

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia, khususnya di Bali, memberikan dampak besar pada perkembangan ekonomi yang ada di Indonesia. Bali, sebagai salah satu destinasi favorit, memiliki daya tarik yang unik dan beragam. Mulai dari keindahan alamnya yang masih terjaga, kaya akan warisan budaya, tradisi, dan seni yang unik, seperti tari-tarian, upacara adat, dan kerajinan tangan. Tidak ketinggalan, keramahan penduduk lokal yang turut menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi para wisatawan. Bali terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan terutama dari wisatawan mancanegara. Menurut data yang didapat dari Bali Management Villas menunjukkan bahwa selama tujuh bulan pertama tahun 2024 (Januari hingga Juli), total kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali mencapai 3.538.899 orang, menunjukkan peningkatan dibandingkan periode yang sama dari tahun sebelumnya yang sebanyak 2.896.000 orang (Bali Management Villas, 2024). Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi secara langsung berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap akomodasi, terutama hotel. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khairatul Nisa *et al.*, 2025), menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara jumlah kunjungan wisatawan dan tingkat hunian hotel,

yang menegaskan bahwa lonjakan wisatawan berkontribusi pada pertumbuhan sektor perhotelan.

Hotel merupakan suatu bentuk bangunan, perusahaan, atau badan usaha yang bergerak di bidang akomodasi dengan menyediakan beragam pelayanan, termasuk jasa penginapan, penyediaan makanan dan minuman, serta berbagai fasilitas tambahan lainnya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan para tamu. Semua pelayanan yang diberikan oleh hotel tidak hanya ditujukan kepada tamu yang menginap, tetapi juga kepada mereka yang hanya memanfaatkan fasilitas tertentu, seperti restoran, ruang pertemuan, spa, atau kolam renang yang tersedia di hotel tersebut. Dalam upaya untuk meningkatkan daya tariknya, berbagai inovasi dan strategi terus dilakukan, mulai dari desain eksterior bangunan yang artistik dan modern, pemandangan alam yang memukau, fasilitas yang lengkap, suasana yang nyaman dan tenang hingga pelayanan yang berkualitas juga diberikan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan maksimal, bagi mereka yang menginap maupun yang hanya berkunjung untuk menikmati fasilitas hotel. Semua upaya tersebut dilakukan untuk memberikan pengalaman yang berkesan dan menciptakan daya tarik yang unik di setiap hotel, terutama yang berlokasi di kawasan wisata.

Sebagai salah satu kawasan wisata di pesisir utara pulau Bali, Lovina terkenal akan keindahan pantainya yang masih alami, dan keberadaan lumba-lumba liar yang dapat disaksikan oleh pengunjung dengan menyewa perahu nelayan untuk berlayar ke tengah laut (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2024). Selain itu pantai Lovina juga terkenal dengan taman lautnya yang dihiasi dengan terumbu karang dan ikan hias warna-warni yang menjadi daya tarik utama bagi

wisatawan lokal maupun mancanegara (Dolphin Lovina Tour, 2024). Lovina juga memiliki festival yang diadakan setiap tahun sekali. Acara tahunan Lovina Festival yang diadakan pada Agustus 2024 turut mendorong peningkatan jumlah kunjungan, dengan lebih dari 16.000 pengunjung menghadiri festival tersebut. Selama acara berlangsung, tingkat hunian hotel di kawasan Lovina tercatat mencapai 95%, yang mencerminkan tingginya minat wisatawan untuk berkunjung (Detik Bali, 2024). Dengan beragamnya destinasi wisata dan terus meningkatnya jumlah wisatawan, Lovina perlu menyediakan berbagai sarana dan prasarana pendukung untuk kegiatan pariwisata. Salah satu fasilitas yang banyak tersedia adalah hotel, yang berfungsi sebagai tempat istirahat bagi para wisatawan. Industri perhotelan memegang peranan penting, karena menjadi sarana utama bagi wisatawan untuk beristirahat dan bersantai selama menikmati waktu berlibur mereka di kawasan Lovina.

Lovina Beach Club & Resort merupakan salah satu resort bintang 4 di kawasan Lovina desa Tukadmungga yang menawarkan pengalaman menginap yang menyenangkan. *Resort* ini memiliki potensi besar untuk menarik perhatian wisatawan, baik domestik maupun mancanegara karena satu-satunya resort yang memiliki Beach Club di kawasan Lovina. Terletak di kawasan strategis Lovina, yang menawarkan suasana yang tenang karena dikelilingi oleh hamparan sawah, view bukit dan memiliki akses langsung ke pantai. Resort ini menyediakan berbagai fasilitas yang lengkap seperti *gym, spa, infinity pool, meeting room*, serta *Sea Sky restaurant* yang menyajikan pemandangan laut dan sunset yang memukau. Selain itu, area lobi *resort* ini didesain dengan pemandangan indah yang menghadap sawah dan laut, menciptakan suasana yang menenangkan bagi para tamu. Memiliki *garden*

yang luas sehingga cocok untuk melakukan acara *outdoor* sambil menikmati pemandangan laut dan *sunset*. Lovina Beach Club & Resort juga menyediakan aktivitas berupa *watersport*, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Sehingga wisatawan yang berkunjung dan menginap disana tidak merasa bosan saat berlibur. Data jumlah pengunjung yang menginap di Hotel Lovina Beach Club & Resort dari bulan Juni-November tahun 2024 pada Tabel A.1

Tabel 1.1
Jumlah pengunjung yang menginap di Hotel Lovina Beach Club & Resort dari bulan Juni-November tahun 2024

No	Bulan	Jumlah
1	Juni	2.714 orang
2	Juli	2.217 orang
3	Agustus	1.988 orang
4	September	2.139 orang
5	Oktober	1.825 orang
6	November	1.478 orang

Sumber: Lovina Beach Club & Resort

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui, jumlah pengunjung yang menginap di Lovina Beach Club & Resort menunjukkan fluktuasi dari bulan Juni hingga November. Pada bulan Juni, resort ini menerima 2.714 orang pengunjung yang menginap, yang merupakan angka tertinggi selama periode tersebut. Namun, jumlah pengunjung yang menginap mengalami penurunan pada bulan Juli menjadi 2.217 orang. Penurunan ini berlanjut di bulan Agustus dengan jumlah pengunjung yang menginap lebih rendah, yaitu 1.988 orang. Pada bulan September, jumlah pengunjung yang menginap sedikit mengalami kenaikan menjadi 2.139 orang, namun kembali turun pada bulan Oktober, yang mencatatkan 1.825 orang pengunjung yang menginap. Puncak penurunan terjadi pada bulan November, dengan hanya 1.478 orang pengunjung yang menginap di resort ini. Penurunan pengunjung yang terlihat pada beberapa bulan terakhir bisa menjadi perhatian untuk

pihak resort dalam upaya untuk menjaga dan meningkatkan jumlah pengunjung dengan mempertimbangkan peningkatan layanan yang lebih baik. Penurunan jumlah pengunjung ini kemungkinan dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung selama mereka menginap, hal ini diperkuat dengan guest feedback yang diberikan pada saat tamu checkout.

Ditinjau dari hasil *guest feedback* yang diberikan pada saat tamu *checkout*, diketahui pengunjung yang menginap memberikan *feedback excelent/sangat puas* pada saat mereka menginap di hotel Lovina Beach Club & Resort. Namun beberapa pengunjung masih memberikan *feedback fair/tidak puas* pada saat mereka menginap.

Tabel 1.2
Jenis kepuasan dan keluhan pengunjung yang menginap di
Hotel Lovina Beach Club & Resort dari bulan Juni-November tahun 2024

No	Jenis Kepuasan Pelanggan	Jumlah	Jenis Keluhan Pelanggan	Jumlah
1	<i>Room ambience</i>	30	Parkir yang sempit	45
2	<i>Restaurant ambience</i>	24	Peralatan di <i>GYM</i> kurang <i>maintenance</i>	27
3	<i>Swimming Pool</i>	36	TV susah dinyalakan	57
4	<i>Water Activity</i>	21	Kamar kurang bersih	63
5	<i>Beach Club</i>	47	<i>Room service</i> yang lambat	43
6	<i>Reception</i> yang tanggap dalam memberikan solusi	39	Makanan yang lambat datang	31
7	-		Banyak serangga yang masuk ke kamar	20
8	-		<i>Staff</i> kurang tanggap dalam melayani tamu	34
9	-		Akses jalan yang terlalu jauh ke tipe kamar yang dekat dengan <i>restaurant</i> karena ada pagar pembatas	55

Sumber: Lovina Beach Club & Resort

Berdasarkan hasil dari *guest feedback* diatas, Hotel Lovina Beach Club & Resort menerima berbagai *feedback* dari pengunjung terkait pengalaman mereka

selama menginap, baik berupa kepuasan maupun keluhan. Beberapa jenis kepuasan yang sering disampaikan meliputi suasana kamar yang nyaman (*room ambience*), suasana restaurant yang tenang dan nyaman karena langsung menghadap ke pantai, fasilitas kolam renang yang bersih dan besar, *water activity* yang menyenangkan, suasana santai di Beach Club, serta resepsionis yang sigap dalam memberikan solusi. Di sisi lain, terdapat beberapa keluhan yang perlu diperhatikan, seperti area parkir yang sempit, peralatan gym yang kurang terawat dan lengkap, masalah teknis pada TV kamar, kebersihan kamar yang kurang memadai, lambatnya layanan room service, lambatnya makanan yang dipesan di *restaurant* dan banyak ditemui serangga yang masuk ke kamar, *staff* yang kurang tanggap dalam melayani tamu, akses jalan yang terlalu jauh ke tipe kamar yang dekat dengan restaurant karena ada pagar pembatas. Faktor-faktor tersebut dapat menjadi tantangan utama dalam menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memastikan tingkat kepuasan pelanggan tetap terjaga. Untuk memastikan keberlangsungan usaha ditengah kuatnya persaingan yang terjadi, perusahaan harus lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas dalam menjalankan kegiatan usahanya, sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan dari pengunjung yang menginap serta pengunjung yang hanya datang untuk menikmati fasilitas hotel. Ditinjau hasil yang didapat dari *guest feedback*, maka peneliti menduga adanya kepuasan pengunjung (*customer satisfaction*) yang harus lebih diperhatikan sehingga semua pengunjung merasakan kepuasan pada saat mereka menginap ataupun berkunjung.

Customer satisfaction atau kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dirasakan atau tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau fasilitas dan layanan, dibandingkan dengan harapan

mereka sebelumnya. Ketika layanan dan produk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, mereka merasa puas. Sebaliknya, jika harapan mereka tidak tercapai, mereka akan merasa kecewa. Menurut Indrasari (2019:106) Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa, di mana mereka membandingkan kinerja aktual dengan harapan yang telah ada sebelumnya. Kepuasan ini tidak hanya bergantung pada produk atau fasilitas yang ditawarkan, tetapi juga pada kualitas layanan, kemudahan akses, serta kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Pengalaman yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan hal yang positif. Kotler dan Keller (2016:77) menyebutkan bahwa ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, nilai yang dirasakan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:45) menyebutkan bahwa kualitas produk dan pelayanan merupakan dua elemen penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil yang didapat dari *guest feedback* salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu *responsiveness* dan *tangible*.

Responsiveness merupakan salah satu dari dimensi kualitas pelayanan. Parasuraman *et al.* (1998:64) mengatakan bahwa daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. *Responsiveness* atau daya tanggap merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Harapan pelanggan terhadap kecepatan dan ketepatan terhadap layanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika *responsiveness* yang diberikan tidak tanggap pelanggan akan merasa tidak puas dan

cenderung tidak akan melakukan pembelian kembali. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Herudiansyah (2023) menyatakan bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sattar (2021) menyatakan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Selain *responsiveness*, bagian dari dimensi kualitas pelayanan adalah *tangible* (bukti fisik). Menurut Kotler (2001:96) *Tangible* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar melalui penampilan fisik dan kemampuan sarana serta prasarana yang dapat diandalkan. *Tangible* dapat memberikan kesan pertama yang dapat memenuhi harapan konsumen. Ketika pengunjung melihat fasilitas yang disediakan bersih, lengkap dan terawat dengan baik memberikan persepsi positif terhadap pengunjung. Namun sebaliknya jika bukti fisik yang tidak memadai dan tidak terawat maka dapat mengakibatkan ketidakpuasan konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aprianti *et al.* (2022) mengatakan bahwa *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Telaumbanua dan Mulyana (2023), yang menemukan bahwa *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Berdasarkan uraian di atas, adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui **“Pengaruh Responsiveness dan Tangible terhadap Customer Satisfaction pada hotel Lovina Beach Club & Resort”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut.

- 1 Adanya fluktuasi pengunjung yang menginap pada hotel Lovina Beach Club & Resort dari bulan Juni-November tahun 2024.
- 2 Adanya *customer satisfaction* atau kepuasan pengunjung yang belum optimal ditinjau dari hasil *guest feedback*.
- 3 Adanya hasil penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Hotel Lovina Beach Club & Resort, maka penulis membatasi masalah yang sedang diteliti dengan menggunakan dua variabel yang diduga berpengaruh terhadap *customer satisfaction* yaitu *responsiveness* dan *tangible*.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1 Apakah *responsiveness* dan *tangible* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort?
- 2 Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort?
- 3 Apakah *tangible* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah.

- 1 Untuk menguji pengaruh *responsiveness* dan *tangible* terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort.
- 2 Untuk menguji pengaruh *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort.
- 3 Untuk menguji pengaruh *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pada hotel Lovina Beach Club & Resort.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah.

- 1 Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terkait pengaruh *responsiveness* dan *tangible* terhadap *customer satisfaction* di industri perhotelan, khususnya dalam konteks destinasi wisata seperti Lovina.

- 2 Secara Praktis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis tentang ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.