

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan saat ini semakin berkembang. Perusahaan-perusahaan tersebut bersaing untuk menjadi perusahaan yang terbaik dan dipilih oleh masyarakat. Persaingan perusahaan ini tentu saja menuntut keunggulan yang kompetitif agar tetap mampu bersaing dan bertahan. Berbagai upaya harus tetap dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan tetap bertahan dan berkembang. Salah satu upaya yang sangat wajib dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan diri yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelayanan yang sudah berjalan baik. Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi dan kesannya ketika mendapatkan pelayanan yang baik maka pelanggan akan puas, namun sebaliknya jika pelayanan yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tidak akan puas. Dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan tercipta kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Ada beberapa alasan yang menjadi dasar mengapa pelanggan tersebut loyal. Ada hal yang menjadi alasan kuat dari kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan tersebut loyal. Alasan-alasan tersebut yaitu pelanggan merasa ingin terus melakukan pembelian tanpa terpengaruh dengan tawaran produk lain atau *repeat*, pelanggan membutuhkan produk berupa barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan dalam upaya mempertahankan pelanggan atau *retention*, kemudian pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan memberi tahu pihak lain namun jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan menyampaikan hal tersebut kepada perusahaan tanpa memberi tahu pihak lain atau yang disebut *referral*.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal penting dimiliki oleh perusahaan karena loyalitas pelanggan memberikan banyak sekali keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal secara tidak langsung akan membantu memberikan citra yang baik sehingga perusahaan dipandang baik di mata

masyarakat. Menurut Griffin (2005:31) pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk barang dan jasa mereferensikan pada orang lain, kebal terhadap produk pesaing. Setiap perusahaan harus tetap meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan dan menciptakan pelanggan yang loyal. Tentu saja loyalitas pelanggan tercipta di lepas kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dapat berpengaruh bagi kemajuan dan keberlangsungan perusahaan. Karena pada umumnya konsumen yang puas belum tentu loyal namun konsumen yang loyal sudah pasti puas. Secara umum dijelaskan konsumen loyal merupakan konsumen yang setia terhadap suatu produk barang atau jasa yang telah dibeli dan menggunakannya secara berkelanjutan dan akan menggunakannya secara terus menerus dan rasa ingin merekomendasikan terhadap orang lain. Dengan terciptanya kualitas pelayanan yang baik maka akan menciptakan pula kepuasan pelanggan.

Hotel merupakan salah satu perusahaan yang saat ini memiliki pesaing yang sangat banyak yang tersebar di seluruh kawasan di dunia. Hotel-hotel yang berdiri saat ini memiliki ciri khas dan keunggulan produknya masing-masing. Ada hotel yang menonjolkan untuk menjual pemandangan yang dimiliki namun dengan harga yang murah, adapun hotel yang menonjolkan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang tidak kalah baik. Oleh sebab itu, hotel-hotel tersebut harus mampu terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang dimiliki agar mampu tetap bersaing di pasaran. Suatu perusahaan akan mampu untuk tetap bertahan jika kualitas pelayanan yang diberikan baik. Menurut Hermawan (2018) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang berbentuk istimewa dalam hal produksi maupun pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Jika perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik, tidak hanya mendapatkan pelanggan yang puas namun juga mendapatkan pelanggan yang loyal. Jika perusahaan mampu untuk menciptakan kepuasan pelanggan maka banyak manfaat yang akan diperoleh diantaranya hubungan antara perusahaan dan

pelanggan terjalin dengan baik, menciptakan loyalitas pelanggan, dan mampu membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut. Menurut Kotler, et al dalam Tjiptono (2008:34) mengidentifikasi ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, survei kepuasan pelanggan.

Handara Golf and Resort Bali merupakan salah satu hotel yang terletak di Bali Utara, tepatnya di Jalan Raya Singaraja-Denpasar, Desa Pancasari, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali. Handara Golf Resort Bali merupakan salah satu perusahaan akomodasi pariwisata yang memiliki kualitas pelayanan yang baik. Handara Golf and Resort Bali memiliki tingkat pelayanan yang baik. Handara Golf and Resort Bali menyediakan fasilitas seperti hotel, golf, tenis, *playground*, dan restoran. Selain itu Handara Golf and Resort Bali juga berdekatan dengan wisata-wisata yang ada disekitarnya, seperti Danau Beratan, Danau Buyan, Danau Tamblingan, Kebun Raya Bedugul, dan Wisata Agro. Rata-rata rating *guest comment* Handara Golf and Resort Bali mendapatkan rating 4-5. Hal tersebut mencerminkan bahwa banyak pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan Handara Golf and Resort Bali. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan, namun pelanggan yang puas belum tentu akan menjadi pelanggan yang loyal. Adanya hotel yang mulai muncul di sekitaran Handara Golf and Resort Bali dan memiliki pelayanan yang baik pula membuat Handara Golf Resort memiliki pesaing yang semakin banyak. Namun hal ini tidak menyebabkan Handara Golf and Resort Bali mengalami penurunan kualitas. Namun hal tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan lain untuk menginap di hotel di kawasan Desa Pancasari, Bedugul. Hal ini menyebabkan Handara Golf and Resort Bali harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayannya. Dalam hal ini, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi strategi menciptakan loyalitas pelanggan di Handara and Golf resort Bali dan mengidentifikasi tingkat loyalitas pelanggan di Handara Golf and Resort Bali.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh hotel karena loyalitas memiliki dampak yang sangat besar bagi keberlangsungan hotel dan citra hotel. Oleh karena itu hotel perlu memerhatikan strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan mengetahui tingkat loyalitas pelanggan agar hotel mampu terus berkembang dan bertahan seiring dengan banyaknya muncul pesaing pada saat ini.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penelitian ini membatasi permasalahan penelitian ini yaitu lebih memfokuskan penelitian untuk mengidentifikasi strategi menciptakan loyalitas pelanggan di Handara and Golf Resort Bali dan mengidentifikasi tingkat loyalitas pelanggan di Handara Golf and Resort Bali.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan di Handara and Golf Resort Bali?
2. Bagaimana kategori loyalitas pelanggan di Handara Golf and Resort Bali ?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan di Handara and Golf Resort Bali.
2. Mengidentifikasi kategori loyalitas pelanggan di Handara Golf and Resort Bali.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terkait loyalitas pelanggan yang merupakan suatu hal yang penting dan memiliki peran yang sangat besar bagi keberlanjutan perusahaan kedepannya.

- b) Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu untuk menabuh wawasan mahasiswa dan karyawan untuk kedepannya, dan akan berguna bagi mahasiswa kedepannya jika bekerja di suatu perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu dijadikan acuan untuk lebih memperhatikan pentingnya loyalitas pelanggan yang juga berguna untuk keberlanjutan perusahaan.

