

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor strategis yang memberikan dukungan pada pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Fadila, 2024). Sektor pariwisata di Indonesia secara nyata memberikan sumbangan yang besar dalam sebagai sumber devisa, penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari kekayaan sumber daya yang dimiliki seperti keindahan alam, keanekaragaman budaya, sejarah dan lain sebagainya yang memberikan daya tarik utama bagi wisatawan untuk mengunjungi beberapa destinasi wisata yang ada di Indonesia.

Keberhasilan pengembangan sektor pariwisata tidak terlepas dari peran pemerintah maupun swasta yang menginvestasikan banyak dana untuk membangun pariwisata di Indonesia untuk semakin maju dan berkembang. Beberapa hal yang dilakukan pihak pemerintah maupun swasta untuk memajukan industri pariwisata antara lain dengan membangun dan menyediakan infrastruktur yang mendukung industri pariwisata tersebut. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan mempersiapkan akomodasi seperti ketersediaan kamar hotel bagi wisatawan. Selain menyediakan akomodasi, keberhasilan industri pariwisata di Indonesia tidak lepas dari pengelolaan sumber daya manusia (tenaga kerja) yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan. Beberapa hal tersebut di

atas merupakan berbagai macam aktivitas yang dilakukan untuk memajukan industri pariwisata di Indonesia.

Salah satu destinasi wisata paling populer dan banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun manca negara adalah Pulau Bali yang dikenal juga sebagai Pulau Dewata. Kekayaan alam dan budaya Bali menjadi sihir bagi banyak orang untuk datang dan berkunjung ke Pulau Dewata tersebut. Berikut ini disajikan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun manca negara selama tahun 2022 sampai tahun 2024 (BPS Bali, 2024):

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Tahun 2022 – 2024

Wisatawan	Tahun			Total
	2022	2023	2024	
Domestik	8.052.974	9.877.911	10.120.786	28.051.671
Mancanegara	2.155.747	5.273.258	6.333.360	13.762.365
Total	10.208.721	15.151.169	16.454.146	41.814.036

Sumber: BPS Bali (2024)

Tabel 1.1 di atas memberikan informasi bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Bali terus meningkat dari tahun ke tahun. Selama 3 tahun terakhir, Pulau Bali telah mendatangkan wisatawan domestik sebanyak 28.051.671 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 13.732.365 orang dengan total jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 41.814.036 dengan rata-rata per tahun sebanyak 13.938.012 orang wisatawan.

Berdasarkan data statistik di atas dapat dihitung jumlah kebutuhan kamar per hari sebanyak 19.093 kamar dengan asumsi 1 tahun sebanyak 365 hari dan tiap kamar dipakai oleh 2 orang. Kebutuhan jumlah kamar hotel yang besar untuk mendukung perjalanan wisata di Bali tentunya menjadi peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha di sektor industri pariwisata. Oleh sebab itu maka

makin banyak hotel atau penginapan yang dibangun di Bali untuk menyediakan akomodasi (penginapan) bagi wisatawan. Pertambahan jumlah hotel di Bali tentunya akan meningkatkan persaingan bisnis di industri perhotelan tersebut. Hotel dengan fasilitas dan layanan yang terbaiklah yang akan dipilih wisatawan sebagai tempat untuk mereka menginap.

Seperti telah dinyatakan di atas bahwa, untuk mendukung keberhasilan industri pariwisata di Bali dibutuhkan dukungan akomodasi (tempat menginap) bagi wisatawan dalam jumlah yang mencukupi. Selain dalam hal jumlah, pertimbangan lain terkait dalam penyediaan penginapan (hotel) bagi wisatawan adalah tersedianya berbagai alternatif pilihan hotel dengan fasilitas, harga, dan layanan yang bervariasi untuk dapat memenuhi kebutuhan maupun daya beli wisatawan. Tidak dapat dipungkiri bahwa harga akan terkait dengan aspek fasilitas dan layanan. Saat fasilitas tidak dapat dipisahkan dengan harga sewa kamar hotel, maka sebuah hotel dengan fasilitas yang lebih rendah harus memiliki keunggulan kompetitif yang dapat diusahakan melalui peningkatan kualitas layanannya.

Kemampuan sebuah hotel untuk memberikan layanan yang baik bagi para tamu hotel akan memberikan banyak kontribusi positif bagi perusahaan antara lain adalah meningkatnya kepuasan (Arli *et al.*, 2024; Meshack & Prusti, 2021), dan pada jangka panjang akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kanyama *et al.*, 2022; Alqasa & Afaneh, 2022). Zebgra & Zaveri (2020) mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap kinerja layanan sebelum mendapatkan layanan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Hal ini dapat juga diartikan kualitas layanan sebagai tingginya

kemampuan atau kinerja layanan yang dapat diberikan sebuah perusahaan bagi konsumennya.

Perhatian pada hal kualitas layanan di industri jasa telah lama dikonsepsikan oleh Parasuraman, Berry, & Zeithaml pada tahun 1985. Menurut Parasuraman *et al.* (1985) seperti dikutip Zebrga & Zaveri (2020) dapat diukur dengan menggunakan 22 indikator yang terangkum dalam 5 dimensi SERVQUAL yaitu: 1) bukti fisik / *tangibles*, 2) keandalan / *reliability*, 3) daya tanggap / *responsiveness*, 4) empati / *emphaty*, dan 5) jaminan / *asurance*. Sebuah perusahaan (jasa layanan hotel) yang mampu menyediakan fasilitas fisik (*tangibles*) yang baik dan lengkap, memberikan layanan yang cepat (*responsiveness*) dan dapat diandalkan (*reliability*), layanan yang disampaikan secara personal (empati), dan memberikan jaminan bahwa layanan yang diberikan berkualitas baik dan sesuai permintaan (*assurance*).

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan telah dibuktikan secara empirik pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Alqasa & Afaneh (2022), Obasi *et al.* (2024), Shrestha (2021), dan penelitian Zebrga & Zaveri (2020) membuktikan bahwa semua dimensi kualitas layanan (fasilitas fisik, kehandalan layanan, data tanggap layanan, empati, dan jaminan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian lain, fasilitas fisik (Kanyama *et al.*, 2022; Meshack & Prusty, 2021), kehandalan layanan (Meshack & Prusty, 2021; Ozcan *et al.*, 2024), daya tanggap (Arlı *et al.*, 2024; Ozcan *et al.*, 2024; Temory, 2024), empati (Arlı *et al.*, 2024; Meshack & Prusty, 2021; Ozcan *et al.*, 2024), jaminan (Latif *et al.*, 2024; Arlı *et al.*, 2024; Meshack & Prusty, 2021;

Ozcan *et al.*, 2024 Temory, 2024) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui bahwa ada ketidakkonsistenan hasil penelitian dimana tidak semua penelitian memberikan bukti empirik bahwa variabel kualitas layanan (fasilitas fisik, kehandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan) mampu mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan. Obyek dan subyek penelitian serta orientasi dari pelanggan yang berbeda menyebabkan pelanggan memiliki prioritas yang berbeda pula pada dimensi-dimensi kualitas layanan yang dibutuhkan.

Menarik untuk diteliti kembali mengenai peran dari dimensi-dimensi kualitas layanan yang terdiri dari fasilitas fisik, kehandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan terhadap loyalitas pelanggan pada industri layanan hotel. Layanan hotel dipilih dengan pertimbangan konsumen memiliki tingkat orientasi dan pemenuhan yang sama pada setiap dimensi-dimensi dari kualitas layanan untuk membangun loyalitas mereka pada sebuah perusahaan jasa layanan perhotelan. Pada penelitian ini, peneliti mengambil obyek penelitian Ila Villa Ubud sebab jasa layanan villa memiliki karakteristik yang berbeda dan lebih unik dibandingkan dengan jasa layanan peninggalan yang disediakan hotel. Villa adalah sebuah bangunan menyerupai rumah dengan ukuran yang cukup besar (luas) dibandingkan kamar hotel dan tentunya dengan fasilitas yang lebih lengkap serta banyak dan harga sewa yang lebih mahal. Untuk itu, maka akan lebih susah untuk membangun loyalitas pelanggan pada Ila Villa Ubud jika pihak manajemen Ila Villa Ubud tidak bisa memberikan layanan yang baik. Berdasarkan latar belakang masalah di atas

maka penelitian ingin menguji apakah kualitas layanan yang diberikan pihak manajemen Ila Villa Ubud mampu meningkatkan loyalitas pelanggan pada jasa layanan Ila Villa Ubud.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang diteliti sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud?
2. Apakah keandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud?
4. Apakah empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud?
5. Apakah jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud?

1.3. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis memberikan batasan variabel yang diteliti sebagai berikut:

1. Variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi fasilitas fisik, keandalan, daya tanggap, empati dan jaminan.

2. Variabel dependen yang diteliti adalah loyalitas pelanggan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas fisik terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud.
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud.
4. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud.
5. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap loyalitas pelanggan Ila Villa Ubud.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori efektivitas kualitas layanan dengan menguji dan memvalidasi atau memperbaiki model yang ada dan untuk menguatkan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti

lain terkait pada pengembangan teori perilaku konsumen dengan memperluas pemahaman kita tentang efektivitas dimensi-dimensi kualitas layanan yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen Ila Villa Ubud untuk memahami dan digunakan sebagai dasar preferensi pengembangan perusahaan. Hal ini dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan untuk menarik perhatian target pasar yang dituju. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan maka pihak manajemen Ila Villa Ubud dapat mengembangkan dan menyusun strategi berbasis kualitas layanan yang lebih bagus dan lebih efektif untuk membangun loyalitas pelanggannya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam lima bagian atau lima bab dengan rincian masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, batas masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi konsep-konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu mengenai kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Pada bab II juga akan dipaparkan mengenai hasil penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang rancangan penelitian, metode pengumpulan data, sampel, instrumen penelitian, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian. Bab III terdiri atas jenis penelitian, objek, subjek, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi interpretasi hasil penelitian dan diskusi tentang temuan hasil penelitian.

BAB IV PENUTUP

Bab V bagian terakhir yang memuat kesimpulan, implikasi, dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan. terdiri dari kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan penelitian, dan saran penelitian kedepan.