

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini terjadi persaingan antar bisnis yang bergerak di bidang industri perhotelan terutama di bagian produk dan jasa. Menurut Law (2012:3) *““hotel” or “inn” as “a place where a bona fide traveler can receive food and shelter, provided he/she is in a position to pay for it and is in a fit condition to be received “therefore, a hotel must provide food and beverages and lodging to travelers on payment and has, in turn, the right to refuse admission if the traveler is drunk, disorderly, unkempt or is not in a position for the service.”*

Industry perhotelan adalah bisnis yang berkaitan dengan proses hubungan antar para konsumen dengan karyawan atau tuan rumah dan dimana para konsumen menerima tempat atau makanan yang sesuai dengan apa yang mereka sudah bayar. Perkembangan bisnis dibidang produk food and beverage menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat dan tiada ada habisnya. Banyak pesaing yang berbisnis di bidang kuliner yang menghasilkan produk yang sama dengan kualitas produk dan pelayanan yang berbeda. Masing –masing pembisnis harus memahami kebutuhan dan keinginan para konsumennya dan terus berinovasi supaya tetap bertahan di persaingan bisnis. Persaingan ini menuntut setiap pembisnis untuk memiliki cara yang menarik untuk dapat memberikan nilai dan kepuasan untuk konsumen melalui peningkatan kualitas produk terutama di makanan karena makanan adalah kebutuhan pokok untuk setiap orang.

“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs” Kotler dan Armstrong (2015:253). Di jaman millennial saat ini banyak calon konsumen memperoleh berita dan mencari kualitas barang dan jasa melalui aplikasi atau website seperti Instagram atau TripAdvisor/Zomato. Konsumen mencari keinginan mereka untuk makan atau mencari tempat tongkorangan melalui sarana aplikasi tersebut karena banyak adanya komentar dan dokumentasi yang berkaitan dengan produk dan jasa dan dari hal identitas dan produk khas dari restoran/ hotel tersebut. Kepuasan konsumen menjadi hal yang paling berpengaruh dan sangat krusial sehingga sangat menuntut para hotelier untuk memberikan *service excellence* dan *product quality* yang baik kepada konsumen.

“Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan sangat puas” (Kotler,2012: ed13) Jika hal tersebut, memuaskan hati konsumen dan sesuai dengan ekpektasi maka hal tersebut dapat mempertahankan keberadaan/*loyalty* konsumen untuk datang kembali dan tetap bertahan di persaingan bisnis. Pertumbuhan restoran di Indonesia terus berkembang dan memiliki masa yang panjang jika restoran tersebut berhasil mengusahakannya, terutama restoran yang berada di hotel/resort. Pengunjung datang ke hotel/resort untuk berlibur dan ingin mendapatkan *quality* dan *refreshing time*, dan pastinya pengunjung hotel/resort mempunyai keinginan hal tersebut di makanan yang akan disantapnya.

Hal ini menjadi sorotan bagi konsumen yang menyukai makanan yang ber-value dan memiliki kualitas yang tinggi, konsumen tidak segan dengan membayar harga yang cukup mahal untuk memiliki pengalaman yang baik dan mendapat makanan dan minuman yang diharapkan.

Uluwatu, Kuta Selatan adalah daerah yang bisa disebut bagian yang diminati oleh para pengunjung untuk menikmati indahnya pemandangan tebing dan di area Uluwatu banyak terdapat hotel yang berbintang mulai dari hotel bintang 3-5. Berdasarkan Tingkat Hunian yang berada di Uluwatu (Kabupaten Badung), Kabupaten Badung berada di posisi kedua dan ketiga selama setahun terakhir (2018).

Tabel 1.1.1. Tingkat Hunian Kabupaten Bali 2018 -2019 (January – February)

Kabupaten/Kota	2018						
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Kab. Jembrana	11.55	13.63	9.95	10.86	11.23	11.01	11.01
Kab. Tabanan	22.02	25.26	23.17	25.70	30.29	36.91	36.91
Kab. Badung	37.17	48.73	37.10	44.73	62.66	51	51
Kab. Gianyar	32.53	41.96	43.23	43.36	44.64	48.05	48.05
Kab. Klungkung	57.81	34.50	77.81	60.55	64.52	48.87	48.87
Kab. Bangli	1.35	1.06	1.74	1.75	1.83	4.68	4.68
Kab. Karangasem	13.09	16.46	20.76	24.18	21.02	24.23	24.23
Kab. Buleleng	16.06	20.35	16.78	17.52	22.75	23.11	23.11
Kota Denpasar	30.96	25.54	31.58	37.03	24.17	27.65	27.65

Sumber dari: bali.bps.go.id 2017

Kabupaten/Kota	2019						
	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Kab. Jembrana	14.69	15.86	17.22	12.15	12.62	12.56	12.35
Kab. Tabanan	28.48	33.83	36.57	33.91	31.76	14.10	18.11
Kab. Badung	55.39	52.30	56.89	38.79	41.16	35.03	33.57
Kab. Gianyar	55.01	52.56	47.65	40.42	40.77	31.44	37.45
Kab. Klungkung	80.41	75.86	73.83	37.69	44.54	64.62	65.60
Kab. Bangli	8.81	0.85	1.92	2.68	4.50	8.26	19.29
Kab. Karangasem	35.15	34.27	30.03	27.21	20.60	16.14	25.52
Kab. Buleleng	33.35	26.93	21.30	18.66	19.42	14.64	18.67
Kota Denpasar	23.49	26.47	25.41	22.85	29.17	18	28.84

Jumlah Hotel yang berbintang di Kabupaten Badung bintang 5 ini rata – rata adalah hotel yang berbintang 3 dan 4. Hotel yang berbintang 5 berada di posisi ke 3 dari diantara hotel berbintang lainnya. Six Senses Uluwatu adalah Hotel berbintang 5 yang salah satu nya menjadi di jumlah hotel berbintang 5.

Tabel 1.1.3. Jumlah Hotel Berbintang di Bali.

Kabupaten/Kota	2017							
			Jumlah Hotel Bintang					
	Bintang 1	Seluruh Kelas	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1	Seluruh Kelas
Kab. Jembrana	-	-	0	1	3	1	0	5
Kab. Tabanan	-	-	2	1	2	0	0	5
Kab. Badung	-	-	58	123	190	57	15	443
Kab. Gianyar	-	-	6	4	7	3	4	24
Kab. Klungkung	-	-	0	0	0	0	3	3
Kab. Bangli	-	-	0	0	0	0	0	0
Kab. Karangasem	-	-	1	4	2	1	0	8
Kab. Buleleng	-	-	2	4	9	2	0	17
Kota Denpasar	-	-	4	7	16	15	4	46

Sumber dari: bali.bps.go.id 2017

Peningkatan kualitas produk makanan dan kualitas pelayanan di departemen Food and Beverage ini, menjadi pertimbangan dimana Six Senses Uluwatu Bali adalah Resort yang masih tergolong baru (2018).

Awal mula Six Senses sangat dikenal dengan kedamaian dan luxury dengan alam, Six Senses memiliki visi yang ingin konsumen mendapatkan jiwa yang positif namun dengan kegiatan yang diluar dari media atau handphone. Visi dari Six Senses yaitu: ” *Reconnection: to help people reconnect with themselves, others and the world around them*”. Six Senses Uluwatu adalah Six Senses yang buka pertama kalinya di Bali dan Six Senses Uluwatu Bali adalah resort yang sedang *Pre-opening* dan masih di tahap permulaan dimana ingin memberikan pengenalan kepada masyarakat dalam hal *brand awareness*. Selain itu Six Senses memiliki kepedulian dengan konsumennya dalam hal produk dan pelayanan.

Ada beberapa hal yang diutamakan oleh Six Senses Uluwatu yaitu dari salah satu Value itu sendiri yang berkata “*Emotional Hospitality*” yang berarti Six Senses Uluwatu memiliki pendekatan cerdas secara emosional terhadap pelayanan yang dimulai dengan empati.

Dalam perjalanan pembukaan hotel ini, konsistensi menu untuk di restaurant masih dirubah ubah hingga menemukan kesesuaian dengan konsep restaurant dan peminatan

konsumen. Dengan kata lain, Host (Karyawan Hotel) dan Chef Six Senses Uluwatu ingin memberikan kualitas makanan yang terbaik kepada konsumen yang memiliki preferensi khusus di dalam makanan, misal konsumen tersebut vegetarian, vegan atau memiliki alergi tertentu seperti alergi kacang, susu dan lain lain. Tetapi dari hal tersebut menjadi rutinitas sehingga makanan yang diproduksi ini menjadi makanan yang disediakan terus menerus dan menjadi menu tersendiri. Konsumen memiliki ciri perbedaan atas preferensi dan persepsi terhadap makanan tersebut namun tidak semua konsumen memiliki hal tersebut. Konsumen yang tidak memiliki preferensi apapun merasa tidak puas terhadap makanan yang disediakan walau memang ada beberapa menu yang tidak memiliki preferensi tetapi tidak bervariasi dan terbatas. Dibanding dengan harga yang diajukan oleh hotel konsumen merasa jika kualitas produk dan pelayanan yang didapatkan tidak menemui ekspektasi yang mereka inginkan.

Kualitas pelayanan juga menjadi hal yang diutamakan untuk memuaskan hati konsumen, pelayanan yang diluar ekspektasi dan *memorable* adalah sesuatu yang konsumen cari hingga mereka rela mengeluarkan uang untuk mendapatkan hal tersebut. Menurut Irawan (2012:35) definisi dari kepuasan konsumen adalah “Kepuasan konsumen adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”. Akan tetapi dikarenakan Resort ini adalah resort yang masih tergolong pre-opening, kedua kualitas ini menjadi pertimbangan, apakah produk atau pelayanan dahulu yang difokuskan untuk menjadi lebih baik dan dirasakan oleh konsumen sehingga pemasaran dari mulut ke mulut oleh konsumen dapat terjadi.

Di dalam permasalahan resort yang masih pre-opening ini masih terdapat kepuasan konsumen yang kurang optimal dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan di departemen Food and Beverage yang berbeda dari apa yang mereka harapkan.

Selain itu disisi lain masih adanya pengurangan dan penambahan untuk variasi menu yang terus menerus diganti dan menjadi kurang konsiten.

Six Senses tergolong Resort yang masih baru dan masih asing di telinga masyarakat Indonesia terutama Bali karena Six Senses adalah Resort yang berasal dari Thailand yang berkonsep akan Wellness ini pertama kali dibangun di Bali, Indonesia sehingga hal ini menjadi perhatian untuk brand awareness kepada masyarakat setempat.

Berdasarkan latar belakang diatas akan diteliti mengenai analisa kualitas produk dan kualitas pelayanan Rocka Restaurant di departement F&B Six Senses Uluwatu pada masa pre-opening.

1.1. Identifikasi masalah

Berdasarkan dari masalah yang ada di latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terdapat tingkat kepuasan konsumen yang kurang optimal dengan kualitas produk makanan dan pelayanan yang berbeda dari apa yang mereka harapkan,
2. Adanya pengurangan dan penambahan menu yang terus diganti dan kurang konsisten.
3. Usia hotel yang masih baru dan masih tahap pengenalan brand awareness kepada masyarakat.

1.2. Batasan penelitian

Bedasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini dibatasi karena melihat pada pokok batasan yakni:

Peneliti akan memfokuskan masalah dalam kualitas produk dan pelayanan, serta meneliti komentar dan penilaian dari konsumen yang sudah mempunyai *experiences di food and beverages* Six Senses Uluwatu Bali.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang, identifikasi masalah dan batasan penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk makanan yang berada di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali?
3. Bagaimana peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian berdasarkan rumusan masalah yang terjadi, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui kualitas produk yang ada di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali.
2. Mengetahui kualitas pelayananyang ada di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali.
3. Mengetahui peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rocka Restaurant Departement Food & Beverage Six Senses Uluwatu Bali.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharap agar menjadi manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai hasil penelitian yang diharapkan menjadi anjuran dan saran untuk perbaikan kualitas produk, dan secara bijaksana bisa untuk mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki masalah tersebut.
2. Untuk sebagai bahan referensi peneliti berikutnya.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk peneliti berkaitan Analisa peningkatan kualitas produk makanan dan kualitas pelayanan di department Food and Beverage pada masa pre-opening.

