

Layanan Prima menuju "Quality Tourism" Bali

I Wayan Nurjaya¹, Solihin², I Nyoman Kanca³
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali
email: solihinmoelyadi@gmail.com²

ABSTRACT

Increasingly competitive competition among tourist accommodation providers, encourage the star hotel management and villas in Kuta to provide special services to their guests. In fact, such kind of services will lead to a concept of tourism called "quality tourism". This paper is a qualitative research. Its data collection was done through document study, observation, and in-depth interviews with 11 informants, consisting of five villas's star hotel liners, three hotel and villa's guests, and three observers of Bali tourism business. The result of the study shows that the excellent services to the guests provided by villa and hotel management in Kuta is the implementation of the concept of *sapta pesona*, done at the stage of pre-arrival service, reception service, housekeeping service, and food & bevarage. The impact of this excellent services gives tourist loyalty and revisit, reinforces the positive image of Bali tourism, and supports the sustainability of accommodation services and tourism business. In general, the excellent services for hotel and villa guests in Kuta has supported the efforts to realize the quality tourism in Bali. Innovations to improve the quality of service for hotel and villa guests are needed according to the development and demands of the tourism market.

Keywords: excellent services, hotel and villa, quality tourism.

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi industri terbesar dewasa ini, baik dilihat dari jumlah tenaga kerja yang terserap maupun dari jumlah dolar yang dihasilkan. Pertumbuhan pariwisata akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan internasional akan mencapai 1,6 milyar. Perkembangan pariwisata membawa dampak ekonomi yang sangat besar baik bagi pemerintah, kalangan swasta atau industri pariwisata, maupun masyarakat di daerah tujuan wisata (Pitana, dkk, 2011).

Pariwisata Bali yang berkembang sejak tahun 1920-an telah menarik wisatawan untuk datang mengunjunginya, termasuk wisatawan mancanegara. Perkembangan kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) ke Bali dalam kurun waktu lima tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup pesat, yaitu dari 2.949.332 orang wisman pada tahun 2012 menjadi 4.927.937 pada tahun 2016 (Nugroho, dkk., 2017: 17). Secara umum terdapat delapan faktor daya tarik bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Bali, yakni: (1) harga-harga produk wisata yang wajar, (2) budaya dalam berbagai bentuk manifestasinya, (3) pantai dengan segala daya tariknya, (4) kenyamanan berwisata, (5) kesempatan luas untuk relaksasi, (6) citra (*image*) atau nama besar Bali, (7) keindahan alam, (8) keramahan penduduk setempat (Suradnya, 2006).

Sebagai destinasi wisata terkenal di dunia, pariwisata Bali telah memperoleh beberapa penghargaan, antara lain: (a) *The Best Island* se-Asia Pasifik oleh majalah Destin-Asia Hong Kong (2009), (b) "*Island Destination of the Year*" dalam ajang *China Travel and Meetings Industry Award 2013*; dan (c) Penghargaan *Worlds Best Awards 2014* dalam kategori *The Best Island in Asia* versi majalah pariwisata internasional, "*Travel+Leisure*" (*Kompas*, Selasa, 23 September 2014; metroballi.com/2014/09/23). Beberapa penghargaan ini berpengaruh positif terhadap citra positif pariwisata Bali. Bahkan pada tahun 2017 Bali memperoleh posisi *World Best Destination* (destinasi terbaik dunia) oleh TripAdvisor dan sejumlah kalangan lainnya.

Pengembangan pariwisata Bali telah terdukung oleh berbagai fasilitas wisata yang cukup komprehensif seperti tempat penginapan (sarana akomodasi, misalnya hotel, vila, dan lain-lain), restaurant, *travel agent*, *money changer*, alat transportasi, infrastruktur serta destinasi pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan (UU Kepariwisata Pasal 14). Sejalan dengan dinamika pariwisata, pembangunan fasilitas akomodasi wisata berupa hotel dan vila di Badung berkembang dengan pesat. Dalam empat tahun terakhir (2010-2014), jumlah hotel berbintang dan non-bintang di Kabupaten Badung meningkat dengan drastis. Apabila tahun 2010 jumlah hotel bintang dan nonbintang di Kabupaten Badung sebanyak 633 unit atau 25.649 kamar, maka

pada akhir tahun 2014 menjadi 957 unit atau 36.344 kamar (Disparda Bali, 2014).

Selain hotel, juga berkembang akomodasi yang lebih memberikan sentuhan personal, yakni vila yang banyak dibangun di lingkungan (dekat) kebun, persawasan dan pemukiman penduduk setempat. Pembangunan vila di Kabupaten Badung semakin meningkat terutama di daerah Kecamatan Kuta (sekitar 650 unit vila, 3.958 kamar). Sebaran vila terbanyak di Kabupaten Badung berada di Kecamatan Kuta Utara yang mengambil porsi 45,60%, Kecamatan Kuta 18,31%, Kuta Selatan 17,78%, Mengwi 17,61%, dan Abiansemal 0,70%. Dari jumlah itu, sebagian besar berlokasi di pedesaan yakni 57,41% dan sisanya di pinggir pantai (Ismoyo, 2011). Keberadaan jasa akomodasi vila di Kuta, termasuk di Kelurahan Seminyak, digemari oleh wisatawan asing, baik yang datang dari benua Amerika, Eropa, Australia maupun Asia (Solihin, 2012).

Layanan jasa akomodasi hotel dan vila terus berupaya menunjang *quality tourism* (pariwisata berkualitas). Menurut Postma (2007), kualitas produk pariwisata Bali dibentuk oleh akomodasi (*amenities*), organisasi dan lembaga pendukung (*ancillaries*), transportasi (*accessibilities*), sebagai pendukung dan pembentuk totalitas dari produk pariwisata Bali. Semua faktor pembentuk totalitas produk pariwisata tersebut harus melibatkan masyarakat lokal (*community involvement*). Indikator utama untuk mengukur kualitas pariwisata adalah: wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkualitas dari liburannya (*quality of experiences*), investor mendapatkan keuntungan yang berkualitas (*quality of profit*), dan kualitas hidup masyarakat lokal (*quality of life*) meningkat akibat pembangunan pariwisata (Utama, 2013).

Pelayanan istimewa kepada wisatawan menjadi kebutuhan bagi hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta. Pelayanan istimewa itu antara lain diwujudkan dalam bentuk pelayanan yang memberikan sentuhan personal (*personal service approach*) yang bertujuan untuk memuaskan konsumennya. Studi ini diniatkan membahas dua hal, yaitu layanan istimewa apa yang dilakukan oleh hotel dan vila di Kuta, Badung dan bagaimana dampaknya untuk merealisasikan pariwisata Bali yang berkualitas.

METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan kajian kualitatif di bidang pariwisata dengan objek beberapa hotel berbintang dan vila di wilayah Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung. Data penelitian diperoleh melalui kajian dokumen, observasi, dan wawancara mendalam dengan 11 informan, yang terdiri atas lima operator hotel dan vila, tiga tamu hotel/vila, dan tiga pemerhati pariwisata Bali yang ditentukan secara *purposive*. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif-kualitatif dengan teori *stakeholder* (pemangku kepentingan) dan sejumlah teori pendukung lainnya.



Sumber: ginoferucivilla.com

PEMBAHASAN

Layanan Istimewa bagi Tamu Hotel dan Vila di Kuta

Secara umum, pelayanan jasa akomodasi wisata meliputi dua dimensi, yakni dimensi *tangible* (berwujud) dan *intangible* (tak berwujud). Menurut Zeithaml, dkk (1990: 25), dimensi *tangible* meliputi lokasi hotel atau vila, penampilan dan fasilitas fisik, termasuk kamar hotel atau vila yang dinilai amat memadai. Selanjutnya dimensi *intangible* meliputi aspek: (a) keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan staf hotel atau vila dalam memberikan pelayanan atau melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat; (b) daya tanggap (*responsiveness*), yakni kemauan kuat dari karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat; (c) adanya kepastian/jaminan (*assurance*), yang terdiri atas kemampuan (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kepercayaan (*credibility*), dan keamanan (*security*).

Pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan yang dimiliki karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan serta jaminan rasa aman, serta (d) sikap empati (*emphaty*) staf yang dapat menerima (*acces*), komunikasi (*communication*), dan mengerti pada pelanggannya sehingga menimbulkan kepuasan dan loyalitas mereka untuk menggunakan jasa akomodasi wisata setempat.

Dimensi pelayanan *tangible* dan *intangibile* tersebut diimplementasikan dalam memberikan pelayanan yang istimewa (*excellent services*) kepada wisatawan. Secara umum, pelayanan yang istimewa tersebut diharapkan mampu merealisasikan prinsip sapta pesona, yakni kondisi yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, keramah-tamahan, serta kenangan yang indah (Murni, 2011). Pelayanan istimewa bagi tamu hotel berbintang dan vila di Kuta, meliputi layanan pra-kedatangan, layanan selama di penginapan (dari *check in* sampai *check out*), layanan paket *tour*, serta layanan saat kepulangan sang tamu (lihat Tabel)

Tabel
Layanan Istimewa Bagi Tamu Hotel Berbintang dan Vila di Wilayah Kuta

No.	Proses Layanan	Keterangan
1	Pra-kedatangan	- Kemudahan dalam memesan kamar hotel atau vila melalui <i>online-booking</i> - Pemberian tarif kamar dengan <i>special prize/dinamic pricing</i> - Penjemputan khusus ke bandara dengan kalungan bunga
2	<i>Reception</i>	- Layanan yang cepat, sigap, ramah, sepenuh hati di bagian kantor depan, lengkap dengan wellcome drink
3	<i>Housekeeping</i>	- Layanan selama tinggal di hotel/vila - Dekorasi kamar yang unik bagi pasangan <i>honeymooner</i>
4	<i>Food & Bevarage</i>	- <i>Kitchen experiences</i>
5	Layanan paket <i>tour</i>	- Pemberian penjelasan dan dampingan bagi tamu hotel/vila selama berkunjung ke objek-objek wisata atau menikmati atraksi wisata yang ada di Bali.
6	Kepulangan	- Mengantar kepulangan tamu ke bandara.

Sumber: diolah dari data lapangan (2017).

Dari table tersebut dapat dielaborasi sebagai berikut. Pertama, layanan pra-kedatangan adalah sebelum wisatawan memasuki hotel atau vila. Dalam hal ini, pihak penyedia jasa akomodasi memberikan layanan *online booking* kepada para calon tamunya. Dengan *online booking*, maka calon konsumen hotel maupun vila bisa melakukan pemesanan kamar kapan pun dan di mana pun. *Online booking* merupakan bagian tuntutan pelayanan sesuai kemajuan teknologi informasi di era global saat ini. Hampir semua hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta telah menerapkan sistem *e-commerce* ini. Pada proses *booking online*, pihak staf pemasaran hotel atau vila (via *phone* atau *email*) juga memberikan informasi yang diperlukan bagi para tamunya sebelum mereka tiba di Bali. Selain itu, layanan pra-kedatangan secara istimewa juga dilakukan ketika penjemputan tamu di bandara dengan penuh keramahan, lengkap dengan pemberian kalungan bunga. Penjemputan tamu di bandara ini biasanya diperlakukan bagi tamu yang menginap minimal tiga malam. Manajemen hotel atau vila telah bekerja sama dengan biro perjalanan pariwisata (BPW) untuk melayani perjalanan tamu selama yang bersangkutan menginap di hotel atau vila setempat.

Kedua, layanan istimewa di bagian *reception*, menurut Putu Artasana,

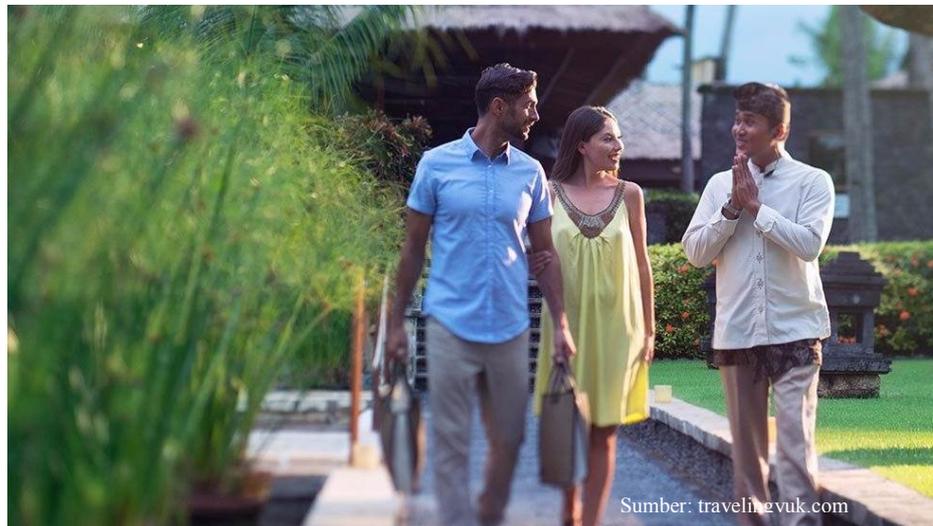
34 tahun, Operasional Manajer Vila Ranadi meliputi *welcome drinks* bagi tamu yang baru tiba. Mereka diterima dengan cara penyambutan yang khas. Proses pelayanan di bagian *reception* dilakukan secara cepat (sekitar 10 menit), agar wisatawan yang



sudah melakukan perjalanan panjang tidak terlalu lama menunggu di bagian *reservation*.

Ketiga, layanan istimewa *house keeping* di mana dalam hal ini staf hotel atau vila berupaya melayani tamunya secara profesional, melakukan tindakan yang cepat, mengembangkan sistem komunikasi terbaik dengan relasi dan tamu hotel, serta melaksanakan kegiatan sesuai *time frame* layanan yang jelas sehingga para tamu hotel merasa nyaman seakan tinggal di rumah (*guests feel home*). Penyedia jasa yang berkualitas akan memikat konsumennya, seperti pernyataan informan (Kahar Salamun, 53 tahun, pemerhati pariwisata Bali) berikut. "Hotel boleh banyak, tetapi, yang akan keluar sebagai pemenangnya adalah hotel yang memiliki *excellent service*".

Kenyamanan dan kepuasan tamu amat diprioritaskan. Dalam kaitan ini, hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta berupaya meningkatkan layanannya sesuai dengan karakter tamunya. Sebagaimana yang diterapkan oleh pengelola



Sumber: travelingvuk.com

hotel Holiday Inn Resort Baruna Kuta yang sebagian pelanggannya berasal dari Cina (Tiongkok). Untuk mengoptimalkan pelayanannya, beberapa *department* (FO, Restoran, dan *Sales*) menempatkan tenaga yang memahami budaya Cina dan mampu berbahasa Mandarin dengan baik (Sutawa, 2015). Wisatawan asal Cina di Bali memang cenderung meningkat dari 10.75% (310.904 orang) pada tahun 2012 menjadi 11.82% (387.533 orang) pada tahun 2013 (Dinas Pariwisata Bali, 2013).

Selama wisatawan tinggal di hotel atau vila (terkait dengan layanan *housekeeping*), pengelola hotel atau vila berupaya memberikan pelayanan yang terbaik. Apabila ada tamu yang komplain atau terganggu kenyamanannya, manajemen hotel atau vila setempat berupaya

menyelesaikan permasalahan itu dalam satu hari (*on that day solution*). Vila-vila di Kelurahan Seminyak misalnya dibangun di lokasi pedesaan, di tengah kebun dengan suasana lokal yang asri dan damai. Karena berada di lingkungan pedesaan, di lingkungan vila Kelurahan Seminyak masih dapat ditemui binatang-binatang yang dapat mengganggu ketenangan penghuni vila. Binatang-binatang tersebut termasuk tikus dan tokek yang hidup dalam habitat kebun di lingkungan vila setempat. Apabila ada tamu yang tidurnya terganggu seperti gangguan tikus atau bunyi tokek, pihak pengelola vila akan memberikan *free spa* atau *one day tour free* kepada para tamunya sebagai kompensasi.

Sejumlah hotel berbitang dan vila di Kuta juga memberikan pelayanan istimewa kepada pasangan tamu yang sedang berbulan madu (*honeymoon*) atau *honeymooner*. Pelayanan istimewa kepada *honeymooner* antar lain diwujudkan dalam bentuk: (a) ruangan yang dishiasi dengan ornamen untuk yang bulan madu; (b) tempat makan disesuaikan dengan yang sedang berbulan madu; (c) kolam renang dan ruangan *spa* yang didekorasi sesuai dengan nuansa bulan madu; (d) paket *tour* yang *romantic* sengaja di-*setup*, termasuk *tour* ke Nusa Lembongan yang disiapkan untuk pasangan yang sedang berbulan madu.

Keempat, adalah layanan *food & beverage*. Di samping layanan istimewa pada bagian *reception* dan *housekeeping*, tamu hotel berbintang dan vila di Kuta juga memberikan pelayanan *food & beverage* yang dikehendaki wisatawan yang datang. Tamu hotel atau vila boleh memesan makanan sesuai seleranya. Dalam teori, fasilitas makanan-minuman tidak tercakup dalam pelayanan vila karena makanan dan minuman merupakan bagian dari pelayanan hotel yang memiliki restoran (Marpaung, 2002). Namun, beberapa Vila di wilayah Kuta, termasuk di Kelurahan Seminyak juga menyediakan makanan-minuman dan aktivitas kuliner untuk para tamunya. Pada vila Ahimsa misalnya, kegiatan kuliner justru dijadikan daya tarik bagi pelanggannya. Wisatawan yang dilayani diberi kebebasan untuk memilih jenis makanan yang disukainya. Mereka bisa memilih bahan-bahan bakunya yang disediakan manajemen vila dan selanjutnya bahan-bahan manakanan itu dapat mereka masak di dapur vila masing-masing bersama juru masak vila setempat. Dengan

aktivitas pilihan kuliner ini, ternyata sebagian pengguna jasa akomodasi vila Ahimsa banyak yang tertarik mengikuti kegiatan yang dikemas semacam *cross-culture* (lintas-budaya) ini. I Made Sukianto, 35 tahun, General Manager Vila Ahimsa, menyatakan sebagai berikut, "Setelah memilih bahan, tamu bisa masak sendiri makanannya di dapur dengan dampingan juru masak kami. Rupanya tamu bisa menikmati kegiatan ini".

Kelima, terkait layanan saat kepulangan tamu, biro perjalanan wisata kembali memberikan pelayanan untuk mengantar tamu hotel atau vila ke bandara. Prinsip kesopanan serta keamanan dan kenyamanan terus ditegakkan, sehingga tamu memperoleh kesan yang positif untuk pariwisata Bali. Sopir dan guide sebagai mitra *stakeholder* eksternal hotel dan vila setempat merupakan bagian dari pelaku wisata Bali yang melaksanakan sapta pesona. Dalam hal ini, pihak manajemen hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta terus berupaya memberdayakan SDM-nya agar lebih mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada para tamunya.

Setiap staf diharapkan menjadi agen atau sales yang menjalin kontak langsung dengan konsumen. Staf atau karyawan hotel dituntut untuk memahami karakter budaya tamunya dan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Selanjutnya pelayanan yang berkualitas tersebut diharapkan mampu memuaskan pelanggan (tamu hotel/vila), sehingga terjadi kunjungan ulang dan peningkatan hunian kamar hotel seperti pernyataan I Nyoman Astama, 47 tahun, General manager hotel Bali Niksoma, bahwa "pemberdayaan karyawan (SDM) harus diorientasikan untuk meningkatkan *service*, yaitu peningkatan *service* agar tamu merasa puas sehingga terjadi revisit, serta adanya peningkatan hunian hotel (Sutawa, 2015).

Dampak Layanan Istimewa terhadap *Quality Tourism*

Sesuai teori *stakeholders* (Ghozali dan Chariri, 2007), peningkatan kualitas layanan hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta, merupakan buah dari layanan yang dilakukan oleh *stakeholder* internal (yaitu staf, karyawan penyedia jasa akomodasi tersebut) dan *stakeholder* eksternal, yaitu pihak luar organisasi, termasuk biro perjalanan wisata (perusahaan travel). Sambutan

hangat dengan senyum yang ramah sejak kedatangan tamu di bandar udara (Bandara), layanan yang sigap di *front office*, *full services* ketika tinggal di hotel, serta “pengalaman manis” wisatawan selama tinggal di Bali bisa membangun kesan positif dari wisatawan.

Pada umumnya tamu hotel berbintang dan vila di Kuta merasa aman dan nyaman berada di Bali, menikmati keramahtamahan penduduk lokal dan seni budaya Bali. Mereka juga merasa puas setelah memperoleh sambutan dan pelayanan yang istimewa tersebut. Kesan Bali yang *wonderful*, indah, aman, dan nyaman yang dirasakan para wisatawan membuahkan citra positif pariwisata Bali.



Tamu hotel berbintang maupun vila di Kuta memperoleh kesan yang positif terhadap layanan jasa akomodasi yang diterimanya. Para informan yang

menginap di hotel berbintang seperti Legian Paradiso Hotel, Puri Saron, dan Bali Niksoma hotel merasa puas atas pelayanan yang disuguhkan beberapa hotel berbintang ini. Begitu pula para tamu yang menginap di beberapa vila di Kuta. Mereka merasa terkesan dan merasa puas atas pelayanan vila yang mereka terima, seperti yang diungkapkan dua orang wisawan asing yang menginap di vila the Kunja dan Ranadi berikut ini.

“Every staff members has extremally friendly and capable. There is nothing I would like to change” -Semua staf sudah amat ramah dan berkemampuan baik. Tak perlu ada yang diubah (Stefanic Muller, 25 tahun, German, tamu The Kunja)

“I wouldn’t change anything. Continue providing the same service and all guests should remain happy. Very good service, friendly staff, helpful overall a very good experiences” – Saya tak perlu (menyarankan kepada manajemen) untuk mengubah apapun. Pelayanan sangat baik, staf yang ramah, sangat membantu. Secara

keseluruhan membuat pengalaman yang baik, berkesan (Tom Abaraham, 28 tahun, Australia, tamu Vila Ranadi).

Itulah beberapa kesan dan penilaian wisatawan pengguna jasa akomodasi vila di Kelurahan Seminyak. Mereka merasa puas atas pelayanan istimewa tersebut. Pengalaman positif dan kepuasan itu kemudian mendorong mereka untuk melakukan kunjungan ulang (revisit) ke Bali, seperti pengakuan Dee Milton, 49 tahun wisatawan Australia ini: "*We have come to Bali seven times. We used this vila second time....we love Bali. It's exciting*" – Kami datang ke Bali sudah tujuh kali. Kami menginap di vila Seminyak sudah dua kali. Kami cintai Bali. Mengasikkan. Wisatawan Australia ini mengaku bahwa ia sudah tujuh kali berkunjung ke Bali, lima kali menggunakan jasa akomodasi hotel, dan dua kali menginap di vila.

Seperti ungkapan di atas, sebagian wisatawan memang senang menggunakan jasa akomodasi di wilayah pusat pariwisata Kuta. Sebagian wisatawan (59%) yang kembali berlibur ke Bali ingin menggunakan jasa akomodasi setempat (Solihin, 2011). Para wisatawan pengguna jasa akomodasi hotel berbintang dan vila di Kuta pada umumnya telah merasa diterima, diakui, dan dihargai oleh staf dan karyawan vila setempat. Pesan dan kesan seperti "*it's wonderful*", "*very friendly*", "*good services*", dan sebagainya, merupakan ungkapan atas kepuasan mereka dalam menggunakan jasa layanan akomodasi setempat. Pelayanan yang diberikan hotel berbintang dan vila telah membentuk persepsi positif dan membangun loyalitas wisatawan. Hal ini sesuai dengan teori persepsi yang dikemukakan Rangkuti bahwa pelanggan akan semakin loyal jika produk atau jasa tersebut semakin bernilai bagi pelanggan (Rangkuti, 2003: 31).

Selain menumbuhkan citra positif pariwisata Bali, pelayanan istimewa yang diberikan oleh hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta otomatis dapat meningkatkan kinerja penyedia jasa akomodasi dan menjamin keberlangsungan (*sustainability*) *stakeholder* seperti pelaku jasa pariwisata Bali, termasuk beroperasinya biro perjalanan wisata. Aktivitas jasa pariwisata bisa dibangkitkan, dan tingkat *occupancy* hotel dan vila pun bisa dioptimalkan.

Tingkat capaian okupansi hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta adalah sekitar 60% sampai dengan 80%. Sebagian besar konsumen hotel berbintang dan vila di wilayah Kuta adalah wisatawan asing. Biro perjalanan wisata membawa tamu untuk menginap di hotel berbintang sebanyak 20%-30%, dan yang menginap di vila sekitar 40-60% (Solihin, 2012; Sutawa, 2015).

Pada dasarnya, pelayanan istimewa bagi tamu hotel berbintang dan vila di Kuta merupakan implementasi prinsip *sapta pesona* secara menyeluruh. Untuk itu, prinsip *sapta pesona* (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, keramah-tamahan, dan kenangan) perlu digelorakan lagi dalam segala aktivitas pariwisata Bali. Layanan yang istimewa peyediassa jasa akomodasi, dan *stakeholder* lainnya kepada wisatawan merupakan pendukung dalam menciptakan kualitas pariwisata budaya Bali yang berkelanjutan. Pariwisata budaya berkelanjutan meliputi terpeliharanya mutu sumber daya alam dan budaya, meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal, dan terwujudnya kepuasan wisatawan (Ardika, 2006: 164).

SIMPULAN DAN SARAN

Layanan istimewa yang diberikan oleh manajemen vila dan hotel di Kuta kepada para tamunya adalah merupakan implementasi konsep *sapta pesona*. Layanan istimewa ini dilakukan ketika penjemputan tamu di bandara (layanan pra-kedatangan), layanan *reception*, layanan *housekeeping*, dan *food & bevarage*. Dampak dari layanan istimewa ini menumbuhkan loyalitas dan revisit (kunjungan kembali) wisatawan, menguatkan citra positif pariwisata Bali, serta mendukung keberlanjutan bisnis jasa akomodasi wisata Bali. Secara umum layanan istimewa bagi tamu hotel berbintang dan vila di Kuta telah mendukung upaya mewujudkan *quality tourism* pariwisata budaya Bali. Untuk itu, prinsip *sapta pesona* perlu digelorakan lagi dalam segala aktivitas pariwisata Bali. Inovasi untuk meningkatkan kualitas layanan bagi tamu hotel dan vila diperlukan sesuai perkembangan dan tuntutan pasar pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2006. "Pengelolaan Pusaka Budaya sebagai Obyek dan Daya Tarik Pariwisata Bali" dalam *Bali Bangkit Kembali*. Denpasar: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI dan Universitas Udayana.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2014. *Statistik Pariwisata Bali*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- Ismoyo. 2011. *Perkembangan Vila di Bali (Bahan Presentasi)*. Denpasar: Asosiasi Vila Seminyak.
- Kecamatan Kuta dalam Angka. 2010.
- Nugroho, Adi dkk. 2017. *Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali 2016*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali.
- Pitana, I Gede dan Putra, I Nyoman Darma Putra. 2011. *Pemberdayaan dan Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Postma, Albert. 2007. "An Approach for Integrated Development of Quality Tourism" in Flanagan, S., Ruddy, J., Andrews, N. *Innovation Tourism Planning*. Dublin: Dublin Institute of Technology: Sage.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Kesepuluh. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Solihin. 2012. *Persepsi Wisatawan terhadap Pelayanan Vila di Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta Kabupaten Badung (tesis)*. Denpasar: Program Magister Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana.
- Suradnya, I Made. 2006. *Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali dan Implikasinya terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Sutawa, I Gusti Kade. 2015. "Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, Motivasi Kerja, dan Perubahan Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Perhotelan di Bali" (disertasi). Denpasar: Program Doktor Program Studi Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana.
- Sutawa, I Gusti Kade. 2015. "Upaya Mengoptimalkan Tingkat Hunian Hotel Berbintang Di Bali", orasi ilmiah pada pelantikan alumnus S1 & S2 STIE Denpasar, 18 Agustus 2015.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2013. "Strategi Menuju Pariwisata Bali yang Berkualitas (Strategy Towards Quality of Tourism Bali)", *Jurnal Kajian Bali*, Volume 03, Nomor 02, Oktober 2013.
- Zeithaml, dkk.1990. *Delivery Quality Service – Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: The Free Press.