

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

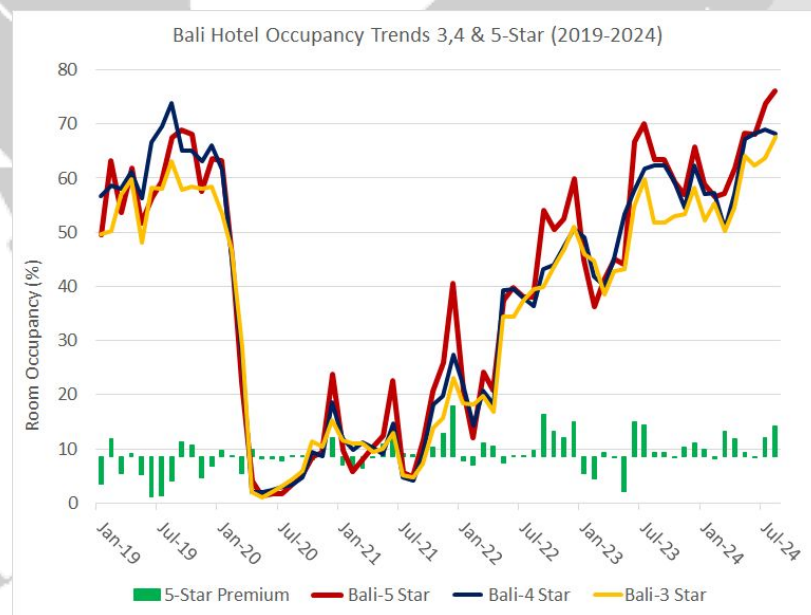
Industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan di Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sektor ini menyumbang sekitar 4,3% terhadap PDB, dengan Bali sebagai kontributor terbesar. Sebagai destinasi wisata utama, Bali memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, didukung oleh keindahan alam, budaya yang kaya, serta infrastruktur pariwisata yang berkembang. Sebelum pandemi COVID-19 melanda, Bali mencatat lebih dari 6 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 (BPS, 2020), menjadikannya sebagai salah satu destinasi paling diminati di Asia.

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam perkembangan pariwisata. Bali, sebagai destinasi wisata unggulan, menjadi rumah bagi berbagai hotel dan resort mewah yang bersaing dalam memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang dapat menentukan kepuasan tamu, loyalitas pelanggan, serta citra sebuah hotel di mata publik.

Salah satu segmen yang berkembang pesat dalam industri ini adalah hotel mewah, yang menawarkan pengalaman eksklusif dan layanan berkualitas tinggi. Hotel mewah tidak hanya menghadirkan fasilitas yang megah, tetapi juga mengutamakan keterlibatan emosional serta atribut layanan yang

mencakup suasana elegan, interaksi personal antara tamu dan staf, serta penampilan karyawan yang mencerminkan kemewahan (Jain, et al. 2023). Konsep ini sering dianggap sebagai bagian dari layanan mewah yang mencakup penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman dengan standar tertinggi. Selain itu, perhotelan mewah juga menekankan citra prestisius, harga premium, eksklusivitas, pengalaman yang unik dan dipersonalisasi, serta hubungan erat antara tamu dan staf yang menciptakan nilai autentik dan kesan mendalam (Shahid dan Paul, 2022).

Gambar 1 Tren Tingkat Hunian Hotel Berbintang di Bali (2019–2024)



Source : Woods, R. M. (2020). *Bali-Indonesia Jakarta Occupancy Trends*

Berdasarkan data pada Gambar 1, tren tingkat hunian hotel berbintang di Bali menunjukkan dinamika selama periode 2019–2024. Tingkat hunian hotel bintang lima, termasuk kategori *upper luxury* seperti Regent Bali Canggu, memperlihatkan lonjakan yang cukup tajam sejak pertengahan 2022. Hal ini

menunjukkan meningkatnya permintaan akan layanan premium di Bali, yang sebagian besar didorong oleh wisatawan kelas atas.

Regent Bali Canggu merupakan salah satu hotel mewah di Bali yang termasuk dalam jaringan internasional Regent Hotels & Resorts dan berada di bawah kategori *upper luxury* dari InterContinental Hotels Group (IHG). Sebagai satu-satunya jaringan hotel mewah di kawasan Canggu, yang tengah berkembang pesat sebagai destinasi favorit wisatawan kelas atas, Regent Bali Canggu berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman eksklusif bagi para tamunya. Salah satu layanan unggulannya adalah Regent Club, yang menawarkan akses premium dengan tarif mulai dari 125++ USD per malam per tamu. Dengan akses ini, tamu dapat menikmati berbagai fasilitas eksklusif, termasuk penyajian makanan dan minuman sepanjang hari, seperti *breakfast, afternoon tea, evening cocktail*, serta layanan laundry gratis.

Selain itu, Regent Club juga menyediakan area privat dan *cabana* dengan pemandangan panorama laut, menciptakan suasana relaksasi yang mewah dan eksklusif. Dengan kombinasi kemewahan, layanan premium, dan lokasi strategis di kawasan yang sedang berkembang, Regent Bali Canggu menjadi destinasi ideal bagi wisatawan yang mencari pengalaman menginap berkelas dunia di Bali.

Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi dan kepuasan tamu (Anderson, 2025). Faktor utama yang mempengaruhi persepsi ini meliputi keramahan staf, daya tanggap, serta personalisasi pengalaman, yang semuanya berkontribusi dalam membangun koneksi emosional dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Pinho

et al., 2025). Ketika tamu merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang disesuaikan dengan preferensi mereka, mereka cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif dan kembali untuk menginap di hotel yang sama. Selain itu, profesionalisme dan kehangatan dalam interaksi antara staf dan tamu dapat menciptakan kesan mendalam yang tidak hanya mempengaruhi kepuasan jangka pendek, tetapi juga membentuk citra hotel.

Penelitian juga menunjukkan bahwa layanan yang andal dan empatik berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu (Utama, 2024). Keandalan dalam layanan, seperti respons cepat terhadap permintaan tamu dan kemampuan menyelesaikan masalah dengan efektif, menciptakan rasa aman dan nyaman selama menginap. Selain itu, empati yang ditunjukkan oleh staf hotel, seperti memahami kebutuhan tamu dan memberikan perhatian yang tulus, dapat meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan.

Di samping aspek layanan, faktor kebersihan dan kenyamanan juga memiliki peran penting dalam membangun pengalaman positif. Hotel yang menjaga kebersihan dengan standar tinggi serta menyediakan fasilitas yang nyaman akan lebih dihargai oleh tamu, terutama di era pascapandemi di mana kebersihan menjadi perhatian utama. Dengan menggabungkan layanan berkualitas tinggi, perhatian terhadap detail, serta lingkungan yang nyaman, hotel dapat menciptakan pengalaman menginap yang tak terlupakan bagi setiap tamunya, sehingga memperkuat citra mereka sebagai penyedia akomodasi unggulan.

Namun, dalam beberapa laporan, ditemukan bahwa harapan tamu terhadap layanan premium sering kali tidak sepenuhnya terpenuhi. Menurut

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), 58% konsumen layanan perhotelan di Indonesia merasa bahwa standar pelayanan di hotel-hotel mewah belum sepenuhnya konsisten, terutama dalam hal responsivitas staf dan personalisasi layanan (YLKI, 2023). Selain itu, survei global oleh Deloitte (2021) menunjukkan bahwa 86% wisatawan kelas atas menganggap bahwa layanan personal adalah faktor utama yang memengaruhi persepsi mereka terhadap sebuah hotel. Keberadaan tamu internasional dengan ekspektasi tinggi terhadap kualitas pelayanan menjadikan evaluasi layanan di fasilitas eksklusif seperti Regent Club. Namun, penelitian mengenai bagaimana persepsi tamu terhadap layanan di area eksklusif seperti Regent Club di Regent Bali Canggu memengaruhi penilaian mereka terhadap hotel masih terbatas.

Di sisi lain, data sekunder yang diperoleh dari platform *TripAdvisor* dan *Google Review* pada tahun 2024 menunjukkan bahwa Regent Club, Regent Bali Canggu memperoleh penilaian yang sangat tinggi dari para tamu, dengan rating sebesar 4,9 di *TripAdvisor* dan 4,7 di *Google Review*. Capaian ini secara umum mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan. Namun demikian, di balik angka-angka tersebut, ditemukan pula sejumlah ulasan yang menyoroti adanya ketidaksesuaian antara harapan tamu terhadap layanan eksklusif dengan pengalaman aktual yang mereka terima selama menginap.

Beberapa ulasan menyampaikan keluhan terkait keterlambatan pelayanan maupun kurangnya personalisasi dalam interaksi dengan staf, yang dapat menjadi indikasi awal adanya celah kualitas layanan (*service gap*). Salah satu tamu, misalnya, mengeluhkan sikap staf keamanan di area pengiriman

vendor yang dinilai tidak ramah dan tidak mencerminkan standar profesionalisme perhotelan mewah. Ulasan lain mengkritik sikap staf yang dianggap terlalu kaku dan kurang empatik, serta kualitas makanan yang tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan (balimain1, 2024). Bahkan, terdapat tamu yang menilai bahwa pengalaman yang diperoleh tidak layak dikategorikan sebagai layanan mewah, karena terlalu banyak aturan yang dianggap membatasi kenyamanan selama masa inap.

Walaupun jumlah ulasan negatif tersebut relatif kecil dibandingkan dengan keseluruhan ulasan positif, keberadaan kritik tersebut penting untuk diperhatikan, terutama dalam konteks industri perhotelan mewah yang sangat bergantung pada persepsi pelanggan. Dalam ranah ini, ekspektasi tamu umumnya sangat tinggi dan bersifat personal, sehingga ketidaksempurnaan layanan sekecil apa pun dapat berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan kajian lebih lanjut mengenai persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan di Regent Club guna memahami bagaimana hal tersebut memengaruhi penilaian dan pengalaman mereka secara keseluruhan.

Pelayanan hotel dapat dianalisis melalui teori Servqual, yang mengukur lima dimensi kualitas pelayanan berupa keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dimensi ini berperan sebagai pembentuk persepsi dan penilaian tamu terhadap pengalaman mereka. Persepsi positif terhadap kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, yang

penting dalam mempertahankan pangsa pasar di industri perhotelan mewah (Kawatak et al., 2023).

Kualitas pelayanan memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan bisnis perhotelan. Ketika hotel mampu memberikan layanan berkualitas tinggi, tamu cenderung merasa puas dengan pengalaman menginap mereka dan lebih mungkin untuk kembali di masa mendatang (Özcan et al., 2024). Kepuasan ini pada akhirnya dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan, yang sangat penting bagi kesuksesan jangka panjang hotel mana pun. Dalam segmen hotel mewah, hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas merek menjadi semakin penting.

Tamu yang merasakan pengalaman layanan berkualitas tinggi lebih cenderung mengembangkan keterikatan emosional yang kuat dengan merek, yang tidak hanya mendorong kunjungan ulang, tetapi juga meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif (Özcan et al., 2024). Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi strategi utama bagi hotel dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Selain mendorong loyalitas, kualitas pelayanan yang unggul juga berkontribusi terhadap reputasi dan kinerja hotel secara keseluruhan. Hotel yang secara konsisten memberikan layanan prima lebih mungkin menerima ulasan positif dan rekomendasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik mereka di mata calon pelanggan baru (Ásgeirsson et al., 2024). Reputasi yang baik ini menjadi aset berharga dalam persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, terutama di era digital di mana ulasan pelanggan memiliki

pengaruh besar terhadap keputusan pemesanan. Lebih jauh, layanan berkualitas tinggi tidak hanya berdampak pada kepuasan tamu, tetapi juga berkontribusi pada efisiensi operasional dan pertumbuhan ekonomi hotel (Nguyen & Ngoc, 2024). Dengan meningkatkan standar layanan, hotel dapat menciptakan pengalaman menginap yang berkesan, mempertahankan pelanggan setia, dan memperkuat posisi mereka sebagai penyedia akomodasi unggulan di industri perhotelan.

Penelitian sebelumnya oleh Gede Agus Mertayasa et al. (2023) menemukan bahwa pelayanan di area eksklusif seperti *club lounge* dapat meningkatkan kepuasan tamu hingga 72% dibandingkan tamu yang tidak menggunakan fasilitas serupa. Regent Club di Regent Bali Canggu menyediakan layanan yang mencakup penyajian makanan premium, staf personal yang siap melayani, serta lingkungan eksklusif. Namun, untuk mengetahui dampak nyata dari layanan tersebut terhadap persepsi dan penilaian tamu, diperlukan penelitian dan studi yang mengidentifikasi pengalaman subjektif mereka secara langsung. Dengan semakin tingginya persaingan di sektor perhotelan mewah, memahami bagaimana pelayanan memengaruhi persepsi dan penilaian tamu menjadi sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penilaian tamu terhadap tingkat kepuasan tamu di Regent Club, Regent Bali Canggu. Melalui pemahaman terhadap hubungan antara standar layanan yang diberikan dan persepsi tamu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan strategis bagi manajemen dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan, merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, serta

memperkuat loyalitas tamu dalam jangka panjang. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen layanan eksklusif di sektor perhotelan mewah, seiring dengan meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap layanan yang bersifat personal, berkualitas tinggi, dan mampu memenuhi kebutuhan serta preferensi pasar saat ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini akan berfokus pada analisis pelayanan di Regent Club dan bagaimana dampaknya terhadap persepsi serta penilaian tamu di Regent Bali Canggu. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Regent Club?
2. Bagaimana pengaruh penilaian tamu terhadap kepuasan tamu di Regent Club?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan penilaian tamu secara simultan terhadap kepuasan tamu di Regent Club?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Regent Club.

2. Untuk menganalisis pengaruh penilaian tamu terhadap kepuasan tamu di Regent Club.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan penilaian tamu secara simultan terhadap kepuasan tamu di Regent Club.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen perhotelan dan pemasaran jasa, khususnya dalam memahami bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi persepsi serta kepuasan tamu. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan industri perhotelan dan strategi peningkatan layanan.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Manajemen Regent Bali Cangu

- i. Memberikan wawasan mengenai tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan Regent Club di Regent Bali Cangu.
- ii. Menyediakan rekomendasi perbaikan dan inovasi dalam pelayanan agar dapat meningkatkan pengalaman tamu serta mempertahankan loyalitas pelanggan.
- iii. Membantu dalam merancang strategi pemasaran berbasis pengalaman pelanggan untuk meningkatkan daya saing hotel.

2. Bagi Industri Perhotelan

- i. Memberikan gambaran mengenai pentingnya pelayanan dalam meningkatkan citra dan reputasi hotel di mata pelanggan.
- ii. Dapat dijadikan acuan bagi hotel-hotel lain dalam mengelola layanan eksklusif agar lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan tamu.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- i. Menjadi bahan referensi dalam penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.
- ii. Membuka peluang kajian lebih mendalam mengenai strategi layanan di industri perhotelan berbasis pengalaman tamu.

E. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun berdasarkan seluruh informasi yang diperoleh selama pelaksanaan penelitian. Untuk memberikan gambaran mengenai isi laporan, sistematika penulisannya dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan kajian teoritis yang meliputi deskripsi penelitian, jenis dan prinsip dasar, tinjauan penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, serta kerangka konseptual.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, rancangan penelitian, teknik pengambilan sampel, instrumen pengumpulan data, metode pengukuran variabel, serta teknik analisis data yang digunakan.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasannya, yang dianalisis menggunakan teori pendukung guna menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian lebih lanjut.