

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Untuk menggerakkan industri pariwisata maka dibutuhkan hotel untuk menampung orang dalam jumlah besar dan berfungsi untuk menyediakan tempat menginap dan menyediakan makan minum. Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), hotel didefinisikan sebagai konstruksi yang berisikan kamar yang disewakan kepada publik sebagai akomodasi untuk wisatawan. Hotel sendiri memiliki pengertian yang berbeda bagi para ahli. Hotel didefinisikan sebagai salah satu industri jasa di bidang pariwisata yang menawarkan unsur pelayanan, kemewahan, dan jasa lainnya bagi mereka yang memiliki kepentingan bisnis dan liburan (Juliana dkk, 2021). Selain kamar, hotel juga menawarkan banyak fasilitas lain, seperti layanan kamar, restoran, serta binatu (Rachmadizal dkk, 2022). Pendapat lain mengemukakan bahwa sebuah hotel harus menyediakan kamar dan makanan, dimana penyediaan makanan dan minuman harus mematuhi peraturan dan budaya setempat (Andrews, 2013). Maka dari itu, sebuah hotel dapat dikatakan harus menyediakan kamar untuk beristirahat dan juga menyediakan makanan untuk tamunya.

Munculnya virus COVID-19 di penghujung tahun 2019 berdampak besar secara global. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak cukup besar dikarenakan pandemi COVID-19, dengan para analis dan ekonom sepakat bahwa sektor hotel dan rekreasi mendapati efek paling parah secara

langsung (Gursoy dan Chi, 2020). Efek yang cukup parah ditunjukkan pada tahun 2020, dimana tingkat penghunian kamar hotel sempat merosot hingga 15,6% dan menyebabkan 27.607 usaha berbagai jenis akomodasi tutup (Raditya, 2022).

Pesatnya perkembangan zaman berpengaruh pula pada perkembangan pembangunan hotel di Indonesia. Hotel berlomba-lomba dalam menawarkan fasilitas-fasilitas yang modern dan lengkap, dari mulai menampilkan konsep bangunan yang megah dan unik, hingga menawarkan penggunaan teknologi terkini. Persaingan yang ketat ini mendorong hotel untuk tidak hanya bergantung pada fasilitas fisik yang ditawarkan, namun juga menitikberatkan kepada pelayanan yang diberikan.

Dampak dari COVID-19 juga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisata di Kota Bandung. Dengan lebih dari 2,5juta penduduk, Kota Bandung menjadi kota dengan populasi penduduk terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya (BPS Kota Bandung, 2021). Tingginya populasi penduduk, menjadikan Kota Bandung menjadi primadona untuk menjadi tujuan wisata bagi penduduk nusantara dan mancanegara.

TABEL 1

JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA DI KOTA BANDUNG

Wisatawan Manca Negara			Wisatawan Nusantara			Jumlah		
2018	2019	2021	2018	2019	2021	2018	2019	2021
-	26.264	2.609	4.411.967	2.670.203	1.762.279	4.411.967	2.696.467	1.764.888

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2021.

Dari Tabel 1 dapat terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Bandung menurun secara drastis dengan besaran 34,55% dari tahun

2019 ke 2021. Dengan semakin rendahnya tingkat kunjungan wisatawan, tantangan bagi hotel untuk dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung dan menginap di hotel menjadi semakin besar.

Grand Pasundan Convention Hotel merupakan salah satu hotel bintang empat di Kota Bandung yang telah berdiri sejak tahun 2002. Memiliki jumlah 103 kamar, Grand Pasundan Convention Hotel menjadi salah satu dari sekian banyak akomodasi di Kota Bandung yang menjadi pilihan wisatawan yang hendak menginap ketika melakukan wisata. Kota Bandung memiliki tingkat perkembangan bisnis hotel yang tergolong tinggi, menjadikan persaingan bisnis hotel menjadi ketat di Kota Bandung, khususnya persaingan tingkat penjualan kamar.

TABEL 2

**TINGKAT HUNIAN KAMAR GPCH BANDUNG
MARET - AGUSTUS 2022**

Bulan	Jumlah Kamar Terjual	%	Jumlah Tamu
Maret	1.889	40,01%	3.638
April	782	16,70%	1.468
Mei	2.990	61,10%	5.933
Juni	1.860	39,12%	3.750
Juli	1.789	38,25%	3.549
Agustus	1.373	28,85%	2.927

Sumber: Manajemen Grand Pasundan Convention Hotel Bandung, 2022

Mengacu pada tabel 2, diketahui terjadi penurunan tingkat hunian kamar dari bulan Maret ke April dikarenakan pada bulan April orang-orang memilih untuk tinggal di rumah daripada menginap di hotel karena bulan Ramadhan, kemudian menurun kembali di bulan Juni, Juli, sampai dengan Agustus sampai dengan 28,85%.

Untuk memastikan kepuasan tamu, bagian kantor depan atau front office menjadi ujung tombak dalam menangani segala kebutuhan tamu. Departemen front office adalah departemen yang dianggap sebagai departemen inti pada suatu hotel, dengan tugas dan tanggung jawab memahami seluruh informasi yang memiliki kaitan dengan hotel, mulai dari penyambutan tamu, pengantaran tamu, penjualan kamar, penanganan pengelolaan dan pemrosesan, serta pelaporan ke departemen lain di dalam hotel (Hadi, 2014). Front office sendiri seperti namanya, menangani semua aktivitas di bagian depan dalam pelayanan hotel (Front of the House). Karena Front Office adalah departemen pertama yang berhubungan dengan tamu, melalui departemen inilah tamu membentuk pendapatnya dengan hotel (Bhakta, 2011). Di dalam departemen front office terdapat delapan bagian yaitu; reservasi, informasi, kasir, concierge dan bellboy, telepon operator, travel agent, bisnis center, dan pelayanan kantor (Bhakta, 2011).

Dalam berhubungan langsung dengan tamu, maka departemen front office menjadi yang pertama dalam memberikan pelayanan (service delivery) kepada tamu. Saat inilah kesan pertama yang terbentuk (moment of truth) berlangsung mengenai nilai dari hotel tersebut di mata tamu. Service delivery sendiri merupakan serangkaian kegiatan yang dialami oleh tamu dan dinilai sebagai kinerja (Lovelock, 2018). Terdapat dua aspek penting dalam penilaian tamu ketika service delivery. Yaitu service facilities dan service personnel. Service facilities merupakan benda fisik yang menunjang pelayanan berlangsung. Service personnel merupakan karyawan yang berhubungan langsung dengan tamu (Lovelock, 2018). Jika keduanya berjalan dengan baik maka kemungkinan besar tamu akan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Dalam penyampaian pelayanan (*service delivery*) terkadang terdapat kesalahan yang diakibatkan kejadian yang tidak terduga yang menyebabkan gagalnya pelayanan (*service failure*) yang diberikan. *Service failure* didefinisikan sebagai kekurangan, kesalahan, maupun masalah dalam bentuk apapun itu yang timbul saat *service delivery* (Erdogan, 2017). Menurut pendapat ahli lainnya, kegagalan pelayanan dapat dideskripsikan sebagai kejadian yang tidak rutin dan tidak dapat dirancang keluar dari system (Lovelock, 2018). Karyawan front office yang harus pertama kali merespon dengan cepat untuk memulihkan pelayanan (*service recovery*). Persepsi pelanggan tentang tuntutan kerugian layanan telah diidentifikasi memiliki pengaruh besar pada pembentukan penilaian evaluatif mereka dari proses pemulihan layanan (Ampong dkk, 2020). *Service failure* diakibatkan oleh buruknya koordinasi antar departemen (Lovelock, 2018). Perusahaan tidak dapat mengantisipasi segala kemungkinan yang akan dihadapi kemudian membuatnya kaku dan pasti untuk semuanya. Jika itu terjadi akan ada kemungkinan resiko *service failure* ketika ada sesuatu keluar dari jalur (Stewart, 2016).

Menurut (Lovelock, 2018) setidaknya ada tiga respon utama yang akan dilakukan oleh tamu terhadap *service failure*:

1. Memutuskan pengambilan tindakan, seperti menyampaikan keluhan pada perusahaan tersebut atau pada lembaga pihak ketiga yang menangani keluhan pelanggan, bahkan bisa sampai ranah pidana.
2. Ambil beberapa bentuk tindakan pribadi (misalnya, tidak akan kembali menjadi tamu di hotel tersebut).
3. Tidak melakukan apa-apa.

Pelanggan yang kecewa cenderung memberi tahu banyak orang tentang pengalaman buruk yang mereka alami selama menginap. Kemudahan dalam mengakses internet memungkinkan pelanggan yang tidak puas menjangkau ribuan orang dengan mengunggah keluhan di media sosial maupun *online travel agent* (OTA). Apabila tidak ditangani dengan tepat dan cepat, hal ini berpotensi berdampak pada kelangsungan bisnis hotel tersebut seiring dengan merosotnya tingkat kunjungan tamu dan hunian kamar. Seperti data review pelanggan di bawah ini yang penulis kumpulkan dari website OTA dari Januari 2020 - Agustus 2022. Melalui website OTA, penulis mengumpulkan data ulasan pelanggan yang telah menginap terhadap pelayanan Grand Pasundan Convention Hotel Bandung selama Januari 2020 – Agustus 2022. Aspek yang dinilai berupa *service facilities* dan *service personnel*.

TABEL 3

**PENILAIAN PELANGGAN TERHADAP GRAND PASUNDAN
CONVENTION HOTEL BANDUNG DARI JANUARI 2020 - AGUSTUS
2022**

OTA	Service Facilities	%	Service Personnel	%	Total %	Total Review
Traveloka	45	24%	11	6%	30%	184
Tiket.com	17	16%	4	4%	20%	105
Agoda	16	20%	6	7%	27%	81
Booking.com	8	15%	2	4%	20%	53

Sumber: Olahan Penulis dari website OTA, 2022.

TABEL 4

**JUMLAH TOTAL PENILAIAN PELANGGAN HOTEL GRAND
PASUNDAN DARI JANUARI 2020 - AGUSTUS 2022**

Total Keluhan	109
Total Review	423

Sumber: Olahan Penulis dari website OTA, 2022.

Dari data di atas diketahui rata-rata 24,25% tamu yang menginap menyampaikan keluhan atas pelayanan yang didapat oleh dirinya selama menginap. Sedangkan menurut Lovelock (2018) hanya 5-10% tamu yang tidak senang dengan service yang diterima dan benar-benar mengeluh. Artinya, hampir seperempat tamu yang menginap di hotel ini tidak senang dan mengeluh, ini belum termasuk tamu yang tidak puas dan tidak mengeluh yang jumlahnya bisa melebihi data yang dikumpulkan oleh penulis.

Dari latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis merasa bahwa diperlukan penelitian secara lebih lanjut perihal proses service recovery dalam Proyek Akhir yang berjudul:

“*Service Recovery di Departemen Front Office Grand Pasundan Convention Hotel Bandung*”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, maka dari itu penulis akan merumuskan masalah yang berkaitan dengan *service recovery* yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana *Distributive Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung?
2. Bagaimana *Procedural Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung?
3. Bagaimana *Interactional Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian yang diselenggarakan, sebaiknya memiliki tujuan yang spesifik, begitu pula dengan penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya:

1. Mengetahui *Distributive Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung
2. Mengetahui *Procedural Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung
3. Mengetahui *Interactional Justice* di departemen *Front Office* Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

D. Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk mencegah adanya penyimpangan penelitian dari inti permasalahan sehingga penulis dapat meneliti dengan lebih spesifik dan akurat dalam menentukan hasil akhir dari penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah tamu yang menginap dan pernah mengeluh atau tidak puas selama menginap di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

E. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian bagi penulis:

1. Penelitian ini memberikan penulis manfaat untuk mengetahui dan memperdalam pengetahuan penulis tentang *service recovery*.
2. Sebagai salah satu persyaratan kelulusan DIV Administrasi Hotel Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Manfaat Penelitian bagi hotel:

1. Penelitian ini mampu dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan agar dapat mempertimbangkan kembali penyesuaian yang harus dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, baik produk maupun pelayanan dari Grand Pasundan Convention Hotel Bandung.