehingga strategi yang didasarkan dalam industri jasa adalah dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang

bermutu tinggi serta komitmen manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan secara terus-menerus.

Kualitas pelayanan melibatkan semua manajer dan karyawannya karena alat dari kualitas pelayanan ini adalah sumber daya manusia dimana semua posisi memiliki kapasitas dan keinginan untuk dapat merespon serta memberikan layanan jasa terhadap segala kebutuhan tamu. Hasil akhir dalam proses jasa adalah untuk memberikan manfaat yang memenuhi dan/atau melampaui kepuasan tamu atau wisatawan yang berkunjung ke resort tersebut. Seperti yang diuraikan oleh Tjiptono, 1997: 24 bahwa:

“Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan”.

Pulau Umang Resort & Spa merupakan sebuah kawasan wisata yang berlokasi di teluk selamat datang, Desa Sumur, Pandeglang-Banten. Pulau Umang merupakan suatu resort hotel yang dibedakan dari hotel lainnya oleh fakta bahwa resort merupakan pilihan terakhir dari para tamu. Dengan kata lain, para tamu berencana untuk datang ke resort tertentu karena pemandangan alam sekelilingnya, aktifitas yang tersedia atau hanya untuk menghindari dari kehidupan mereka sehari-hari. Biasanya, para tamu di resort hotel tinggal untuk jangka waktu yang lama daripada para tamu hotel sementara. General Manager yang biasanya merencanakan, mengatur, dan mengarahkan acara, ini penting adanya untuk kepuasan tamu. Atmosfer yang lebih menyenangkan dan membuat rileks membedakan resort ini dengan rekan usaha lain yang lebih komersial.

Tujuan dari seluruh karyawan resort adalah untuk menyediakan pengalaman yang akan dinikmati para tamu, menceritakan kepada teman-teman mereka tentang resort ini, dan ingin kembali ke resort ini lagi. Suatu resort biasanya sejauh ini sangat memperhatikan dan melayani penuh makanan, minuman, kamar, dan kebutuhan yang bersifat rekreasi untuk para tamu.

Pulau Umang Resort Hotel mengambil konsep “*Living in Nature*” dengan *design* arsitektur yang bernafas alam serba terbuka memberi kesan menyatu dengan alam, hal ini dapat dilihat dari *design* villa yang menarik dan menghadap ke laut lepas. Sama halnya dengan fasilitas lainnya memiliki *view* langsung ke arah laut lepas.

Jarak tempuh menuju Pulau Umang Resort & Spa dengan mengendarai mobil sekitar 5 jam dari pintu tol Kebon Jeruk. Perjalanan yang cukup melelahkan, untuk itu kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu pun harus dapat memuaskan tamu tersebut.

Untuk menciptakan kepuasan wisatawan tersebut, maka karyawan dari suatu hotel atau resort harus melakukan interaksi yang baik dengan para tamunya. *Guest Relation Officer (GRO)* merupakan salah satu bagian di resort yang memiliki kecenderungan paling tinggi untuk berinteraksi sosial terutama dengan tamu. Selama 24 jam penuh *Guest Relation Officer (GRO)* harus dapat melayani tamu tersebut. Agar menjadi tenaga yang professional dalam memberikan kualitas pelayanan maka diperlukan penguasaan kompetensi sikap (*attitude*), pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*).

Setiap tamu yang datang memiliki satu *Guest Relation Officer* (GRO) yang akan mendampingi tamu dan memandu selama tamu tersebut berada di Pulau Umang. Untuk itu *Guest Relation Officer* (GRO) bagi pulau Umang Resort and Spa dikenal sebagai bagian yang pertama dan terakhir dari tamu. Tamu yang datang di resort akan disambut, dan pada waktu akan *check out* pun tamu masih berhubungan dengan *Guest Relation Officer* (GRO) untuk membantu menyelesaikan *billing* pada saat menginap dan mengantarkan tamu hingga dermaga. Jadi sudah sewajarnya bila kesan yang mendalam akan tercipta dibagian ini.

*Guest Relation Officer* (GRO) juga merupakan tempat keluhan utama para tamu. Seorang yang keinginannya tidak terpenuhi, atau bahkan bila tidak dengan segera dipenuhi, maka dia akan *complaint*. Banyak hal bisa menjadi keluhan bagi tamu. Bila resort tidak mampu mengelola kualitas pelayanan dengan baik, maka *Guest Relation Officer* (GRO) akan menjadi tempat keluhan tamu.

Sebagai contoh pada saat tamu ingin melakukan aktifitas seperti *snorkeling/fishing*, GRO tidak segera merespon atau memberikan layanan yang tamu inginkan maka itu akan menimbulkan *complaint*, *complaint* yang dilakukan oleh tamu dilakukan secara langsung atau melalui *guest comment*. Berdasarkan *guest comment* yang diberikan kepada tamu, ada beberapa yang menunjukkan bahwa keluhan mereka cenderung kurang puas dari segi pelayanan yang diberikan GRO. Seperti GRO kurang dapat mengatur waktu dengan tamu, maupun keberadaan GRO pada saat tamu berlibur. Sehingga penulis meneliti dari segi kualitas pelayanan yang diberikan GRO namun perlu diketahui tidak semua tamu

yang datang mengisi *guest comment* yang disarankan sehingga perusahaan kesulitan dalam mengevaluasi kekurangan yang ada di pulau umang baik dari segi kualitas pelayanan maupun hal lainnya, karena kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan tamu dan berakhir dengan kepuasan tamu.

Berdasarkan pada uraian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis akan membahasnya pada penulisan skripsi ini dengan judul: **“Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Pulau Umang Resort & Spa”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan *Guest Relation Officer* (GRO) pada tamu di Pulau Umang Resort and Spa?
2. Bagaimana tingkat kepuasan tamu terhadap layanan yang diberikan *Guest Relation Officer* (GRO) di Pulau Umang Resort and Spa?
3. Seberapa besar hubungan antara kualitas pelayanan pada bagian *Guest Relation Officer* (GRO) dengan kepuasan tamu di Pulau Umang Resort and Spa?

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui peranan kualitas pelayanan pada bagian GRO di Pulau Umang Resort and Spa.

2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu di Pulau Umang Resort and Spa.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan pada bagian *Guest Relation Officer* (GRO) terhadap kepuasan tamu di Pulau Umang Resort and Spa.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan akan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Penulis
  - a. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman mengenai kepariwisataan.
  - b. Dapat memberikan perluasan wawasan berpikir sehingga dapat mengaplikasikan konsep dan teori yang di dapat kedalam kehidupan sehari-hari.
2. Pihak Pulau Umang Resort & Spa  
Manfaat teoritis, guna memberikan sumbangan pemikiran dan masukan dalam hal kualitas pelayanan yang baik dalam memenuhi kepuasan yang berkunjung ke Pulau Umang Resort & Spa.
3. Pembaca dan penulis selanjutnya

Sebagai bahan rujukan dan referensi bacaan yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang berkaitan antara kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* (GRO) terhadap kepuasan tamu.

## E. Kerangka Pemikiran

Lewis & Booms, 1983 (dalam Fandy Tjiptono, 2005: 121), mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan, mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini kualitas pelayanan atau pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Lima determinan kualitas pelayanan menurut (Lovelock, 1991: 368), dapat disingkat menjadi “TERRA” yaitu:

1. *Tangible* (berwujud)
2. *Empathy* (empati)
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
4. *Reability* (keandalan).
5. *Assurance* (kepastian)

Yang melandasi dasar pemikiran penelitian ini adalah untuk mengkaji masalah peranan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan tamu. Pulau Umang akan memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap tamu yang datang. Setiap tamu yang datang pasti mempunyai harapan untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Kepuasan tamu merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan tamu dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan

yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Menurut Supranto (2006 : 107) ada enam butir kepuasan tamu yaitu:

1. *Availability of Service* (Keberadaan Pelayanan)
2. *Responsiveness of Service* (Ketanggapan Pelayanan)
3. *Timeliness of Service* (Ketepatan Pelayanan)
4. *Professionalism of Service* (Profesionalisme Pelayanan)
5. *Over All Satisfaction with Service* (Kepuasan keseluruhan dengan Pelayanan)
6. *Over All Satisfaction with Product* (Kepuasan keseluruhan dengan Barang)

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

*Service quality* diukur dengan  
TERRA :

1. *Tangible* (berwujud)
2. *Empathy* (empati)
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
4. *Reability* (keandalan)
5. *Assurance* (kepastian)

Sumber : Lovelock, 1991 : 368

Kepuasan tamu dapat diukur oleh :

1. *Availability of Service* (Keberadaan Pelayanan)
2. *Responsiveness of Service* (Ketanggapan Pelayanan)
3. *Timeliness of Service* (Ketepatan Pelayanan)
4. *Professionalism of Service* (Profesionalisme Pelayanan)
5. *Over All Satisfaction with Service* (Kepuasan keseluruhan dengan Pelayanan)
6. *Over All Satisfaction with Product* (Kepuasan keseluruhan dengan Barang)

Sumber : Supranto, 2006 : 107