

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia memiliki sumber daya wisata yang sangat kaya dengan aset alam, budaya, flora dan fauna dengan ciri khas Asia dan Australia di setiap wilayah perairan dan pulau di Indonesia (Gunawan M.P. 1997). Indonesia tercatat mendapatkan *ranking* ke-enam pada *Top Twenty Tourism Destinations in East and The Pacific* (WTO, 1999), yang berarti Indonesia menempati urutan keenam dari 20 tempat yang menjadi tujuan wisata di Asia Pasifik. Pariwisata merupakan bisnis yang sangat besar dan Indonesia berpeluang untuk memainkan peran di dalamnya. Itulah alasan mengapa pariwisata menjadi salah satu sumber devisa negara.

Resort merupakan suatu kawasan wisata terpadu yang tidak hanya menyediakan sarana akomodasi tetapi juga memiliki *point of interest* (keindahan alam), pelayanan, dan bermacam-macam fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola. Pembangunan resort akan terus berkembang, *travel efficiency* menjadi makin penting bagi wisatawan dan resort telah banyak menarik kunjungan wisatawan terbesar di berbagai negara (jurnal MRL volume 2, 2006 : 6).

Salah satu provinsi yang sedang berkembang dalam bidang pariwisata adalah Banten. Secara geografis Banten terletak di antara Jawa Barat dan Sumatera. Populasi penduduk provinsi Banten adalah 8.956.229 jiwa (menurut data tahun 2003). Di bagian barat provinsi ini, terdapat sebuah gunung berapi

yang terkenal, yang meletus terakhir kali pada tahun 1883. Gunung berapi tersebut terletak di selat Sunda, dan bernama Krakatau. Secara administratif, provinsi Banten terdiri atas enam daerah tingkat dua, yaitu kabupaten Serang, Pandeglang, Lebak, dan Tangerang, serta kota Cilegon dan Tangerang. Karena terletak pada 8 derajat sebelah selatan garis khatulistiwa, provinsi Banten memiliki iklim tropis.

Salah satu objek wisata yang terkenal di Banten adalah Pulau Umang *Resort and Spa*. Pulau Umang *Resort and Spa* didirikan pada tahun 2004 dan dimiliki oleh swasta. Pulau Umang *Resort and Spa* menawarkan beragam fasilitas dan kegiatan wisata yang bisa dinikmati oleh beragam jenis wisatawan mulai dari wisatawan yang sedang berbulan madu, keluarga bahkan tamu perusahaan. Pulau Umang juga menjadi tujuan wisata, baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Wisatawan yang datang ke Pulau Umang *Resort and Spa* sebagian besar bertujuan untuk rekreasi.

*Point of interest* yang dimiliki oleh Pulau Umang *Resort and Spa* adalah resort ini didirikan di atas sebuah pulau yang jaraknya dari pantai atau daratan, hanya sekitar 1 kilometer. Dengan begitu, di satu sisi pulau kita dapat melihat keindahan panorama pantai yang ada di darat, dan di sisi yang berlawanan kita dapat melihat lautan yang luas. Keindahan itulah yang membuat para pengunjung yang pernah menginap di Pulau Umang *Resort and Spa*, ingin datang kembali ke Pulau Umang *Resort and Spa*. Selain menawarkan keindahan panorama alamnya sebagai tempat untuk melepaskan kepenatan wisatawan sejenak dari rutinitas sehari-hari yang melelahkan, Pulau Umang *Resort and Spa* juga menawarkan pelayanan dari SDM maupun dari fasilitas yang tersedia.

Pulau Umang *Resort and Spa* selalu berusaha membuat para tamunya puas dengan pelayanan yang mereka berikan, mulai dari keberangkatan misalnya wisatawan di hubungi oleh seorang GRO (*guest relation officer*) untuk mengetahui waktu keberangkatan wisatawan agar dapat mengestimasi kedatangan wisatawan di Desa Sumur (tempat parkir untuk wisatawan yang menginap di Pulau Umang *Resort and Spa*) agar dapat disambut oleh GRO tersebut, karena wisatawan yang menginap di Pulau Umang *Resort and Spa* di temani oleh seorang GRO. GRO tersebut bertugas menemani wisatawan selama berlibur, menjelaskan segala fasilitas yang ada, dan juga menyiapkan permintaan khusus dari wisatawan.

Memberikan pelayanan yang berkualitas bukan hanya dilakukan oleh seorang GRO, tetapi juga di berikan oleh semua pegawai yang bekerja di Pulau Umang *Resort and Spa*. Hal tersebut merupakan salah satu cara Pulau Umang *Resort and Spa* untuk menciptakan loyalitas konsumennya. Loyalitas konsumen akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif adalah semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Griffin, 2002).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan di dalam bisnis perhotelan, merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai kualitas suatu hotel, konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan. Konsumen yang mendapatkan kepuasan maka konsumen tersebut dapat menggunakan jasa tersebut

lagi di kemudian hari (loyalitas konsumen). Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas konsumen, dan sebaliknya (Kotler, 2002).

Tetapi berdasarkan observasi, tamu di Pulau Umang *Resort and Spa* banyak yang masih merasa kurang puas dengan fasilitas dan pelayanan dari SDM di Pulau Umang *Resort and Spa*. Itu dapat dilihat dari *guest comment* di Pulau Umang *Resort and Spa* yang sebagian besar berisi tentang keluhan wisatawan tentang jarak Pulau Umang yang jauh serta rute nya yang kurang nyaman, ada juga wisatawan yang mengeluhkan tentang kerusakan atau kesalahan teknis pada fasilitas yang ada di kamar mereka seperti kerusakan AC, atau AC kurang dingin, saluran TV yang kurang jernih, dll. Keluhan-keluhan yang disampaikan wisatawan melalui *Guest comment* yang ada di Pulau Umang *Resort and Spa* merupakan gambaran kualitas pelayanan yang ada di Pulau Umang *Resort and Spa* yang masih memerlukan peningkatan, agar loyalitas wisatawan juga meningkat. Hal tersebut yang menjadikan penulis tertarik dan melakukan penelitian di Pulau Umang *Resort and Spa*, dalam penulisan skripsi ini dengan mengambil judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pulau Umang Resort & Spa”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Pulau Umang *Resort and Spa*?

2. Bagaimana loyalitas pelanggan di Pulau Umang *Resort and Spa*?
3. Bagaimana kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas Pelanggan di Pulau Umang *Resort and Spa*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang serta rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui dan mempelajari tentang kualitas pelayanan di Pulau Umang *Resort and Spa*.
2. Untuk mengetahui dan mempelajari tentang loyalitas pelanggan di Pulau Umang *Resort and Spa*.
3. Menganalisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Pulau Umang *Resort and Spa*.

### **D. Manfaat Penelitian**

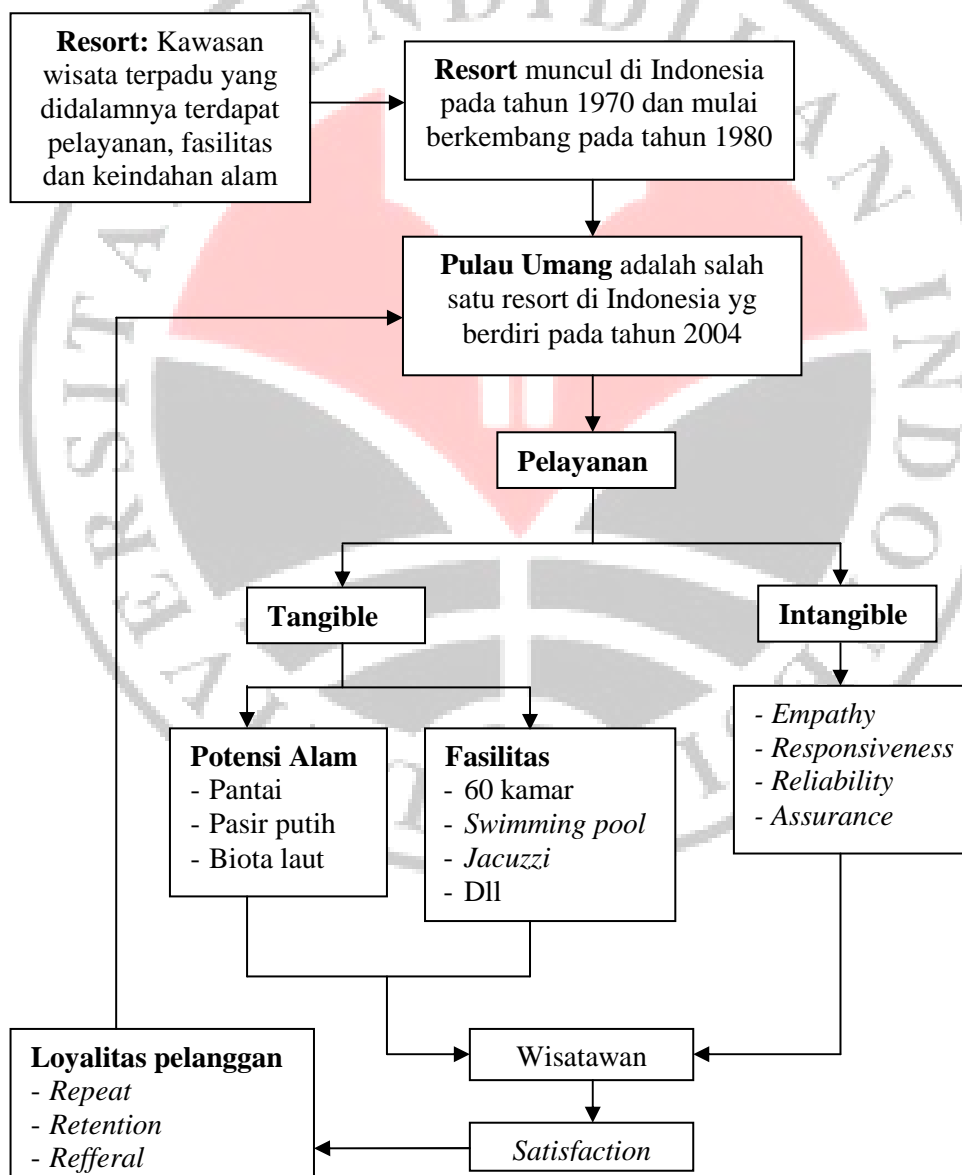
Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh.
2. Bagi pembaca, untuk menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian.

3. Bagi Pulau Umang, hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

### E. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1  
Kerangka Pemikiran



Sumber : hasil olahan peneliti (2010)