

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di industri kuliner, khususnya di wilayah Bali seperti Jimbaran, Nusa Dua, dan Uluwatu mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Munculnya berbagai restoran baru di Kawasan tersebut menandakan kompetisi yang semakin ketat antar pengusaha dalam menarik minat konsumen (Arcana., 2023). Memahami konteks Bali sebagai destinasi pariwisata sangat penting, karena upaya peningkatan kualitas layanan oleh pelaku industri pariwisata juga dapat memberikan kontribusi terhadap praktik keberlanjutan (Rahmawati et al., 2019). Untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan tersebut, para pengusaha dituntut untuk mampu menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas tamu. Setiap restoran harus mampu memikat hati konsumen agar bersedia membeli dan menggunakan produk maupun layanan yang ditawarkan (Dewi, 2021). Kepuasan tamu menjadi salah satu target utama yang harus mampu dicapai oleh setiap Restoran. Pengukuran kepuasan tamu, dapat dilihat berdasarkan beberapa dimensi antara lain, kualitas layanan (*service quality*), Ekspektasi tamu, serta nilai yang dirasakan (*perceived value*) Selain itu kepuasan pelanggan memainkan hal yang sangat sentral untuk menunjang kesuksesan suatu operasional suatu hotel. Tamu yang puas terhadap produk yang dimiliki suatu restoran, cenderung akan kembali datang untuk menikmati produk yang dimiliki oleh suatu restoran. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal penting yang digunakan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, dan industri perhotelan secara dominan merepresentasikan unsur layanan, di mana penyajian layanan sangat bervariasi. (Trianasari N. B., 2017). Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal penting yang digunakan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan didasarkan kepada kualitas pelayanan yang diberikan oleh

penyedia jasa kepada tamu, ini merupakan hal dominan penting untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan kepuasan para tamu (Prihantoro et al.,2024).

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan di suatu restoran, selain itu pelayanan yang baik akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rismayanti et al., 2022). Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang baik, diperlukan *guest comment card*. Tamu akan memberikan umpan positif kepada pihak restoran, baik secara *online* maupun *offline* dengan cara mengisi *guest comment card* yang nantinya akan berpengaruh ke skor restoran tersebut. Sedangkan disisi lain, tamu yang tidak puas akan produk maupun pelayanan yang dimiliki oleh suatu restoran akan berusaha memberikan umpan *negative* kepada restoran tersebut. Karena kembali lagi ditegaskan bahwa umpan ulasan yang diberikan oleh tamu sangat mempengaruhi reputasi restoran. Pihak restoran perlu melakukan pendekatan kepada tamu, selain berfokus pada produk dan pelayanan yang dimiliki restoran, merespon keluhan tamu dengan cepat dan tanggap juga merupakan salah satu hal yang bisa digunakan untuk meningkatkan kepuasan tamu. Tamu merasa puas ketika mereka senang atau marah (Margo, 2022).

Meskipun komentar positif menunjukkan bahwa pelanggan telah menerima pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka, ada peluang untuk lebih memahami aspek layanan yang paling dihargai oleh pelanggan, serta area mana yang dapat diperkuat. Kesenjangan dalam hal ini bukan merupakan kekurangan, tetapi lebih sebagai kesempatan untuk menyempurnakan kualitas layanan yang sudah ada agar restoran dapat terus memberikan pengalaman luar biasa bagi pelanggan (Sahri, 2024). Karena ekspektasi tamu adalah hal standar yang sudah dimiliki oleh tamu, yang biasanya digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai suatu penyedia jasa (Gadis Nurul Ayu, 2023).

Dalam praktiknya, masih banyak restoran yang belum memaksimalkan penggunaan *guest comment card* sebagai alat evaluasi pelayanan. Selain itu, respon terhadap komentar atau keluhan tamu masih sering kali lambat atau bahkan diabaikan. Hal ini tentu berdampak negatif terhadap kepuasan tamu dan berpotensi menurunkan citra restoran. Di era digital, di mana komentar pelanggan mudah menyebar secara luas, penting bagi restoran untuk membangun sistem respons yang cepat, efektif, dan berbasis pada standar pelayanan yang terukur. Beberapa penelitian sebelumnya memang telah menggunakan pendekatan *SERVQUAL* untuk mengukur kualitas layanan di sektor perhotelan dan restoran, namun masih sedikit yang mengaplikasikannya secara spesifik pada konteks Palm Restaurant Holiday Inn Resort Baruna Bali.

Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang lebih terfokus pada strategi peningkatan layanan berbasis umpan balik tamu, serta bagaimana lima dimensi *SERVQUAL* dapat diimplementasikan secara efektif di restoran tersebut. Penelitian ini juga akan menjawab kelemahan studi sebelumnya yang kurang menyoroti bagaimana respons manajemen terhadap komentar pelanggan secara langsung berdampak pada kepuasan dan loyalitas tamu, dalam mempertahankan kualitas pelayanan melalui lima dimensi *SERVQUAL*. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model kualitas layanan serta kontribusi praktis bagi manajemen restoran dalam merancang strategi pelayanan yang lebih responsif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan (Arcana et al., 2023)

Berdasarkan fenomena dari latar belakang diatas, Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu tentang Bagaimana strategi Palm Restoran Holiday Inn Resort Baruna Bali dalam mempertahankan kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*?. Dengan tujuan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi Palm Restoran mempertahankan kualitas pelayanan berbasis lima dimensi *SERVQUAL*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Diperlukan analisis terhadap komentar positif dari pelanggan di Palm Restoran guna memahami keunggulan strategi pelayanan yang telah dijalankan, khususnya dalam lima dimensi *SERVQUAL* yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi dimensi-dimensi pelayanan mana yang menjadi kekuatan restoran dalam memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu, serta mengetahui aspek-aspek yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Analisis terhadap komentar positif ini akan membantu memetakan elemen pelayanan mana yang telah berjalan efektif dan memenuhi harapan tamu, serta mendukung upaya Palm Restoran dalam merumuskan strategi peningkatan layanan yang berkelanjutan.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah terkait dengan penelitian ini, didasarkan pada identifikasi masalah di atas adalah :

Analisis akan difokuskan hanya pada komentar positif dari pelanggan Palm Restoran untuk mengidentifikasi kekuatan layanan. Komentar negatif atau keluhan tidak akan menjadi bagian dari analisis ini, sehingga rekomendasi yang dihasilkan hanya terkait aspek-aspek yang dinilai baik oleh pelanggan. Penelitian dibatasi pada lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang bisa diambil berdasarkan identifikasi masalah di atas yaitu bagaimana strategi Palm Restoran

mempertahankan kualitas pelayanan berbasis pada lima dimensi *SERVQUAL*?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengeksplorasi bagaimana strategi Palm Restoran dalam mempertahankan kualitas pelayanan berbasis pada lima dimensi *SERVQUAL*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan kualitas layanan berdasar kepada lima dimensi *SERVQUAL*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan panduan oleh pihak pengelola Palm Restoran dalam menerapkan strategi kualitas pelayanan berbasis *SERVQUAL* untuk meningkatkan kepuasan tamu. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu pihak Palm Restoran dalam merumuskan strategi pelayanan yang lebih efektif, sehingga restoran dapat memperkuat daya saing di pasar dan membangun loyalitas tamu.