

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semenjak dimulainya Tahun 2020, dunia dihadapkan oleh transmisi *Coronavirus Disease* (COVID-19). Awal mula kasus COVID-19 terdeteksi di kota Wuhan, China kurang lebih di penghujung tahun Desember, 2019 (WHO). Industri perhotelan sangat rentan terhadap ancaman seperti epidemi, bencana alam, dan serangan teroris (Chen et al., 2007; Jiang & Wen, 2020). Sektor pariwisata serta perhotelan sangat terdampak ketika pandemi COVID-19 menyebar secara global (Gössling et al., 2021; Zenker & Kock, 2020). Industri ini sangat terdampak dikarenakan adanya dampak yang berasal dari pandemi COVID-19, sebagaimana ditetapkan melalui *United Nation World Tourism Organization* serta *World Health Organization* melarang aktivitas perjalanan, penutupan *border*, dan instruksi melakukan karantina. Menyebabkan usaha di industri pariwisata serta perhotelan membatasi hingga menutup aktivitas dan operasional untuk sementara waktu. Maka dari itu, menjadi hal yang krusial untuk memahami pandemi COVID-19 supaya bisa mengambil langkah dan tindakan untuk menghadapi tantangan di sektor pariwisata untuk masa yang akan datang (Morrish & Jones, 2020; Ritchie & Jiang, 2019).

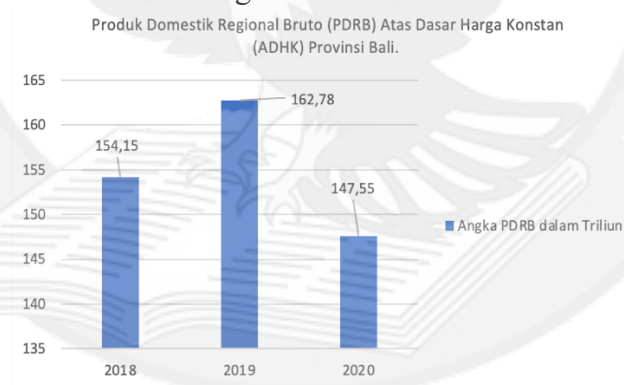
Indonesia merupakan negara berkembang terbesar diantara negara berkembang lainnya, negara memiliki taraf pertumbuhan ekonomi yang pesat serta memiliki tujuan wisata dengan potensi yang besar yang memiliki kesempatan untuk menarik wisatawan, baik wisatawan mancanegara serta wisatawan nusantara (Yuniawati & Finardi, 2016). Dengan berkembangnya

industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan sebab membentuk banyak lapangan pekerjaan, menciptakan pendapatan, serta devisa bagi negara (Situmorang et al., 2019; Sofyan et al., 2013). Selain itu, dari sisi pemilik bisnis banyak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) sebab tidak terdapat sumber pemasukan dari berbagai sektor dan penutupan yang bersumber melalui sektor *critical* atau *essential*. Tata cara penanggulangan COVID-19 dan penghidupan kembali sektor pariwisata merupakan satu tantangan terbesar yang dihadapi Indonesia. Indonesia sudah melalui dua gelombang terbesar selama pandemi, sebagai dampaknya pemerintah mengambil langkah besar untuk meminimalisir penularan COVID-19.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2019, statistik pariwisata menunjukkan lima provinsi dengan jumlah akomodasi terbanyak; jumlah akomodasi terbanyak pertama ditempati Provinsi Bali, dan empat lainnya berasal dari Pulau Jawa yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Teruntuk Provinsi Bali, perekonomiannya sangat bertumpu di sektor pariwisata, kemudian didukung oleh banyaknya masyarakat lokal yang terlibat pada aktivitas pariwisata, secara perlahan-lahan terjadi peningkatan untuk kesejahteraan masyarakat. Provinsi Bali adalah salah satu destinasi wisata terbaik secara global mulai Tahun 2018 bertahan hingga Tahun 2021 yang dirilis oleh TripAdvisor melalui situs *travel planning and booking* pada kategori *travelers choice awards*, diantara 25 destinasi terbaik lainnya secara global. Untuk kategori hotel, dari *Marriott International Group chain* yang sama masuk ke dalam peringkat 25 hotel terbaik di dunia yaitu The Ritz-Carlton

Reserve, Mandapa. Data melalui Badan Pusat Statistik (BPS) (2019), Provinsi Bali menyumbang devisa di sektor pariwisata senilai 40 persen dari total 17.6 miliar (USD), yaitu 7.04 miliar (USD) bagi Provinsi Bali dan devisa dari Provinsi DKI Jakarta senilai 30 persen atau 5.28 miliar (USD). Provinsi Bali sebagai provinsi penyumbang devisa sektor pariwisata terbesar untuk negara Indonesia, sebab mempunyai strategi pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata serta pemerintah daerah Provinsi Bali khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang berperan serta sebagai fasilitator dan *regulator* dalam mengadakan pagelaran budaya yang melibatkan peran serta masyarakat lokal dengan melakukan pembinaan kepada kelompok sadar wisata untuk meningkatkan kepedulian terhadap perkembangan pariwisata pada masing-masing wilayah yang potensial.

GAMBAR 1
PDRB Provinsi Bali Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2018-2020
Angka dalam triliun



Sumber: BPS Provinsi Bali (2021)

Data yang dirilis di Tahun 2019 oleh BPS Provinsi Bali terkait pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Tahun 2018 Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) senilai 154.15 Triliun dan mengalami peningkatan di Tahun 2019 senilai 8.63 Triliun, dan total PDRB senilai 162.78 Triliun. Tahun 2021, nilai PDRB ADHK Provinsi Bali 147.55 Triliun, di antara ke-tiga tahun ini,

PDRB ter-rendah berada di Tahun 2020 memiliki selisih sejumlah 15.23 Triliun dari tahun sebelumnya. Penurunan PDRB Tahun 2020 sangat signifikan dikarenakan masuknya pandemi COVID-19 yang membentuk perekonomian terdampak. Kontribusi pada PDRB, secara berturut-turut Tahun 2019 serta Tahun 2020 didominasi oleh kategori I yaitu penyediaan akomodasi serta makan minum. Untuk Tahun 2019, kontribusi yang diberikan sebesar 23.26 persen dan Tahun 2020 sebesar 18.37 persen. Meskipun terdapat penurunan dari segi kontribusi, perekonomian Provinsi Bali terdongkrak sebab adanya pelonggaran peraturan yang memperbolehkan bepergian pada saat libur hari raya Natal serta tahun baru menuju 2021, yang mendorong kunjungan wisatawan nusantara untuk berlibur sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Nomor 3 (tiga) Tahun 2020 Perihal Protokol Kesehatan Perjalanan Orang Selama Libur Hari Raya Natal dan Menyambut Tahun Baru 2021 Dalam Masa Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19). Dalam surat edaran tersebut, yang berlaku sejak 19 Desember Tahun 2020 sampai 8 Januari 2021 mengatur untuk wisatawan nusantara yang akan melakukan perjalanan ke Pulau Bali baik menggunakan transportasi udara, darat, dan laut.

GAMBAR 2
Jumlah Usaha Akomodasi Hotel Berbintang Lima Provinsi Bali
Tahun 2018-2020.



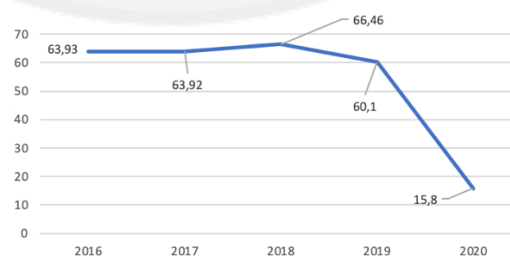
Sumber: BPS (2021)

Perkembangan selama tiga tahun terakhir mengalami naik turun, pertumbuhan hotel untuk bintang lima, terbanyak bersumber dari Kabupaten Badung, daerah Kuta dan Nusa Dua. Menurut BPS (2021), Provinsi Bali Tahun 2019, di kabupaten Badung terdapat empat hotel berbintang lima yang baru berdiri di kabupaten tersebut, tetapi mengalami penurunan pesat di Tahun 2020 dari 62 usaha akomodasi berbintang lima total 47 usaha. Sedangkan daerah Nusa Dua, pertumbuhan hotel berbintang lima di area Nusa Dua merupakan salah satu pengembangan destinasi wisata terbaik secara global hingga saat ini, dengan memiliki 19 hotel berbintang dan dua fasilitas *Meeting, Incentive, Convention*, dan *Exhibition (MICE)* secara internasional, menjadikan tuan rumah beragam *event* berskala internasional antara lain *UN Climate Change 2007*, *APEC 2013*, *Bali Democratic Forum*, dan *Miss world 2013*.

Dampak pandemi COVID-19, menghasilkan banyak usaha akomodasi yang gulung tikar karena tidak mampu untuk bertahan, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mencatat perkembangan terkait dengan hotel di Indonesia yang tidak mampu bertahan akibat dampak dari pandemi COVID-19 sebanyak 1.642 hotel.

GAMBAR 3
TPK Hotel Berbintang Lima Tahun 2016-2020 (dalam persen)

Rata-rata Tingkat Penghunian Kamar Hotel Berbintang Lima,
Provinsi Bali Periode 2016-2020.



Sumber: BPS Provinsi Bali (2021)

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) sejak periode 2016 sampai dengan periode 2020, mengalami kenaikan serta penurunan. Perbandingan Tahun 2018 dan 2019, mengalami penurunan sekitar 6.36 persen dan mengalami penurunan drastis pada Tahun 2020. Penurunan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) selama lima tahun terakhir terdapat pertanda bahwa wisatawan yang pernah berkunjung ke Bali, tidak semuanya kembali berlibur ke Bali lagi (Astuti et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran loyalitas wisatawan sangat krusial untuk dilakukan guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mereka berkunjung (*revisit*). Menurut (Prebensen et al., 2013), strategi dari destinasi pemasaran yang sukses merupakan wisatawan yang puas, yang akan mempengaruhi pemilihan destinasi serta akomodasi penginapan dan keputusan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, loyalitas terlihat dari adanya kunjungan berulang dan merekomendasikan terhadap calon konsumen yang ditentukan oleh kepuasan konsumen. Dalam industri pariwisata, manfaat yang dirasakan dari *customer loyalty* kepada perusahaan yaitu konsumen yang merasa puas akan barang dan jasa yang digunakan cenderung melakukan pembelian ulang (*repurchase*) melalui penyedia jasa yang sama, kepuasan sebagai faktor yang menyalurkan terjadinya komunikasi positif dari mulut ke mulut (*positive Word-of-Mouth*), dan konsumen yang berkenan dengan pelayanan yang diberikan akan mempertimbangkan menggunakan penyedia jasa akomodasi yang sama sebagai pertimbangan pertama saat hadir keinginan untuk menggunakan sebuah jasa layanan (Zhang et al., 2014).

Pandemi COVID-19 menghasilkan pola pikir masyarakat berubah, masyarakat mempunyai rasa khawatir terhadap penularan virus ketika terjadi

interaksi di luar rumah atau tempat yang memiliki peluang menularkan serta kecemasan terhadap sanitasi dan higienitas dari jasa penyedia layanan. Persepsi negatif bahwa hotel itu tidak aman sebab adanya kemungkinan membawa virus. Berbicara terkait sanitasi dan higienitas, erat dengan pelayanan yang diberikan, persepsi masyarakat mengenai apakah hotel tersebut menjamin bukan sebagai *cluster* penyebaran COVID-19 (*assurance*) yang berdampak pada menurunnya atensi masyarakat untuk menginap di hotel karena ketidakpercayaan dan perasaan kurang terjamin dari perspektif konsumen. COVID-19 dengan mudah menyebar lewat *airborne*, penting membangun kerjasama yang baik antara pemerintah dan pelaku usaha dalam mengatur strategi agar para konsumen potensial atau konsumen yang *loyal* memiliki rasa *trust* dan aman (*secure*) ketika berada di lingkungan yang tingkat penularan virusnya cepat seperti mewajibkan setiap usaha memiliki *sign* CHSE (*Clean, Health, Safety & Environment*) *certified* yang sebelumnya *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* pada bulan Mei Tahun 2020 mengeluarkan pedoman mengenai *Global Guidelines To Restart Tourism*” yang kemudian diterapkan di Indonesia melalui Kementerian Kesehatan RI dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. Dalam keputusan Menteri, mengatur penerapan protokol CHSE yang diberlakukan sejak Oktober 2020 sebagai strategi untuk para pemangku kepentingan dalam menghadapi masa adaptasi kebiasaan baru di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan

memiliki sertifikasi *CHSE*, secara tidak langsung membentuk persepsi calon konsumen bahwa sebuah hotel telah menerapkan protokol kesehatan dengan baik, sehingga aman untuk menggunakan layanan jasa akomodasi tersebut. Industri jasa yang menerapkan tingkat praktik sanitasi yang tinggi akan mengarahkan pada *repeat patronage*, *customer loyalty*, dan *recruiting new customers* dengan meningkatkan nama baik dari perusahaan itu (Abidin, 2007). Menjaga loyalitas pelanggan di masa pandemi adalah hal yang paling penting. Oleh karena itu, loyalitas terbangun ketika pelanggan merasa terhubung dengan bisnis tersebut, sehingga membeli dan menggunakan produk itu menjadi bagian dari rutinitas mereka. Kunci untuk bertahan dan bertumbuh di pasar global adalah fokus pada kualitas layanan untuk konsumen.

Survei yang dilakukan oleh PHRI dan Horwath HTL (2020) mengenai Sentimen Pasar Hotel & Restoran di Indonesia Terhadap Pengaruh Wabah COVID-19. 70 persen dari responden menjawab pengaruh wabah COVID-19 jauh lebih buruk terhadap kinerja pasar hotel dan restoran, dibandingkan dengan SARS Tahun 2003 dan H5N1 Tahun 2016. Makna dari *customer loyalty* merujuk pada hubungan antara sikap konsumen dan pembelian kembali (*repurchase*) yang digambarkan sebagai komitmen kuat secara berkelanjutan untuk tetap berlangganan produk atau layanan yang disukai secara terus menerus (Dick & Basu, 1994; Oliver, 2010). Menurut (Hikkerova, 2014) loyalitas dapat terbangun dengan adanya rasa percaya (*trust*) terhadap perusahaan atas produk dan layanan yang sudah dirasakan (*perceived service quality*) oleh konsumen karena konsumen memperoleh pengalaman yang *positive* dan berharga. Sehingga, harapan yang terpenuhi akan membuat

customer merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi dan akan terciptanya sebuah loyalitas.

Menurut (Ramadania et al., 2018), *service quality* yang unggul dapat meningkatkan niat perilaku (*behavioural intention*) yang menguntungkan bagi konsumen dan mengurangi niat perilaku yang tidak menguntungkan dan pengaruh kualitas layanan yang tinggi, khususnya pada industri perhotelan, menjadi daya tarik yaitu lebih banyak konsumen yang tinggal lebih lama karena mereka merasa lebih puas, dan tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas layanan sebagai faktor yang dapat mendorong pencapaian kepuasan pelanggan melalui penyedia layanan (Saudi et al., 2019; Syaqirah & Faizurrahman, 2014). Menurut (Rahman & Kamarulzaman, 2012), meningkatnya persaingan dalam industri jasa mendorong perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan konsumen, serta menciptakan loyalitas konsumen. Penelitian dari (Dinçer & Alrawadieh, 2017) dengan judul “*Negative word of mouse in the hotel industry: A content analysis of online reviews on luxury hotels in Jordan*”. Menggunakan *User-Generated-Content (UGC) travel* melalui website TripAdvisor; hasil studi menemukan keluhan yang paling sering pada hotel *luxury* adalah tentang kualitas pelayanan, fasilitas hotel, kebersihan, dan higienitas. Dapat disimpulkan bahwa *customer loyalty* memainkan peran kunci bagi keberlanjutan *business hotel* ataupun *leisure hotel*. Dengan demikian peneliti melakukan penelitian di negara Indonesia untuk menguji pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali. Penelitian yang kami adopsi dari (Kartikasari & Albari, 2019) “*The influence of product quality, service quality and price on customer*

satisfaction and loyalty”, terdapat tiga variabel yang memberi pengaruh kepada *customer loyalty* yaitu *service quality*, *product quality*, dan *price*. Serta berdasarkan penelitian pada hotel berbintang lima yang dilakukan di negara timur terkait dengan *customer loyalty* pada hotel berbintang lima. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk meneliti variabel dari faktor pendorong *customer loyalty* untuk menjadi variabel independen yaitu *service quality* sebagai (X) dan *customer loyalty* sebagai variabel dependen (Y). Sehingga dapat melihat secara langsung pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan dari fenomena yang diuraikan di bagian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu: Maka judul dari penelitian ini adalah: **“PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA HOTEL BERBINTANG LIMA DI PROVINSI BALI”**.

A. Rumusan Masalah & Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka terdapat lima rumusan masalah dalam penelitian ini:

- a. Apakah terdapat pengaruh dari *Assurance* terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Provinsi Bali?
- b. Apakah terdapat pengaruh dari *Empathy* terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Provinsi Bali?
- c. Apakah terdapat pengaruh dari *Reliability* terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Provinsi Bali?

- d. Apakah terdapat pengaruh dari *Responsiveness* terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Provinsi Bali?
- e. Apakah terdapat pengaruh dari *Tangibility* terhadap *Customer Loyalty* pada Hotel Berbintang Lima di Provinsi Bali?

2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan dengan tujuan untuk menghindari penyimpangan dan perluasan pokok masalah yang diteliti di dalam penelitian.

- a. Terdapat dua variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini. Variabel independen yaitu *Service Quality* yang dibagi menjadi lima indikator dan variabel dependen yaitu *Customer Loyalty*.
- b. Mengetahui pengaruh antara *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*.
- c. Dalam penelitian ini objek penelitian berfokus pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali khususnya area Jimbaran, Kuta, Nusa Dua, dan Seminyak.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah di dalam penelitian ini. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Menguji pengaruh *assurance* terhadap *customer loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali
- b. Menguji pengaruh *empathy* terhadap *customer loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali

- c. Menguji pengaruh *reliability* terhadap *customer loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali
- d. Menguji pengaruh *responsiveness* terhadap *customer loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali
- e. Menguji pengaruh *tangibility* terhadap *customer loyalty* pada hotel berbintang lima di Provinsi Bali

C. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu bisnis penginapan di industri perhotelan khususnya pada hotel berbintang lima untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dari segi kualitas layanan agar dapat meningkatkan pendapatan sehingga operasional hotel dapat berjalan seperti semula.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk industri perhotelan terkait dengan mempertahankan *customer loyalty* dari segi *service quality*.
3. Secara tidak langsung penelitian ini membantu peneliti dalam mengembangkan kompetensi dalam bidang penelitian, meningkatkan wawasan, dan pengalaman dalam menerapkan ilmu yang dipelajari pada masa kuliah.
4. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi atau petunjuk apabila melakukan penelitian sejenisnya.

5. Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan wawasan dan menyertakan bukti empiris berupa referensi yang disertakan dalam mata kuliah.

D. Sistematika Penulisan

Secara garis besar diketahui sistematika penulisan membahas mengenai isi dari penelitian. Sistematika mengenai cara penulisan di dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdapat pembahasan mengenai paparan latar belakang masalah penelitian, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian tersebut, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pembahasan mengenai paparan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, serta membahas mengenai rerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum objek penelitian dilakukan, rancangan penelitian, populasi dan sampel, instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data, pengukuran variabel, dan metode analisis data yang digunakan untuk pengolahan data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang penjelasan deskriptif dari hasil analisis data yang telah diperoleh serta pembahasan tentang penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai simpulan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Serta terdapat saran yang diberikan oleh peneliti yang berasal dari hasil penelitian untuk digunakan oleh penelitian selanjutnya.

