

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata ialah sebuah industri andalan serta pilihan bagi pembaharuan ekonomi di negara berkembang. Pulau Bali ialah suatu destinasi pariwisata sangat diminati oleh pengunjung dari mancanegara, dengan keindahan dan sumber daya alam yang menjanjikan memiliki prospek baik untuk menjadi objek pariwisata. Wihadanto dan Firmansyah (2013), menyebutkan bahwa Bali merupakan daerah pariwisata yang mana penduduk setempat bergantung pada sektor industri pariwisata. Industri pariwisata ialah sebuah industri utama dilain industri tani, serta industri menengah serta kecil di daerah Bali. Sebagai salah satu destinasi wisata, tentu harus didukung dengan adanya akomodasi yang sesuai seperti sarana penginapan salah satunya yaitu hotel yang menjadi akomodasi bagi wisatawan mancanegara sebagai tempat tinggal serta memfasilitasi berbagai kebutuhan sesuai dengan pesanan tamu yang menginap. Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat tamu beristirahat dan menginap namun juga menawarkan fasilitas yang menunjang kepuasan bagi para tamu.

Maya Sanur Resort *and Spa* yakni sebuah perhotelan berkawasan di daerah Sanur, tempat ini tersering mendapat kunjungan pelancong internasional dari mancanegara. Spa Maya Sanur merupakan *highlight* utama dari Maya Sanur Resort *and Spa*, salah satu *signature spa* dari Maya Sanur adalah *balinese massage* dan

soothing maya massage. *Balinese massage* merupakan pijatan yang menggunakan teknik tradisional Bali dengan memfokuskan tekanan jari dan telapak tangan yang kuat menggunakan minyak ekstrak kacang kedelai (*soybean oil*) untuk merilekskan semua anggota tubuh. Sedangkan, *soothing maya massage* merupakan pijatan dengan waktu yang panjang khas dari *Spa* Maya Sanur yang menenangkan dan terasa seperti angin laut, dikombinasikan dengan minyak aromaterapi yang membawa indera ke dalam euforia dan menciptakan tubuh anda dalam keadaan segar dan rileks.

Spa Maya Sanur menawarkan banyak promosi, diskon serta *packages* yang menarik setiap bulannya. *Package* ini berupa *complimentary massage* bagi tamu yang memesan melalui agen travel yang bekerjasama dengan pihak Maya Sanur *Resort and Spa*. Fasilitas dari *Spa* Maya Sanur tidak kalah menarik yakni berupa *fitness center* dan *yoga class* yang bisa diikuti oleh tamu *in house* maupun tamu *outsider*, ini yang menjadi kelebihan utama dari Maya Sanur *Resort and Spa*. Semakin banyaknya hotel bintang 5 di daerah Sanur mengakibatkan keberadaan kompetitor di pariwisata menunjukkan kesulitan serta ketipisannya dalam diprediksi. Keadaan demikian mengarahkan pihak hotel sebagai pihak menyediakan layanan akomodasi kepada wisatawan guna selalu menambah mutu layanan serta rasa puas pengunjung agar terciptanya kelayalitasannya.

Peningkatan mutu layanan terus diupayakan dalam meningkatkan mutu layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan *Spa* di Maya Sanur *Resort and Spa*. Kualitas pelayanan menjadi indikator keberhasilan bagi suatu perusahaan pada sektor layanan. Kekualitasan layanan yang harus diterapkan yakni penyaluran layanan terbaik serta bersesuai atas pengharapan pembelinya. Memenuhi dan

melebihi harapan pengguna jasa adalah kunci untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Berikut merupakan data pengunjung beberapa pesaing dari hotel Maya Sanur Resort *and Spa* pada tahun 2023.

Tabel 1.1
Data Harian Hotel Pesaing di Daerah Sanur

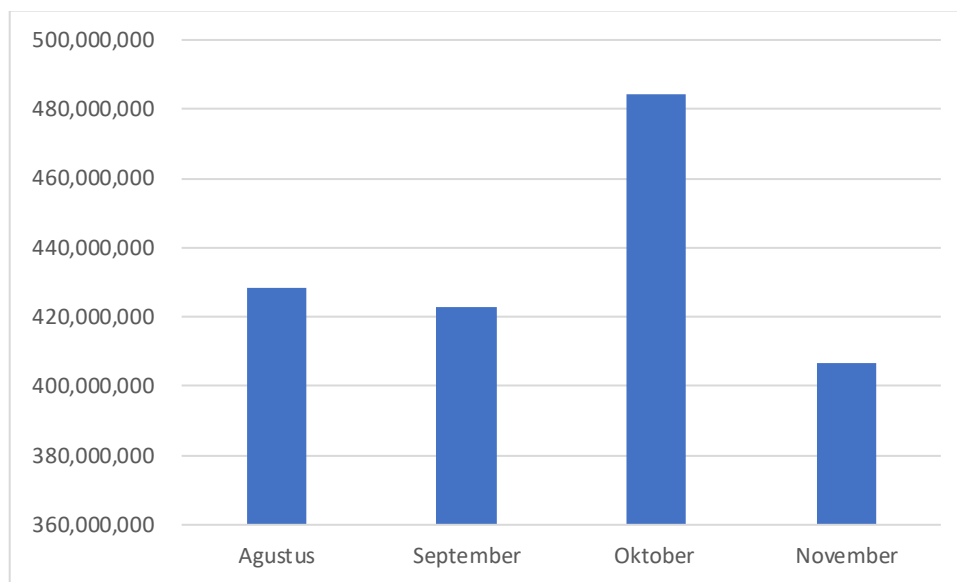
No	Hotel	No of Room		Occ (%)
		Available	Sold	
1.	Maya Sanur	103	97	94,17%
2.	Maison Aurelia	54	26	48,15%
3.	Prama Sanur Beach	428	317	74,07%
4.	Puri Santrian	199	164	82,41%
5.	Griya Santrian	128	112	87,59%
6.	Tandjung Sari	31	23	74,19%
7.	Sudamala Suite	34	23	67,65%
8.	Swissbell Watujimbar	306	230	75,16%
9.	The Alantara	42	38	90,48%
10.	Artotel	89	88	98,88%
11.	Prime Plaza Suite	84	49	58,33%
City Result		1.498	1.167	76,93%

(Sumber : *Maya Sanur Resort and Spa*)

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwasanya total wisatawan yang datang ke Maya Sanur Resort *and Spa* hampir memenuhi total kamar yang yang tersedia yaitu sebanyak 103 kamar. Namun penjualan *treatment spa* yang menjadi salah satu *highlight* dari Maya Sanur menurun drastis pada bulan November 2023. Hal ini menunjukkan bahwa minat pengunjung untuk melakukan *treatment* di Spa Maya Sanur berkurang ditambah dengan banyaknya hotel pesaing yang menawarkan fasilitas yang sama. Kondisi demikian menyebabkan pendapatan dari Spa di Maya menurun karena melihat dari segi harga yang tergolong tinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dari kondisi ini, pihak Spa di Maya Sanur melakukan berbagai promosi salah satunya dengan memberikan diskon kepada tamu yang menggunakan jasa Spa di jam tertentu yakni dari jam 10.00 – 14.00 WITA dengan besar potongan

harga mencapai 20% dari harga normal. Segala upaya telah dilakukan oleh pihak divisi spa untuk meningkatkan penjualan bagi divisi ini, namun upaya tersebut tidak mampu menutupi kekosongan penjualan di bulan November. Penurunan jumlah pengunjung Spa di Maya Sanur tersaji ditabel berikut.

Tabel 1.2
Data Penjualan Bulan Agustus - November Tahun 2023



(Sumber : *Maya Sanur Resort and Spa*)

Dari pendataannya di atas bisa diketahui bahwasanya ada penurunan yang signifikan pada bulan November. Penurunan pendapatan ini diakibatkan karena menurunnya kepuasan pelanggan. Lilis yang merupakan manajer dari *Spa at Maya Sanur*, memaparkan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa pendapatan pada bulan November menurun drastis yaitu dikarenakan adanya *complain* dari pihak tamu dengan perasaan tak terpuaskan terhadap layanan *treatment* dilakukan, perihal demikian yang memicu turunnya pendapatan Spa di Maya Sanur. Beberapa *complain* dari pihak tamu salah satunya yaitu pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan *treatment*. Kedua yaitu banyaknya hotel pesaing di daerah Sanur yang menawarkan fasilitas *spa*, mengharuskan pihak hotel Maya Sanur Resort and Spa

melakukan persaingan melalui cara baik. Ketiga yaitu adanya penurunan jumlah pendapatan *treatment* di bulan November 2023. Keempat yaitu, adanya ketidakkonsistenan perolehan kajian terkait keberpengaruhan kualitas layanan dan rasa puas pengunjung pada kelayalannya. Permasalahan Spa di Maya Sanur memerlukan perubahan strategi, baik dari segi peningkatan pelayanan dan kualitas ruangan yang memadai bagi para tamu yang melakukan *treatment*.

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh yang besar bagi kelangsungan hidup perusahaan. *Spa* Maya Sanur merupakan salah satu penyedia jasa layanan *massage* (pijat) dan *facial* (perawatan wajah) yang menekankan pada kepuasan pelanggan untuk menghasilkan pelanggan yang setia. Kotler bersama Keller (2012), memaparkan bahwasanya saat ini pembeli telah memiliki informasi yang mempermudah dalam mencari alternatif penyedia jasa yang lebih cepat dibandingkan sebelumnya. Menurut Parasuraman (2002:100) memaparkan bahwasanya mutu layanan merupakan taraf unggul dambaan sekaligus pengendali terkait rasa unggul dalam pemenuhan harapan pengunjungnya. Hal ini pun dikuatkan akan Kotler serta Amstrong (2008) dengan mengungkapkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dengan kualitas produknya serta layanan diberikan. Suatu bisnis tidak hanya dapat menggunakan fasilitas dan teknologi yang sudah tersedia, tetapi harus memikirkan bagaimana bisnis tersebut dapat memanfaatkannya.

Kualitas pelayanan dan rasa puas pengunjung sebagai pusat utama bagi keseluruhan bagian, termasuk pemerintahan, pebisnis serta lainnya. Tjiptono bersama Chandra (2005), menyatakan bahwa mutu layanan menjadi tolak ukur tentang berasan taraf pelayanan pelayanan bisa bersesuaian pada ekspektasi

pengunjung. Kualitas pelayanan merupakan kewajiban bagi seluruh perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Pelayanan yang ditujukan oleh Spa di Maya Sanur yaitu dengan memberikan pelayanan berupa *treatment massage* yang dilakukan oleh pihak *therapist* yang profesional. Bahkan jika terdapat tamu yang kurang merasa puas dengan *treatment massage* yang dilakukan pihak *spa* akan memberikan *complimentary* berupa *massage* 30 menit hingga 60 menit kepada para tamu. *Spa* di Maya Sanur mengutamakan kualitas pelayanan dengan maksimal kepada para tamu karena apabila kualitas yang diberikan buruk maka akan berpengaruh pada sikap dan perilaku tamu di Maya Sanur. Penelitian yang mendukung pernah dilakukan oleh Putri dan Yulianthini (2023), mendapatkan hasil yakni adanya keberpengaruhan pada mutu layanan serta rasa puas pengunjung. Hasil sama juga didapatkan dari penelitian Giovana dan Avianti (2020), dengan pernyataan yakni mutu layanan berpengaruh pada rasa puas pengunjung. Dilain sisi Budiarno dan Udayana (2022), menyatakan mutu layanan negatif serta tidak bersignifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dengan keberpengaruhan kelayaitasan pengunjung. Terdapatnya penyimpangan di perolehan kajian sebelumnya yang muncul serta terfokus dengan kajian bervariasi mutu layanan serta rasa puas pengunjung pada kelayaitasan pengunjung, mendasari kajian dilaksanakan kembali.

Selain kualitas pelayanan terdapat faktor penting untuk mewujudkan kelayaitasan pengunjung yakni dengan meningkatkan rasa puas pengunjung. Tjiptono (2019), mendefinisikan rasa puas pengunjung sebagai perbandingan ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian. Rasa puas pengunjung diartikan menjadi pandangan pelanggan dimana dambaannya sudah

terpenuhi ataupun dilewati. Sebagai usaha dibidang pariwisata, pihak hotel harus bisa memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan sesuai untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap pihak hotel. Robby dan Auva (2022) melakukan penelitian terhadap kesignifikanan rasa puas pengunjung memengaruhi kelayaitasan pengunjung. Sementara itu, Rahma, dkk (2022) mendapatkan hasil penelitian dimana terhadap kesignifikanan rasa puas pengunjung memengaruhi kelayaitasan pengunjung. Akan tetapi kajian Cindy dan Marsudi (2021) mendapatkan perolehan kepuasan pelanggan tak bersignifikan dengan arah positif memengaruhi loyalitas pelanggan. Adanya kesenjangan penelitian terdahulu terkait variabel kepuasan pelanggan pada kelayaitasan pelanggan.

Kualitas layanan serta kepuasan pengunjung sangat erat hubungannya. Kemajuan suatu bisnis terkena efek dari kecakapan bisnis itu sendiri ketika menyalurkan layanan kepada pelanggannya. Perusahaan dalam memberikan layanan wajib memfokuskan mutu kriteria yang ditawarkan untuk pengunjung hingga wajib memaksimalkan ekspektasinya dengan mengarahkan perusahaan dapat memperoleh kepuasan pelanggan secara mudah dan dapat membuat pelanggan bertahan menggunakan jasa perusahaan. Pandangan Lovelock-Wright dengan penerjemang (Tjiptono, 2011) memaparkan bahwasanya mutu layanan ialah taraf unggulnya produk maupun jasa dengan harapan pada taraf unggulnya tersebut mencapai dambaan pengunjungnya. Layanan nantinya bisa ditetapkan penerimaannya dari pembeli bila bersesuaian atas pengharapannya. Sebagai perusahaan yang melayani layanan, mutu pelayanannya serta rasa puas pengunjung menjadi sebuah cara guna membangun kelayaitasan pengunjung di divisi *Spa* Maya Sanur. Sebagai salah satu hotel bintang 5 menjaga kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama setelah memperoleh keuntungan. Ketika kualitas pelayanan menurun, maka dapat dipastikan keberadaan hotel tidak aman dan dapat mengalami bangkrut akibat menurunnya mutu layanan serta rasa puas pengunjungnya. Sehingga perusahaan diharuskan menjaga hal-hal tersebut kepada para konsumen supaya menciptakan konsumen loyal dan mampu mempertahankan loyalitas dari konsumen.

Berdasarkan paparan fenomena permasalahan dan adanya kesenjangan terhadap penelitian terdahulu maka peneliti terdorong melaksanakan kegiatan meneliti terkait **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Spa di Maya Sanur Resort and Spa”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasar observasi awal yang sudah dilakukan dalam subjek penelitian terdapat beberapa permasalahan sebagai implikasi kondisi hotel Maya Sanur *Resort and Spa* sekarang. Berikut penemuan peneliti terkait permasalahan di Maya Sanur *Resort and Spa*.

- 1) Pemberian pelayanan pihak *therapist spa* di Maya Sanur kurang nyaman bagi pelanggan
- 2) Banyaknya hotel pesaing yang menawarkan fasilitas spa yang sama sehingga mengharuskan pihak *spa* di Maya Sanur *Resort and Spa* melakukan persaingan dengan cara terbaik.
- 3) Adanya penurunan jumlah penjualan treatment di *spa* di Maya Sanur pada bulan November 2023.

- 4) Ditemukannya kesenjangan kajian sebelumnya antara keberpengaruhannya mutu layanan dan rasa puas pengunjung pada kelayakan pengunjung.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasar latarbelakang masalah serta identifikasi masalah adanya di *Spa at Maya Sanur*, guna meminimalisir bahasan yang meluas sehingga peneliti memfokuskan untuk membahas variable kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan beserta loyalitas pelanggan *Spa at Maya Sanur*.

1.4 Rumusan Masalah

Mellalui latarbelakang permasalahan, maka identifikasi permasalahan dari kajaian yang dilaksanakan yakni.

- 1) Apakah kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan Spa di Maya Sanur?
- 2) Apakah kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan Spa di Maya Sanur?
- 3) Apakah kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan Spa di Maya Sanur?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam tujuannya diharapkan peneliti berdasar pemaparan perumusan masalahnya yakni guna.

- 1) Mengukur keberpengaruhannya kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Spa Maya Sanur.

- 2) Mengukur keberpengaruhan kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Spa Maya Sanur.
- 3) Mengukur keberpengaruhan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan Spa di Maya Sanur.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan harapannya mampu menyalurkan faedah teoretisnya serta praktisnya dapat membantu pihak-pihak yang membutuhkan:

- 1) Manfaat teoritis
 - a. Dengan teoretis perolehannya didambakan mampu menyalurkan edukasi sehingga manfaat ini dapat memberikan ilmu teori dan teori yang digunakan oleh peneliti sehingga mampu meningkatkan keterampilan serta keilmuan mengenai segala konsep yang digunakan peneliti.
 - b. Perolehan yang didapatkan juga harapannya mampu sebagai dasar rujukan serta penginformasian bagi pembaca mengenai pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan variable yang dikaji.

- 2) Manfaat praktis

Dalam kegiatan meneliti yang dijalankan ini peneliti akan memecahkan keberpengaruhan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan. Perolehannya mampu digunakan oleh pihak manajemen hotel Maya Sanur *Resort and Spa* serta bagi perusahaan jasa menjadi penunjang data serta rekomendasi beserta yinjauan keputusan

terkait kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan guna kelayakitan pelanggannya memperoleh hasil yang meningkat.

