

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Soegiarto (2018), Kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner (Hall dan mitchell, 2001, dalam Sari, 2013). Kuliner juga merupakan salah satu penunjang dari pergerakan pariwisata khususnya di Indonesia dengan kekayaannya akan kuliner.

Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan sementara waktu dari tempat awal ke daerah tertentu dengan tujuan untuk bersenang senang. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi sehingga keinginannya terpenuhi. Pariwisata terdiri dari berbagai aspek yang mana diantaranya meliputi tempat wisata, wisata kuliner, hingga akomodasi atau penginapan yang mendukung kegiatan pariwisata lainnya untuk memudahkan akses menuju suatu tujuan. Penyedia akomodasi atau penginapan yang dimaksud adalah Hotel ataupun Resort yang mana bisnis di bidang perhotelan ini sedang cukup naik daun dan sangat diminati oleh cukup banyak kalangan.

Pengertian Hotel menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 (dalam Sulastiyono dalam Maluto 2014:1), adalah

“suatu akomodasi yang mempergunakan bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya yang dikelola secara komersial”

Menurut Drs. Agus Sulastiyono (2006:5) Hotel adalah perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur orang - orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya pelayanan khusus. Dari pernyataan tersebut dapat kita lihat bahwa hotel menyediakan beberapa jasa pelayanan dan juga penyediaan produk yang beragam sesuai dengan kualitas dan harga nya.

Pemaparan tentang hotel yang dikemukakan oleh Drs. Agus Sulastiyono menyatakan bahwa pada garis besarnya hotel menyediakan jasa penginapan dan juga produk makanan serta minuman, dari pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa terdapat 2 produk utama yang dijual hotel yang diatur oleh dua departemen utama pada hotel ataupun resort yang diantaranya adalah departemen *Front Office* yang bekerjasama dengan departemen *Housekeeping* untuk menyediakan kamar, serta departemen *Food and Beverage Product & Service* yang menyediakan produk untuk dikonsumsi dalam bentuk makanan serta minuman, dan juga penyajian makanan serta minuman tersebut kepada konsumen.

Salah satu daerah yang dapat dikatakan sedang cukup naik daun dan mulai mendapatkan perhatian dari mata wisatawan lokal dan mancanegara adalah daerah Sumba yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Daerah yang terletak di

Provinsi Nusa Tenggara Timur ini masih didominasi oleh daerah yang belum terjamah atau alam liar yang masih asri dan sangat indah. Dengan banyaknya daerah yang belum tersentuh tentunya ini disebabkan pula oleh mayoritas masyarakatnya yang masih bersifat kedaerahan dan cukup tertinggal dari segi teknologi. Terbukti dengan fasilitas *mainstream* yang tersedia di Sumba dapat dikatakan sangat terbatas dengan tidak adanya *mall* atau pusat perbelanjaan modern dan dilengkapi oleh toko toko sederhana milik masyarakat setempat untuk kebutuhan sehari – hari.

Namun dibalik kekurangannya, Sumba yang dengan kata lain masih liar ini justru menjadi unik dan juga menarik dimata para wisatawan dengan etnik dan juga budaya lokalnya yang masih sangat melekat erat dengan kehidupan sehari hari masyarakat disana. Sebut saja kain tenun khas Sumba, kain yang lambat laun mulai terkenal karena motifnya yang berisikan kisah atau filosofi lokal tentang budaya setempat yang digambarkan dengan motif tenun yang cantik dan unik.

Selain budaya masyarakat yang masih sangat kental, seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwasanya Sumba memiliki keindahan alam yang luar biasa dengan hutan hutan yang masih asri dilengkapi dengan sungai serta air terjun dan perbukitan yang sangat memanjakan mata. Hal hal diatas lah yang justru menjadi daya tarik utama dari Sumba yang masih cukup tertinggal dari segi teknologi. Perpaduan antara budaya lokal yang kental dan juga keindahan alam yang memanjakan mata seakan menjadi magnet bagi para wisatawan untuk menjelajah Sumba lebih dalam lagi.

Menurut Pit (Daya, 2022) Pitana dan Diarta (2009:35) Kata wisatawan (tourist) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveller atau visitor.

Hal tersebut terbukti dari jumlah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke Sumba dari 3 tahun kebelakang yang mana angkanya mengalami kenaikan baik itu dari wisatawan asing maupun lokal. Data ini disajikan oleh Badan Pusat Statistik atau BPS yang menyatakan bahwa tingkat kunjungan ke Provinsi Nusa Tenggara Timur khususnya Sumba mengalami kenaikan yang menandakan naiknya tingkat ketertarikan wisatawan ke Sumba yang dapat dilihat dari data yang disajikan oleh BPS pada tabel dibawah ini.

Gambar 1

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik (jiwa)

| Wilayah | Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik (jiwa) | | | | | | | | |
|---------------------|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Mancanegara | | | Domestik | | | Jumlah | | |
| | 2020 ^T | 2021 ^T | 2022 ^T | 2020 ^T | 2021 ^T | 2022 ^T | 2020 ^T | 2021 ^T | 2022 ^T |
| Sumba Barat | 862 | 946 | 2 750 | 3 079 | 7 083 | 10 092 | 3 941 | 8 029 | 12 842 |
| Sumba Timur | 202 | 87 | 813 | 5 880 | 18 489 | 34 083 | 6 082 | 18 576 | 34 896 |
| Sumba Barat Daya | 4 116 | 172 | 525 | 2 366 | 4 217 | 5 921 | 6 482 | 4 389 | 6 446 |
| Nusa Tenggara Timur | 44 778 | 8 745 | 58 213 | 342 288 | 543 641 | 744 428 | 387 066 | 552 386 | 802 641 |

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumba Barat Daya

Dari data yang tersaji pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Sumba mengalami kenaikan yang sangat drastis. Hal ini tidak lain dan tidak bukan salah satunya disebabkan oleh Gerakan pemerintah di bidang Pariwisata yang menyuarakan tempat tempat atau daerah yang memiliki potensi di Indonesia. Dan lagi wisatawan yang datang tidak hanya wisatawan lokal melainkan wisatawan mancanegara yang memberikan peluang pada Provinsi Nusa

Tenggara Timur Khususnya Sumba untuk bisa berkembang dan terkenal dimata negara lain.

Kotler (2010:29) menjelaskan bahwa destinasi wisata merupakan tempat dengan bentuk yang memiliki batasan nyata atau berdasarkan persepsi, baik berupa batasan secara fisik (pulau), secara politik, atau berdasarkan pasar.

Dengan potensi yang ada, Sumba memiliki peluang yang sangat baik untuk dapat menumbuhkan ekonomi mereka melalui bidang pariwisata dengan menyediakan dan mengelola tempat tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi diantaranya wisata budaya dengan menikmati seni dan upacara adat lokal yang dapat dikelola menjadi berbayar, serta pengelolaan tempat wisata alam yang dirawat dan dilengkapi fasilitas pendukung seperti kamar mandi.

Tentunya hal tersebut menjadi hal yang baik bagi Sumba dengan memiliki daya tarik tersendiri yang berbeda dari pulau lainnya di Indonesia. Dengan adanya daya tarik yang dapat menaikkan tingkat kunjungan wisatawan ke Sumba, maka secara otomatis kebutuhan akan akomodasi berupa penginapan serta penyediaan makanan dan minuman di Sumba tentunya akan ikut naik juga. Hal ini dapat terbukti dari data yang diambil dari Badan Pusat Statistik atau BPS yang menyatakan bahwa Tingkat Penghunian Kamar atau TPK di Sumba mengalami kenaikan yang rinciannya dapat dilihat pada tabel yang disajikan oleh BPS dibawah ini.

Gambar 3

Tingkat Penghunian Kamar (TPK)

| Bulan (1) | Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Menurut Jenis Hotel dan Bulan (Persen) | | | | | |
|-----------|---|-------|-------|-------------------|-------|-------|
| | Hotel Bintang | | | Hotel Non Bintang | | |
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Januari | 22,51 | 29,85 | 28,06 | 7,17 | 14,72 | 10,72 |
| Februari | 18,40 | 28,46 | - | 7,17 | 10,08 | - |
| Maret | 27,40 | 40,80 | - | 8,40 | 12,61 | - |
| April | 38,67 | 29,64 | - | 9,89 | 13,05 | - |
| Mei | 30,00 | 41,46 | - | 9,16 | 15,49 | - |
| Juni | 41,39 | 48,32 | - | 13,16 | 17,92 | - |
| Juli | 20,35 | 48,44 | - | 7,59 | 17,55 | - |
| Agustus | 22,92 | 43,37 | - | 7,90 | 17,87 | - |
| September | 36,68 | 41,41 | - | 12,69 | 15,84 | - |
| Oktober | 48,03 | 45,34 | - | 14,97 | 17,27 | - |
| November | 52,55 | 39,33 | - | 15,48 | 14,15 | - |
| Desember | 47,28 | 42,03 | - | 13,18 | 14,30 | - |
| Jumlah | 33,97 | 39,83 | - | 10,43 | 15,07 | - |

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumba Barat Daya

Kebutuhan akomodasi dan penyedia makanan serta minuman yang tinggi membuat cukup banyak pebisnis yang ingin memanfaatkan momen tersebut untuk dapat membangun bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut berupa Hotel maupun Resort. Dan Nih Sumba merupakan salah satu Resort yang ada di Sumba tepatnya di Sumba Barat Daya, yang kini menjadi *icon* dan juga panutan dari Resort yang ada di Sumba bahkan dunia.

Menjadi salah satu Unggulan di Nusa Tenggara Timur, Nih Sumba berdiri sejak tahun 2015 dibawah kepemimpinan Claude Graves beserta istrinya Petra Graves. Nih Sumba memiliki total 36 *Luxury Villa* yang dilengkapi dengan *Private Pool* disetiap villa nya yang dapat dinikmati oleh penghuni Villa. Setiap Villa juga memiliki pemandangan *Private Beach* yang indah dan juga beberapa Villa memiliki akses langsung untuk turun ke bibir pantai.

Demi mendukung fasilitas penginapan mewah yang dimiliki oleh Nihi Sumba, Nihi Sumba memiliki beberapa *Outlet* yang berkaitan dengan bidang *Food & Beverage*. *Outlet* yang pertama yaitu *Ombak Restaurant*, *Ombak Restaurant* merupakan salah satu tempat utama bagi para tamu untuk memesan makanan dan minuman. Mengusung konsep *Open Air Restaurant*, *Ombak Restoran* mampu menampung lebih dari 150 tamu dalam waktu yang bersamaan. Pada umumnya *Ombak Restoran* digunakan untuk operasional makan pagi dan makan malam. *Ombak Restoran* juga dilengkapi dengan *Bar* yang siap menyajikan minuman yang anda pesan.

Kitchen dari *ombak restoran* juga merupakan *Kitchen* terbesar yang ada di Nihi Sumba yang mana merupakan *Main Kitchen*. *Ombak restoran* juga dilengkapi dengan *Dry Store* untuk menyimpan *linen* dan juga *Wine Store* serta *Walk-in Chiller* untuk menyimpan seluruh kebutuhan bahan makanan dan minuman di Nihi Sumba.

Dilanjut dengan *F&B Outlet* yang kedua yaitu *Nio Restaurant*. Merupakan *Restoran* utama kedua yang ada di Nihi Sumba. Mengusung konsep *Beach Bar & Restaurant*, *Restoran* yang berada tepat di bibir pantai ini sanggup menampung lebih dari 100 pengunjung dalam waktu yang sama. *Design* meja dan kursi lalu atap di *Nio Restoran* ini berbeda dengan *ombak restoran*. Karena lebih mengusung tema sederhana dan *Classic* berdasarkan budaya Sumba.

Tema makanan yang disajikan di *Nio restoran* adalah *Grill and Barbeque* dengan mengedepankan makanan berbahan dasar daging baik ayam, sapi dan

terutama ikan-ikanan yang setiap harinya ditangkap oleh tim *Boat House* pada pagi hari dan siap diolah untuk operasional pada hari itu.

Walaupun Nio Restoran umumnya hanya beroperasi pada jam makan siang, namun dikarenakan konsepnya yang menarik yang mana berada tepat pada bibir pantai, seringkali berhasil menarik perhatian para tamu untuk memesan konsep *Private Romantic Dinner* dikarenakan suasana nya yang begitu romantis pada saat malam tiba. (Grave, Nihi Sumba Facilities, 2023)

Dan ditutup dengan *Outlet* bernama *Boat House Bar*, Merupakan Tempat dimana anda dapat mendapatkan hal-hal yang anda butuhkan berkaitan dengan aktifitas laut, disana anda dapat meminjam papan selancar, kacamata untuk *Diving* dan lain-lain. Lalu terdapat juga *Boat House Bar* dimana anda dapat menikmati sajian minuman kreasi *bartender* yang dapat memanjakan dan menyegarkan tenggorokan anda setelah lelah menikmati aktifitas laut.

Dengan fasilitas yang sudah dijelaskan diatas, tentunya Nihi Sumba Memiliki kapasitas yang sangat mumpuni untuk menyanggah kelas Bintang 5. Tentunya dengan menyanggah predikat Bintang 5 Nihi Sumba memiliki misi yang cukup berat untuk dapat memanjakan dan memuaskan pelanggannya yang sudah membayar mahal untuk dapat menginap di Nihi Sumba dengan harga mulai dari Rp. 37.000.000 per malam.

Dengan begitu Nihi Sumba harus memaksimalkan potensi dari kedua departemen inti yang sudah penulis sebutkan sebelumnya yaitu Departemen *Front Office* yang bekerjasama dengan *Housekeeping* dan juga departemen yang

berkaitan dengan produk makanan serta minuman yaitu *Food & Beverage Service and Product*.

Mengapa kedua departemen besar tersebut menjadi departemen inti yang dapat mendukung suksesnya hotel dikarenakan kedua departemen tersebutlah yang melakukan proses penjualan kedua produk utama kepada tamu dan berinteraksi langsung dengan tamu. Sehingga dapat dikatakan penentu dari kepuasan para pelanggan atau tamu datang dari kedua departemen tersebut, yang tentunya tetap didukung oleh departemen *back of the house* seperti *Sales* dan *finance*.

Adapun Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Kepuasan pelanggan tentunya menjadi hal yang sangat penting dan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh seluruh pegiat atau pekerja di suatu hotel, dapat dikatakan kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan akhir atau misi dari setiap hotel untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan apa yang mereka miliki atau dengan produk apa yang mereka miliki dan juga kepada tamu tamu tersebut.

Kepuasan dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek atau faktor yang mana hal tersebut dapat terjadi setiap harinya dan mempengaruhi tingkat kebahagiaan tamu ketika menginap. Adapun hal yang termasuk kedalamnya adalah Kualitas Produk, hal ini merupakan hal yang sangat penting dikarenakan hal inilah yang nantinya akan dimakan dan dirasakan oleh para Tamu ketika sedang menginap. Produk

bukan hanya tentang makanan, tapi ini juga tentang alat alat yang digunakan untuk atau demi mendukung produk tersebut tersampaikan pada tamu. Kualitas produk yang baik tentunya akan membuat tamu merasa senang karena mereka mendapatkan produk yang layak dan tidak menyia-nyiakan uang mereka.

Hal terakhir yang mana bisa dikatakan faktor paling penting juga dalam pengaruh kepuasan pelanggan adalah aspek Harga. Harga merupakan hal yang sangat sederhana namun sangat sensitif yang bahkan bisa menjadi sebuah *Decision Maker Factor* yang mana akan membuat calon pembeli berfikir apakah barang yang mereka beli sudah setimpal dan layak dengan apa yang mereka dapatkan ataukah belum sesuai antara harga dengan kualitas barang yang mereka dapatkan. Harga juga bisa menjadi kekuatan ataupun kelemahan bagi hotel itu sendiri.

(Kotler & Armstrong, 2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Harga seakan akan menjadi pedang bermata dua bagi hotel yang mana apabila Hotel tersebut mematok harga yang tepat dan diikuti dengan kualitas produk serta jasa atau pelayanan yang baik maka hal tersebut bisa menjadi kelebihan bahkan senjata untuk hotel tersebut menggaet pasar serta bersaing ditengah gempuran banyaknya hotel serta resort di daerah sekitar. Namun akan menjadi kebalikannya apabila harga yang ditentukan tidaklah sesuai dengan apa yang mereka jual atau tawarkan dalam bentuk produk atau jasa serta pelayanan. Hal ini bisa saja menjadi senjata bunuh diri yang berbahaya untuk status atau nama baik hotel dimata pelanggan atau tamu.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada sample yang merupakan seorang karyawan di Nihi Sumba yang bernama Kelvin mengenai keluhan tamu terhadap departemen F&B, dan juga berdasarkan data berupa *Guest Comment* dari Nihi Sumba selama 6 bulan kebelakang. Maka ditemukan hal yang menjadi keluhan berulang dari tamu seperti sebagai berikut :

- a. Makanan yang disajikan tidak sesuai pesanan.
- b. Makanan disajikan dalam kondisi tidak sesuai suhu yang seharusnya.
- c. Keterbatasan varian makanan yang tersedia.
- d. Beberapa kali ditemukan terdapat beberapa menu yang tidak dapat dipesan atau *Sold Out*.
- e. Makanan masih dalam keadaan frozen pada bagian dalam.

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan salah satu penentu kepuasan dari tamu yang menginap di suatu hotel adalah kualitas dari produk makanan dan minuman serta kualitas penyajiannya. Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk menjadikan hal tersebut menjadi sebuah judul penelitian sebagai berikut :

**“PENGARUH KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN
TAMU DI NIHI SUMBA”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas makanan di Nihi Sumba.
2. Bagaimana tingkat kepuasan tamu di Nihi Sumba.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan tamu di Nihi Sumba.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan Formal penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan di Program Studi Administrasi Hotel (ADH) Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

2. Tujuan Operasional
 - a. Untuk mengetahui bagaimana kualitas Makanan di Nihi Sumba.
 - b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu di Nihi Sumba.
 - c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas makanan terhadap tingkat kepuasan tamu di Nihi Sumba.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Untuk mengetahui faktor penentu dan pendukung kualitas Makanan di Nihi Sumba.
 - b. Untuk mengetahui faktor yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan tamu.

- c. Untuk mengetahui penyebab kualitas makanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan tamu.

2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi Hotel, dapat dijadikan bahan untuk evaluasi potensi dan ancaman yang dimiliki oleh departemen terkait agar bisa menaikkan tingkat kepuasan pelanggan kedepannya.
- b. Bagi Pembaca, diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan juga referensi ketika mengangkat sebuah topik tentang pengelolaan potensi dari departemen terkait yang berfokus pada tingkat kepuasan pelanggan.