

Persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan resort & spa Ubud Bali

Gusti Ngurah Made Putrayasa¹⁾, Dra. Anak Agung Putri Sri, M.Si.²⁾,
Agung Sri Sulistyawati, S.ST.Par.,M.Par.³⁾

Fakultas Pariwisata Universitas Udayana

Telp/Fax: 62 361 223798, E-mail: wahde92@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Teknik pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. dianalisis melalui teknik analisis deskriptif kualitatif. Kemudian dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas kamar yang baik dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali berjumlah 312 rata-rata 3.12 persen (setuju). Persepsi wisatawan terhadap keadaan restoran yang bersih berjumlah 271 rata-rata 2.71 persen (setuju). Persepsi wisatawan terhadap menariknya bar berjumlah 309 rata-rata 3.09 persen (setuju), Persepsi wisatawan terhadap kenyamanan Spa berjumlah 208 rata-rata 2.08 persen (tidak setuju). Harga kamar, spa, food and baverage yang ditawarkan sudah sesuai memperoleh total skor 206 rata-rata 2.06 persen (tidak setuju), Pelayanan antar jemput tamu dari bandara ke hotel memuaskan memperoleh total skor 279 rata-rata 2.79 persen (setuju), Jenis transportasi yang digunakan sudah nyaman memperoleh total skor 273 rata-rata 2.73 persen (setuju), Informasi hotel pada website sudah lengkap memperoleh total skor 273 rata-rata 2.73 persen (setuju), Travel agent memberikan informasi hotel dengan jelas memperoleh total skor 252 rata-rata 2.52 persen (setuju), Kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan sudah sesuai memperoleh total skor 250 rata-rata 2.50 persen (tidak setuju), Bangunan hotel dengan disagn dan arsitektur Bali sangat menarik memperoleh total skor 304 rata-rata 3.04 persen (setuju), Tersedianya tempat parkir yang memadai memperoleh total skor 205 rata-rata 2.05 persen (tidak setuju), Penempatan furniture di area hotel sudah tepat memperoleh total skor 277 rata-rata 2.77 persen (setuju), Interaksi karyawan terhadap wisatawan yang menginap sudah baik memperoleh total skor 221 rata-rata 2.21 persen (tidak setuju). Untuk menentukan kategori persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dapat dikategorikan setuju.

Kata kunci: Persepsi, Wisatawan, Bauran pemasaran, Hotel

Abstract

This study aims to determine the perception of tourist to the marketing mix in Pita Maha a Tjampuhan Resort & spa Ubud Bali. The technic in collecting the data in this research used accidental sampling. The technic in determining informant used purposive sampling which used likert scale. The results of this study indicate that the perception of tourists on the quality of a good room owned by Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali amounted to 312 on average 3.12 percent (agree). Tourist perceptions of the clean restaurant situation amounted to 271 on average 2.71 percent (agree). The perception of tourists to interesting Bar amounted to 309 on average 3.09 percent (agree), the tourist perception of Spa comforts amounted to 208 on average 2.08 percent (disagree). The room rates, spa, food and beverage offered are in accordance with a total score of 206 on average 2.06 percent (disagree), Guest shuttle service from the airport to the hotel satisfactorily earns a total score of 279 on average 2.79 percent (agree), The type of transportation used has been comfortable getting a total score of 273 on average 2.73 percent (agree), hotel information on the website is complete obtained a total score of 273 average 2.73 percent (agree), Travel agent provides hotel information with Clearly earned a total score of 252 on average 2.52 percent (agree), Employee performance in providing appropriate service obtained total score 250 average of 2.50 percent (disagree), Hotel building with designs and Bali architecture is very interesting to get the total Score 304 average 3.04 percent (agree), Availability of adequate parking space obtained total score 205 average 2.05 percent (disagree), Placement of furniture in the area of the hotel is right to get total score 277 average 2.77 percent (agree), employee interaction to tourists who have been staying in hotel qualified good and get a total score of 221 average 2.21 percent (disagree). To determine the category of tourist perception about the marketing mix at Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali could be categorized agreed.

Keywords: Perception, Tourist, Marketing Mix, Hotel

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan barometer perkembangan pariwisata nasional yang memiliki destinasi pariwisata yang sangat terkenal di Indonesia bahkan ke mancanegara. Pariwisata menjadi sektor andalan utama bukan hanya oleh pemerintah daerah saja, bahkan lapisan masyarakat ikut andil di dalam meningkatkan perekonomian dengan bergerak di bidang industri pariwisata Bali Hal tersebut disebabkan karena Bali sebagai daerah tujuan wisata yang memiliki keanekaragaman budaya serta keindahan alam yang dapat dijadikan modal dasar untuk mengembangkan industri pariwisata serta dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung dan memperpanjang masa liburnya. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara datang ke Bali selama enam tahun terakhir dari tahun 2010 sampai 2015 mengalami peningkatan rata-rata sebesar 8.36 persen dengan jumlah wisatawan sebanyak 56.091.692 orang. Sumber :BPS Provinsi Bali, 2016. Seiring dengan perkembangan pariwisata, maka berkembang pula industri-industri kepariwisataan seperti Hotel, Restoran, Bar, Biro perjalanan wisata, *Artshop*, *Money changer*, dan Spa yang banyak berkembang di Bali.

Kabupaten Gianyar merupakan salah satu kabupaten di Bali yang memiliki banyak daerah tujuan wisata, yang tersebar di tujuh Kecamatan yang ada di kabupaten ini di antaranya Kecamatan Sukawati, Kecamatan Blahbatuh, Kecamatan Gianyar, Kecamatan Tampaksiring, Kecamatan Ubud, Kecamatan Tegallalang, dan Kecamatan Payangan. dari data jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Gianyar dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan adalah sebesar 12,24 persen dengan jumlah wisatawan sebanyak 11,557,636 orang namun kunjungan wisatawan sempat mengalami penurunan pada tahun 2013 yaitu 1,28 persen dan pada tahun 2015 yaitu 0,22 persen. Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, 2017. Kecamatan Ubud merupakan salah satu kecamatan yang memiliki jumlah kunjungan wisata yang cukup tinggi di Kabupaten Gianyar. Diketahui rata-rata pertumbuhan wisatawan selama tahun 2012 sampai 2016 adalah sebesar 60,33 persen. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2013 yang mencapai 185,05 persen. Dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1,212,321 orang. Sumber : Polisi Sektor Ubud, 2017.

Kegiatan pariwisata di Ubud berdampak terhadap pembangunan akomodasi seperti hotel, hotel merupakan sarana yang sangat diperlukan oleh wisatawan sebagai tempat menginap, ada beberapa hotel yang terdapat di kawasan Ubud dan mempunyai fasilitas lengkap, berdasarkan dari rekomendasi beberapa travel online (*booking.com*, *tripadvisor*, *traveloka.com*) hotel dengan jumlah kamar dan *occupancy* tiga tahun terakhir dari tahun 2013 sampai 2015 sebagai berikut, Kupu-kupu Barong (jumlah kamar 95 (62,65,64), Komaneka Tanggayuda (jumlah kamar 36 (63,64,65), Chedi Club (jumlah kamar 20 (62,61,63), Kamandalu (jumlah kamar 58 (63,64,60), Kayu Manis (jumlah kamar 23 (75,78,80), Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud (jumlah kamar 23 (47,48,48), The Ubud Village (jumlah kamar 30 (75,78,80). Sumber : *Front Office Manajer* Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud 2016.

Dari sekian banyak hotel yang direkomendasikan terdapat satu hotel yang dikenal dengan nama Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali merupakan hotel resort yang berdiri sejak 1 Desember 1995 yang merupakan resort berbintang 5 di Ubud Bali dapat ditempuh Kurang lebih 1,5 jam dari Bandara internasional Ngurah Rai Bali, 10 menit dari ubud Center dan Ubud Market. Diperoleh tingkat hunian kamar di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali pada tahun 2011 sampai 2015 dengan rata-rata pertumbuhan 3.84 persen tetap mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan jumlah wisatawan sebanyak 41,626 orang. Namun jauh lebih rendah dari data hotel lainnya yang menjadi *competitornya*. Sumber : *Front Office* Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2016. Dengan demikian peneliti berupaya mencari tau mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Sehingga judul yang diambil adalah "persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan

tinjauan pustaka. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, kemudian pengambilan sampel menggunakan Skala *Likert*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persepsi Wisatawan Terhadap Bauran Pemasaran Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

3.1.1 Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

Dalam penelitian ini terjadi interaksi yang melibatkan wisatawan yang menginap dengan pegawai hotel. Di dalam interaksi ini akan terjadi proses melayani dan dilayani antara wisatawan dengan pegawai. Karakteristik wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	57	57
2	Perempuan	43	43
Total		100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Pada Tabel dapat diketahui bahwa karakteristik wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali lebih banyak laki-laki yaitu sebanyak 57 orang atau 57 persen dan perempuan sebanyak 43 orang atau 43 persen. Untuk karakteristik perempuan cenderung lebih sedikit karena secara umum perempuan jarang melakukan bepergian untuk berlibur dan menginap sendiri. Sedangkan untuk laki-laki cenderung berani untuk berlibur, bepergian dan menginap sendiri di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Karena wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki lebih ingin memiliki pengalaman baru dan mendapatkan teman baru jadi wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki cenderung terbiasa bepergian sendiri.

3.1.2 Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Negara Asal

Tabel 2. Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Negara Asal

No	Negara Asal Wisatawan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Asia	27	27
2	Australia	20	20
3	Amerika	16	16
4	Afrika	1	1
5	Eropa	36	36
Total		100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat di ketahui bahwa 36 orang atau 36 persen wisatawan berasal dari Benua Eropa. Sedangkan wisatawan yang mendominasi setelah Eropa adalah wisatawan yang berasal dari Benua Asia yang berjumlah 27 orang atau 27 persen. Dan wisatawan yang berasal dari kawasan Benua Afrika hanya 1 orang atau 1 persen jadi Berdasarkan data karakteristik Negara asal wisatawan tersebut, wisatawan yang berasal dari Eropa yang paling banyak menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

3.1.3 Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Pendidikan

Tabel 3. Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD/Element Try	-	-
2	SMP/Junior High School	1	1
3	SMA/Senior High School	4	4
4	Diploma	34	34
5	Sarjana/Bachelor	61	61
Total		100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali berdasarkan pendidikan terakhir adalah Sarjana sebanyak 61 orang atau 61 persen. Wisatawan dengan pendidikan sarjana lebih dominan sedangkan pendidikan terakhir wisatawan yang mendominasi setelah sarjana adalah wisatawan dengan pendidikan diploma sebanyak 34 orang atau 34 persen, SMA sebanyak 4 Orang atau 4 persen dan SMP 1 orang atau 1 persen. Wisatawan dengan pendidikan terakhir sarjana yang paling banyak menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

3.1.4 Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	3	3
2	Pegawai swasta	31	31
3	Pegawai negeri	4	4
4	Wiraswasta	26	26
5	Pensiunan	36	36
Total		100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa karakteristik wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali adalah pensiun sebanyak 36 orang 36 persen karakteristik dengan pensiun lebih dominan karena wisatawan yang pensiun atau berumur lebih sering mencari daerah pedesaan seperti Ubud yang alami dan tenang. Berbeda dengan karakteristik pelajar yang hanya berjumlah 3 orang atau 3 persen karena pelajar yang masih muda lebih suka menginap di daerah yang ramai dekat dengan klub malam seperti daerah legian dan kuta untuk bergaul dan menikmati masa-masa liburan bersama teman-temannya.

3.2 Persepsi Wisatawan Terhadap Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Kamar Yang Baik Dimiliki Oleh Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kualitas kamar tamu sangat penting bagi wisatawan yang akan menginap di hotel. Kenyamanan dan kebersihan ruangan sangatlah penting bagi mereka dan akan memberikan kesan tersendiri bagi

para wisatawan yang akan menginap di hotel ini. Pada Tabel akan diketahui persepsi wisatawan terhadap kualitas kamar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 5. Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Kamar yang Baik di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	29	29
Setuju	57	57
Tidak setuju	11	11
Sangat tidak setuju	3	3
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel didapatkan hasil dari persepsi wisatawan bahwa 57 orang 57 persen menyatakan bahwa kategori persepsi setuju terhadap kualitas kamar yang baik di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. kamar merupakan produk utama yang dimiliki, kualitas kamar seperti kebersihan, kenyamanan, serta semua perlengkapan yang di butuhkan oleh wisatawan selama menginap yang terdapat dalam kamar harus selalu ada dan diutamakan mengingat kamar merupakan produk utama yang di jual oleh pihak manajemen hotel. Jadi kualitas kamar yang baik yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali harus tetap dipertahankan bahkan menjadi lebih baik jika kualitas kamar ditingkatkan lagi. Dengan demikian dikategori setuju, diperoleh terhadap kualitas kamar yang baik di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Dengan total skor yang mencapai 312 dengan rata-rata 3.12 (setuju).

3.2.1 Persepsi Wisatawan Terhadap Keadaan Restoran Yang Bersih Dimiliki Oleh Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Keadaan restaurant yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud mempengaruhi daya tarik wisatawan untuk menginap. Pada Tabel dapat dilihat persepsi wisatawan terhadap kebersihan restaurant yang baik dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 6. Persepsi wisatawan terhadap keadaan restoran yang bersih dimiliki Oleh Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	7	7
Setuju	61	61
Tidak setuju	31	31
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa keadaan restaurant yang bersih di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dipersepsikan setuju oleh wisatawan sebanyak 61 orang 61 persen. Menjaga Kebersihan restaurant sangat penting bagi pihak hotel agar para wisatawan merasa nyaman dan tenang selama menikmati hidangan baik itu sarapan pagi, makan siang, dan makan malam. Oleh karena itu, keadaan restaurant yang bersih dan nyaman akan mempengaruhi minat wisatawan untuk menginap di hotel ini. kemudian kategori tidak setuju sebanyak 31 orang 31 persen perlu mendapatkan perhatian serius sehingga dapat mengarah kepersepsi positif. Jika tidak, hal tersebut dapat mengarah menjadi persepsi negatif. Dengan demikian, dapat di ketahui secara umum Persepsi wisatawan terhadap keadaan restoran yang bersih dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali adalah dikategorikan setuju. Hal ini diperoleh dari total skor 271 dengan rata-rata 2.71 (setuju). Oleh karena itu, *sanitasi* dan *hygiene* harus tetap dijaga oleh hotel ini.

3.2.2 Persepsi Wisatawan Terhadap Menariknya Bar Yang Dimiliki Oleh Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Bar sebagai fasilitas pendukung yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud yang berpengaruh terhadap persepsi wisatawan untuk menginap. Pada Tabel dapat dilihat Persepsi wisatawan terhadap menariknya Bar yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 7. Persepsi wisatawan terhadap menariknya Bar yang dimiliki Oleh Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	28	28
Setuju	56	56
Tidak setuju	15	15
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui menariknya bar yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dipersepsikan oleh wisatawan kedalam kategori setuju sebanyak 56 orang 56 persen. Diketahui bahwa berliburnya wisatawan bertujuan untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan bar merupakan salah satu fasilitas hotel yang mampu mewujudkan hal tersebut dimana wisatawan dapat menikmati minuman dan makanan ringan sambil mendengarkan alunan musik dan bisa menggunakan fasilitas pendukung yang terdapat pada bar tersebut. Dengan demikian secara umum menariknya bar yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali sebagai tempat mendapatkan hiburan dan kesenangan dikategorikan setuju, hal ini diperoleh dari total nilai 309 dengan rata-rata 3.09 (setuju).

3.2.3 Persepsi Wisatawan Terhadap Kenyamanan Spa Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

Spa adalah salah satu faktor fasilitas pendukung yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Kenyamanan Spa sangat diperuntukan bagi wisatawan yang memanjakan dirinya di Spa hotel ini. Dari Tabel akan dapat dilihat persepsi wisatawan terhadap kenyamanan Spa Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

Tabel 8. Persepsi wisatawan terhadap kenyamanan Spa Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	-	-
Setuju	26	26
Tidak setuju	68	68
Sangat tidak setuju	6	6
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel Persepsi wisatawan terhadap kenyamanan Spa di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dipersepsikan oleh wisatawan kedalam kategori tidak setuju sebanyak 68 orang 68 persen. Dapat diketahui bahwa kategori tidak setuju menjadi persepsi wisatawan terhadap kenyamanan Spa di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan spa baik itu ruangnya, harga atau pun teknik spa sehingga wisatawan yang melakukan spa tetap merasa nyaman. Selain itu, paket spa juga bisa diterapkan untuk menarik minat wisatawan untuk menginap. Dengan demikian secara umum persepsi wisatawan

terhadap kenyamanan *Spa* di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dikategorikan tidak setuju, hal ini diperoleh dari total skor 206 dengan rata-rata 2.06 persen.

3.2.4 Persepsi Wisatawan Terhadap Kesesuaian Harga Kamar, Spa, Dan F&B Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Motivasi wisatawan untuk menginap di hotel adalah harga yang sesuai dengan yang diinginkan oleh para wisatawan. Oleh karena itu, pada Tabel akan dikethui persepsi wisatwan Terhadap kesesuaian harga kamar, spa, dan f&b di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 9. Persepsi wisatawan terhadap kesesuaian Harga kamar, Spa, dan F&B di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	-	-
Setuju	14	14
Tidak setuju	79	79
Sangat tidak setuju	7	7
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel menyatakan bahwa 79 orang 79 persen Persepsi Wisatawan Terhadap kesesuaian harga kamar, spa, dan *food and baverage* di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. adalah tidak setuju. Ini dikarenakan harga yang mahal dan tidak ditunjang oleh keuntungan yang diinginkan oleh wisatawan maka akan menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk menginap di hotel ini. Hal ini bisa menjadi kelemahan pada persepsi ini. Oleh karena itu, perlu adanya perhatian khusus terhadap harga yang ditawarkan. Dengan demikian, secara umum Persepsi Wisatawan Terhadap kesesuaian harga kamar, spa, dan *food and baverage* di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud kategorikan tidak setuju. Hal ini diperoleh dari total skor mencapai 206 dengan rata-rata 2.06 persen.

3.2.5 Persepsi Wisatawan Terhadap Kepuasan Antar Jemput Dari Bandara Ke Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Fasilitas pendukung seperti layanan antar jemput wisatawan sangat penting bagi mereka yang menginap dihotel. Ini dikarenakan agar wisatwan dengan mudah mengakses tempat dimana mereka menginap. Pada Tabel akan diketahui Persepsi wisatawan terhadap kepuasan antar jemput dari bandara ke Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 10. Persepsi Wisatawan Terhadap Kepuasan Antar Jemput Dari Bandara Ke Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	10	10
Setuju	61	61
Tidak setuju	29	29
Sangat tidak setuju	-	-
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel persepsi wisatawan terhadap kepuasan antar jemput dari bandara ke Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju sebanyak 61 orang 61 persen. Akses transportasi sangat berpengaruh terhadap wisatawan yang akan menginap pada hotel tersebut. Karena dengan adanya jasa transportasi wisatawan tidak perlu mencari jasa transportasi diluar. Untuk kategori tidak setuju sebanyak 29 orang 29 persen diperlukan perhatian khusus untuk mengarah ke persepsi positif. Dengan demikian kepuasan antar jemput wisatawan dari bandara ke Pita Maha a Tjampuhan

Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju, hal tersebut diperoleh dari total skor 279 dengan rata-rata 2,79 persen.

3.2.6 Persepsi Wisatawan Terhadap Kenyamanan Jenis Transportasi Yang Digunakan Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Fasilitas pendukung seperti alat transportasi sangatlah penting bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata selain itu, kenyamanan transportasi juga mempengaruhi kelancaran wisatawan untuk berpergian. Pada Table akan diketahui Persepsi Wisatawan Terhadap Kenyamanan jenis transportasi yang digunakan Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Table 11. Persepsi Wisatawan Terhadap Kenyamanan Jenis Transportasi Yang Digunakan Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	10	10
Setuju	57	57
Tidak setuju	32	32
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel menyatakan bahwa Persepsi Wisatawan Terhadap Kenyamanan jenis transportasi yang digunakan Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Dikategorikan setuju sebanyak 57 orang 57 persen. Ini berarti jenis transportasi hotel mempengaruhi kenyamanan wisatawan dalam berwisata selama wisatawan menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Dengan demikian persepsi wisatawan terhadap kenyamanan transportasi Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju, hal ini dapat dilihat dari total skor 273 dengan rata-rata 2.73 persen.

3.2.7 Persepsi Wisatawan Terhadap Lengkapnya Informasi Hotel Pada Website Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Pada era globalisasi ini hotel menggunakan banyak cara untuk melakukan pemasaran produk dengan tujuan agar wisatawan dengan mudah mendapatkan informasi tentang Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Pihak hotel memanfaatkan *website* sebagai sumber informasi agar para wisatawan dengan mudah mengakses informasi tentang Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Persepsi wisatawan terhadap lengkapnya informasi hotel pada *website* di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Table 12. Persepsi Wisatawan Terhadap Lengkapnya Informasi Hotel Pada Website Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	6	6
Setuju	60	60
Tidak setuju	32	32
Sangat tidak setuju	-	-
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa Persepsi wisatawan terhadap lengkapnya informasi hotel pada *website* di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju sebanyak 60 orang 60 persen. Era globalisasi ini hotel menggunakan banyak cara untuk melakukan pemasaran produk dengan tujuan agar wisatawan dengan mudah mendapatkan informasi tentang Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Pihak hotel memanfaatkan *website* sebagai sumber informasi agar

para wisatawan dengan mudah mengakses informasi tentang Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Khusus untuk kategori tidak setuju sebanyak 32 orang 32 persen.

Dengan demikian, secara umum Persepsi wisatawan terhadap lengkapnya informasi hotel pada *website* di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju. Hal ini diperoleh dari total skor yang mencapai 273 dengan rata-rata 2,73 persen.

3.2.8 Persepsi Wisatawan Terhadap Lengkapnya Infomasi Dari Travel Agent Tentang Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kerjasama pemasaran dengan pihak luar saat ini banyak dilakukan oleh perusahaan perhotelan seperti, kerjasama dengan pihak *travel agent* yang cukup memberikan pengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel. Dengan adanya kerjasama pihak dari Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dengan pihak *travel agent* akan memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Persepsi wisatawan terhadap jelasnya infomasi dari *travel agent* mengenai Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 13. Persepsi Wisatawan Terhadap Jelasnya Infomasi Dari Travel Agent Mengenai Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	9	9
Setuju	48	48
Tidak setuju	29	29
Sangat tidak setuju	14	14
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel persepsi wisatawan terhadap jelasnya infomasi dari *travel agent* mengenai Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju sebesar 48 orang 48 persen. pemasaran dengan pihak luar saat ini banyak dilakukan oleh perusahaan perhotelan seperti, kerjasama dengan pihak *travel agent* yang cukup memberikan pengaruh terhadap tingkat hunian kamar hotel. Dengan adanya kerjasama pihak dari Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dengan pihak *travel agent* akan memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai hotel. Untuk kategori tidak setuju 29 orang 29 persen Perlu mendapat perhatian khusus sehingga persepsi negatif bisa mengarah ke persepsi positif jika tidak hal tersebut akan menjadi kelemahan. Secara umum persepsi wisatawan terhadap jelasnya infomasi dari travel agent mengenai Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud ini diperoleh total skor 252 dengan rata-rata 2.52 persen.

3.2.9 Persepsi Wisatawan Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan Yang Sudah Sesuai Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Baik buruknya kinerja karyawan yang ada di sebuah hotel akan memberikan citra pada hotel itu sendiri.oleh karena itu baiknya kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang sudah sesuai, maka wisatawan akan memandang baik hotel tersebut. persepsi wisatawan terhadap kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang sudah sesuai di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 14. Persepsi Wisatawan Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan Yang Sudah Sesuai Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	-	-
Setuju	58	58
Tidak setuju	37	37
Sangat tidak setuju	5	5
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa Persepsi wisatawan terhadap kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang sudah sesuai dikategorikan setuju sebanyak 58 orang 58 persen didalam industri pariwisata kinerja karyawan didalam memberikan pelayanan haruslah sesuai dengan standar operasional prosedur karena semakin baik didalam memberikan pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Jadi secara umum Persepsi wisatawan terhadap kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang sudah sesuai di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju dengan total skor 253 dengan rata-rata 2,53 persen kemudian kategori tidak setuju sebanyak 37 orang 37 persen kategori ini perlu perhatian karena nilai tersebut dapat mengarah ke arah negatif.

3.2.10 Persepsi Wisatawan Terhadap Bangunan Hotel Dengan Disagn Dan Arsitektur Bali Sangat Menarik Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Dengan design ciri khas arsitektur bali membuat perbedaan dengan hotel lain, karena wisatawan dapat melihat kesenian budaya bali dari tempat mereka menginap sehingga membuat wisatawan akan merasa tinggal di tengah-tengah masyarakat bali. Persepsi wisatawan terhadap bangunan hotel dengan disagn dan arsitektur bali sangat menarik di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 15. Persepsi Wisatawan Terhadap Bangunan Hotel Dengan Disagn Dan Arsitektur Bali Sangat Menarik Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	18	18
Setuju	68	68
Tidak setuju	14	14
Sangat tidak setuju	-	-
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui Persepsi wisatawan terhadap bangunan hotel dengan *design* dan arsitektur bali sangat menarik di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud. Dikategorikan setuju 68 orang 68 persen. dengan total skor 304 dengan rata-rata 3.04 persen dari perhitungan nilai tersebut bahwa wisatawan tertarik untuk menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikarenakan design arsitektur bangunannya membuat wisatawan merasa tinggal di Bali seutuhnya.

3.2.11 Persepsi Wisatawan Terhadap Tersedianya Tempat Parkir Yang Memadai Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Tempat parkir yang memadai memberikan kesan yang nyaman serta leluasa bagi wisatawan yang akan memarkirkan kendaraannya. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan untuk menginap di hotel tersebut. Berikut dapat diketahui Persepsi wisatawan terhadap tersedianya tempat parker yang memadai di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 16. Persepsi Wisatawan Terhadap Tersedianya Tempat Parkir Yang Memadai Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	-	-
Setuju	29	29
Tidak setuju	45	45
Sangat tidak setuju	26	26
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa persepsi wisatawan terhadap tersedianya tempat parkir yang memadai di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan tidak setuju sebanyak 45 orang 45 persen demikian kategori tersebut merupakan suatu hal yang perlu perhatian khusus karena parkir hotel sangat diperlukan oleh wisatawan yang membawa kendaraan dari tempat menginap sebelumnya ataupun khusus untuk wisatawan group yang menggunakan bus memerlukan tempat parkir yang luas. dengan demikian secara umum tersedianya tempat parkir yang memadai di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan tidak setuju dengan skor 205 dengan rata-rata 2.05 persen (tidak setuju)

3.2.12 Persepsi Wisatawan Terhadap Penempatan Furniture Sudah Tepat Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Penempatan furniture merupakan salah satu daya Tarik kepada wisatawan. Furniture seperti ukiran patung ciri khas bali, lukisan seni bali yang membuat wisatawan semakin merasa nyaman tinggal di Bali. Pada Tabel dapat diketahui bahwa Persepsi wisatawan terhadap penempatan furniture sudah tepat di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 17. Persepsi Wisatawan Terhadap Penempatan Furniture Sudah Tepat Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	6	6
Setuju	66	66
Tidak setuju	27	27
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa Persepsi wisatawan terhadap penempatan furniture sudah tepat di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju dengan jumlah 66 orang 66 persen untuk kategori tidak setuju sebanyak 27 orang 27 persen kategori ini perlu perhatian agar dapat mengarah ke persepsi positif. Dengan demikian secara umum Persepsi wisatawan terhadap penempatan furniture sudah tepat di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju dengan skor 277 dengan rata-rata 2.77 persen (setuju)

3.2.17 Persepsi Wisatawan Tentang Interaksi Karyawan Terhadap Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Kemampuan karyawan didalam berinteraksi kepada wisatawan akan mempengaruhi kelancaran didalam berkomunikasi. Baik interaksi yang dilakukan oleh karyawan hotel akan berpengaruh terhadap citra hotel tersebut dan akan baik juga pandangan wisatawan terhadap hotel tersebut. Persepsi wisatawan tentang interaksi karyawan terhadap wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud.

Tabel 18. Persepsi Wisatawan Tentang Interaksi Karyawan Terhadap Wisatawan Yang Menginap Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud

Kategori persepsi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Sangat setuju	-	-
Setuju	26	26
Tidak setuju	70	70
Sangat tidak setuju	4	4
Total	100	100

Sumber : Olah data dari hasil penelitian,2016.

Berdasarkan Tabel 18 diketahui bahwa Persepsi wisatawan tentang interaksi karyawan terhadap wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud dikategorikan setuju dengan jumlah 26 orang 26 persen. Untuk kategori tidak setuju dengan jumlah 70 orang 70 persen yang perlu perhatian agar dapat mengarah ke persepsi positif dengan skor 221 dengan rata-rata 2.21 persen (tidak setuju). Dengan ditingkatkannya interaksi karyawan terhadap wisatawan dapat memberikan nilai positif dalam meningkatkan citra baik hotel di mata wisatawan.

3.3 Hasil Kategori Persepsi Wisatawan Terhadap Pita Maha A Tjampuhan Resort and Spa Ubud

Dalam suatu bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali tidak terlepas dari adanya persepsi wisatawan. Persepsi wisatawan dapat dijadikan barometer dalam bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Setelah kuesioner disebar ke 100 responden merupakan wisatawan yang menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, dilakukan tabulasi kuesioner dan dicari rata-rata penilaian wisatawan pada masing masing indikator mengenai bauran pemasaran yang diterapkan di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Adapun hasil rata-rata tabulasi persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

Tabel 19. Rata-Rata Tabulasi Persepsi Wisatawan Mengenai Bauran Pemasaran Di Pita Maha A Tjampuhan Resort And Spa Ubud Bali

No	Indikator	SS	S	TS	STS	Total skor	Rata-rata	Kategori
1	Kualitas Kamar Yang Dimiliki Pita Maha Baik	29	57	11	3	312	3.12	S
2	Keadaan Restoran Yang Dimiliki Pita Maha Bersih	7	61	31	1	271	2.71	S
3	Bar Yang Dimiliki Pita Maha Menarik	28	56	15	1	309	3.09	S
4	Kualitas Spa Yang Dimiliki Pita Maha Nyaman	-	26	68	6	208	2.08	TS
5	Harga Kamar, Spa, Food And Beverage Yang Ditawarkan Sudah Sesuai	-	14	79	7	206	2.06	TS
6	Pelayanan Antar Jemput Tamu Dari Bandara Ke Hotel Memuaskan	10	61	29	-	279	2.79	S
7	Jenis Transportasi Yang Digunakan Sudah Nyaman	10	57	32	1	273	2.73	S
8	Informasi Hotel Pada Website Sudah Lengkap	6	60	32	-	273	2.73	S
9	Travel Agent Memberikan Informasi Hotel Dengan Jelas	9	48	29	14	252	2.52	S
10	Kinerja Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan Sudah Sesuai	-	58	37	5	250	2.50	TS
11	Bangunan Hotel Dengan Disagn Dan Arsitektur Bali Sangat Menarik	18	68	14	-	304	3.04	S
12	Tersedianya Tempat Parkir Yang Memadai	-	29	45	26	205	2.05	TS
13	Penempatan Furniture Di Area Hotel Sudah Tepat	6	66	27	1	277	2.77	S
14	Interaksi Karyawan Terhadap Wisatawan Yang Menginap Sudah Baik	-	26	70	4	221	2.21	TS

Total	123	68	51	69	3.640	2,60	S
		7	9				

Sumber : Hasil dari penelitian 2016

Berdasarkan Tabel tersebut dapat dilihat hasil total keseluruhan kategori Persepsi Wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dilihat dari kategori (setuju) sebanyak 9 (sembilan) indikator diantaranya kualitas kamar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali baik, keadaan restoran yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali bersih, bar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali menarik, Pelayanan antar jemput tamu dari bandara ke hotel memuaskan, jenis transportasi yang digunakan sudah nyaman, Informasi hotel pada website sudah lengkap, travel agent memberikan informasi hotel dengan jelas, bangunan hotel dengan disagn dan arsitektur bali sangat menarik, Penempatan furniture di area hotel sudah tepat.

Sedangkan untuk kategori (tidak setuju) sebanyak 5 (lima) indikator diantaranya kualitas spa yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali nyaman, harga kamar, spa, food and baverage yang ditawarkan sudah sesuai, Kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan sudah sesuai, Tersedianya tempat parkir yang memadai, Interaksi karyawan terhadap wisatawan yang menginap sudah baik. Dengan total skor yang memberikan pernyataan (sangat setuju) skornya adalah 123, untuk wisatawan yang memberikan pernyataan (setuju) jumlah keseluruhan skornya adalah 687, untuk wisatawan yang memberikan pernyataan (tidak setuju) keseluruhan sekornya adalah 519, Dan untuk wisatawan yang memberikan pernyataan (sangat tidak setuju) keseluruhan sekornya adalah 69. Dengan total jumlah keseluruhan skor persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali adalah 3,640 maka dari itu persepsi wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali sebagai sarana akomodasi yang baik dinyatakan (setuju) dengan skor rata-rata 2,60 persen.

3.3.1 Bauran pemasaran (*marketing mix*) di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

Bauran pemasaran merupakan pendukung yang penting didalam suatu pemasaran hotel Unsur-unsur bauran pemasaran yang telah di lakukan oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali merupakan langkah-langkah untuk pemasaran dengan menerapkan sebuah konsep 7 P yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Proses (*processes*)
6. Bukti fisik (*physical evident*)
7. Orang (*people*).

1. Produk (*Product*) :

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya baik itu secara nyata maupun tidak nyata untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak kepada kepemilikannya tetapi kepada jasa yang dapat diberikannya, sehingga produk dalam industri perhotelan menggantung suatu konsep yang menyeluruh atas objek fisik dan proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Produk inti (*core product*) yaitu manfaat dasar yang dibutuhkan oleh konsumen atas produk tersebut seperti halnya konsumen membutuhkan hotel untuk hanya menyewa kamar sehingga hotel menyediakan kamar sebagai *core* produknya. (Budi, 2013 : 99) Adapun produk-produk yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali antara lain sebagai berikut, produk utama yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali yaitu kamar, hotel ini mempunyai 24 kamar dengan 4 (empat) kategori yang di desain dengan konsep tradisional bali yang memberi kesan berbeda, empat kategori tersebut meliputi :

1. Garden Villa dengan luas 1,5 are Merupakan *basic villa* yang di *design* minimalis dengan pemandangan kebun yang indah dan asri, dilengkapi dengan *veranda* yang menambah

kenyamanan tamu saat menginap. Fasilitas yang ada pada *garden villa* yaitu : *IDD telepon*, *tv multy channel*, *DVD*, *safety box*, *mini bar*, *Ac* dan *salling fan*, *bath tub*, *Hair driyer*, *fruit busket*, *umbrella*.



Gambar 1 : Garden villa, Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2017.

2. Pool Garden Villa dengan luas 2 are Merupakan *villa* yang termasuk golongan menengah dilengkapi dengan kebun yang ditata rapi dan *privat pool*. Fasilitas yang ada pada *pool garden villa* yaitu : *Out pool*, *IDD telepon*, *tv multy channel*, *DVD*, *safety box*, *mini bar*, *Ac* dan *salling fan*, *bath tub*, *Hair driyer*, *fruit busket*, *umbrella*.



Gambar 2 : pool garden villa, Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2017.

3. Pool duplex Villa dengan luas 3 are Merupakan *villa* utama yang di *design* untuk *family house*, mempunyai *privat pool* dan kebun yang luas serta memiliki kamar bertingkat, dapat memudahkan tamu untuk menikmati pemandangan bukit Tjampuhan yang indah. Fasilitas yang ada pada *pool duplex villa* yaitu : *Family room up and down*, *Out pool*, *IDD telepon*, *tv multy channel*, *DVD*, *safety box*, *mini bar*, *Ac* dan *salling fan*, *bath tub*, *Hair driyer*, *fruit busket*, *umbrella*.



Gambar 3 : pool duplex villa, Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2017.

4. Pool spa villa dengan luas 3 are Merupakan *villa* yang di *design* untuk *family house*, mempunyai *privat pool* dan kebun yang luas serta memiliki kamar bertingkat, dan terdapat tempat *spa* yang diperuntukan untuk *spa*, tamu dapat menikmati pemandangan bukit Tjampuhan yang indah dari *pool villa spa*. Fasilitas yang ada pada *pool duplex villa* yaitu : *Family room up and down, Out pool, IDD telepon, tv multy channel, DVD, safety box, mini bar, Ac dan salling fan, bath tub, Hair driyer, fruit busket, umbrella.*



Gambar 4 : pool spa villa, Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2017.

Sarana pendukung lainnya yang di miliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali yaitu produk yang dimaksud seperti restoran, bar, dan Spa. Selain dari semua fasilitas-fasilitas villa yang tersedia, terdapat juga fasilitas hotel lainnya yaitu : *Main Swimming Pool, Pool Bar, Terrace Restaurant, The Lounge (Complimentary Internet), Private Spa, Laundry and Dry Cleaning, 24 Hours Villa Service, Safe Deposit Box, Doctor on Call (24 Hours), Hot Spot Acces (Lobby, The Lounge and Restaurant.*

2. Harga (Price) :

Harga merupakan harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang diberikan kepada konsumen. Harga yang diberikan kepada wisatawan nusantara dengan wisatawan mancanegara berbeda, untuk wisatawan nusantara menggunakan harga rupiah (IDR). Dan untuk wisatawan mancanegara menggunakan harga dolar Amerika (USD). Dari harga yang ditetapkan berbeda-beda sesuai dengan produk yang dimiliki. Dari produk-produk harga yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali yaitu :

1. Kamar

Harga kamar belum termasuk 21% *tax and service*, namun sudah termasuk makan pagi 2 orang untuk *garden villa, Pool spa villa* dan *pool garden villa*, sedangkan 4 orang untuk *pool duplex villa*. Harga kamar sudah termasuk fasilitas umum di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa. Harga-harga kamar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 20. Harga Kamar di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

Jenis Villa	Harga	
	US Dollar	Rupiah
Garden Villa	USD 338	IDR 4.400.000
Pool Garden Villa	USD 392	IDR 5.100.000
Pool Dulpex Villa	USD 500	IDR 6.500.000
Pool Spa Villa	USD 992	IDR 12.900.000

Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2016

2. Makanan dan Minuman

Semua harga makanan dan minuman sudah termasuk 21% *tax and service*. Sedangkan untuk wisatawan yang mengkonsumsi makanan dan minuman yang diluar dari harga kamar akan dikenakan biaya tambahan yang harus dibayarkan pada saat wisatawan keluar atau *check out* di *front office* departemen hotel.

3. Spa

Untuk harga paket spa sudah ditentukan sesuai dengan waktu dan harga untuk harga yang ditentukan sesuai dengan mata uang dolar dan rupiah. Untuk harga *US Dollar* diperuntukan untuk wisatawan mancanegara sedangkan untuk harga Rupiah diperuntukan untuk wisatawan nusantara. Harga spa yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 21. Harga Spa di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali

Spa Treatment	Harga		Lama Waktu Treatment
	US Dollar	Rupiah	
<i>Balancing Balinese Massage</i>	USD 47	Rp. 610.000	60 Menit
<i>Ancient Indian Head Massage</i>	USD 57	Rp. 740.000	60 Menit
<i>Classic Herbal Pampering</i>	USD 104	Rp. 1.350.000	120 Menit
<i>Sensory Indulgence</i>	USD 135	Rp. 1.750.000	180 Menit
<i>Just For Men</i>	USD 125	Rp. 1.620.000	160 Menit
<i>Shared Destiny</i>	USD 177	Rp. 2.300.000	120 Menit

Sumber : Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali, 2016.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang menentukan kesuksesan dalam strategi pemasaran hotel. Dengan melakukan promosi wisatawan dapat mengetahui dan bisa mengenal Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Adapun promosi yang sudah dilakukan oleh hotel yaitu :

1. Sales promotion

Promosi penjualan dilakukan oleh sales & marketing staff, promosi dilakukan dengan *corporate* rekan kerjasama. Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali memiliki rekan kerjasama seperti hotel Tjampuhan, The Royal Pita Maha, dan Royal Kirana selain itu kerjasama juga dilakukan dengan pihak *travel agent* lokal.

2. Public Relation

Hotel ini memiliki hubungan yang baik dengan perusahaan pesaing lainnya dan memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat lokal di wilayah Ubud. Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa juga menjadi sponsor didalam kegiatan-kegiatan masyarakat seperti pemberian tempat sampah dan sapu, guna menjaga kebersihan di area ubud dan pihak hotel juga ikut andil didalam *general cleaning* di wilayah ubud dengan hotel-hotel lainnya dengan tujuan agar masyarakat mengenal dan mengetahui keberadaan Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

3. Advertising

Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali melakukan berbagai periklanan melalui berbagai media seperti media cetak dan media elektronik. Adapun periklanan yang dilakukan melalui media cetak yaitu bekerjasama dengan majalah *Api magazine*, *panorama magazine*, *Hallo bali*, *now bali*, untuk mengiklankan produk yang dimiliki dan juga membuat brosur sebagai media promosi, selain itu periklanan melalui media elektronik yang dilakukan pihak hotel seperti *Website*, *facebook*, *instagram*, *triple klik*.

4. Tempat (*Place*)

Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali terletak dilokasi yang strategis berdekatan dengan hotel berbintang lainnya dan berdekatan dengan berbagai jenis restoran, pusat berbelanja seperti pasar seni ubud dimana wisatawan dapat membeli berbagai jenis makanan dan *souvenir* khas bali. Distribusi secara langsung yang diterapkan oleh hotel adalah dengan menggunakan waktu setiap jam dimulai dari pukul 09.00 AM-21.00 PM untuk menjalankan *suttle* bus menuju ubud *center* dan pukul 10.00 AM menuju objek wisata *monkey forest*, untuk memudahkan wisatawan yang memerlukan transportasi di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Sedangkan distribusi tidak langsung yaitu menggunakan perantara pihak lain dimana dapat dilihat pada pemesanan kamar melalui *online agent* maupun pemesanan secara langsung ke hotel akan diperlihatkan produk transportasi yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

5. Proses (*Process*)

Kegiatan pemasaran ini dilakukan mulai dari tahap promosi sampai tamu tinggal dihotel hingga tamu pulang ke daerah asal mereka. Pemasaran ini dilakukan dari kerjasama dengan rekan bisnis yang memberikan informasi mengenai hotel agar ingin membeli produk yang dimiliki oleh Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Adapun proses tahapan pemasaran tersebut dapat diurutkan sebagai berikut :

1. Wisatawan melakukan reservasi kepada reservasi Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali. Reservasi dilakukan jauh hari sebelum kamar yang dipesan sudah laku terjual pada hari yang diinginkan. Untuk mempermudah wisatawan saat melakukan proses check in semua keperluan yang dibutuhkan pada saat menginap dihotel serta informasi mengenai wisatawan secara umum akan dilakukan saat reservasi.
2. Wisatawan yang telah memiliki reservasi sebelumnya pada saat melakukan chack in hanya memperlihatkan *form* dari perusahaan yang *booking* atau dari pihak *travel agent* sebagai bukti reservasi yang telah dilakukan dan diperlihatkan ke *reseptionis front office*. Untuk wisatawan yang tidak mempunyai reservasi sebelumnya dapat melakukan reservasi langsung di *front office*. Setelah itu wisatawan akan mengisi *registration form* dan lanjut penjelasan semua informasi pada *form* dan *voucher outlet* oleh *reseptionis staff*, setelah itu *staff reseptionis* mengambil kunci kamar sambil memberi tau *staff bellboy* untuk mengantarkan barang bawaan tamu ke kamar, *staff reseptionis* mengantar wisatawan ke kamar hotel sesuai dengan kamar yang telah dipesan oleh wisatawan. Dan menjelaskan fasilitas yang bisa digunakan oleh wisatawan di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali fasilitas kamar juga dijelaskan cara penggunaannya agar memudahkan wisatawan saat menggunakan fasilitas hotel ataupun fasilitas kamar.
3. *Staff bellboy* mengisi *luggage tag* kemudian mengantar barang bawaan wisatawan ke kamar sesuai dengan nomer kamar yang tercantum di *luggage tag* sampai dikamar *staff bellboy* menaruh barang bawaan wisatawan sesuai dengan tempat, berat dan besar barang bawaan dan memberitau wisatawan untuk mengecek semua barang bawannya sudah lengkap dibawa ke kamar.
4. Saat wisatawan menginap dihotel akan diberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan oleh wisatawan. Dari semua departemen di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali melakukan kerjasama untuk memberikan pelayanan yang terbaik selama wisatawan menginap hingga wisatawan *chack out*.
5. Saat *chack out* di *font office* departemen *staff reseptionis* mengecek mengenai tagihan pribadi wisatawan selama menginap. Tagihan pribadi tersebut yaitu tagihan diluar keuntungan dari *voucher* yang di tanggung perusahaan yang *booking* atau dari pihak *travel agent*. Setelah itu wisatawan akan diberikan *guest comment* dan mengisi sesuai dengan tanggapan wisatawan selama menginap di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik adalah bangunan *interior* maupun *exsterior* yang ada dilingkungan hotel yang dapat dilihat secara langsung oleh wisatawan. Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali memiliki *disaign interior* maupun *exsterior* dengan ciri khas bali dimana *eksterior* seperti ukiran-

ukiran khas Bali yang terdapat di seluruh area umum sampai kamar hotel dan lukisan seni Bali di lobby, restoran, bar hingga kamar wisatawan. Fisik bangunan Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali memiliki keunikan dengan gaya arsitektur bangunan Bali dan didukung oleh suasana alam yang alami diterangi lembah sungai Tjampuhan memberikan kesan ketenangan bagi wisatawan.

7. Personal (People)

Orang atau personal yang dimaksud adalah seluruh karyawan atau perantara orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dengan wisatawan yang akan membeli dan sudah membeli produk yang ditawarkan. Citra baik yang terbentuk pada hotel dapat terlihat dari kinerja sumber daya manusia yang dimiliki. Sumber daya yang baik, sopan, kreatif dan inovatif sehingga dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Peran sumber daya manusia pada hotel dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Peranan secara langsung (*Kontraktor People*)

Peranan secara langsung dilakukan oleh staff sales & marketing departemen dimana staff departemen tersebut sangat menentukan dan mempengaruhi calon wisatawan agar mau membeli produk yang dimiliki hotel dan memilih Pita Maha a Tjampuhan resort & Spa Ubud Bali sebagai tempat menginap.

2. Peranan secara tidak langsung (*Modifer People*)

Peranan secara tidak langsung dapat mempengaruhi wisatawan untuk menginap. Seperti departemen *front office*, departemen *housekeeping*, departemen *food and baverage* dan departemen *engineering*. yang bekerja sama untuk memberikan pelayanan yang memuaskan untuk wisatawan agar wisatawan merasa nyaman saat menginap

4. Kesimpulan

Persepsi wisatawan terkait dengan bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan resort & Spa Ubud Bali secara keseluruhan diperoleh hasil yang positif yakni 2,60 (setuju) berada pada rentang skor 2,51 – 3,25, dari 14 indikator persepsi wisatawan untuk menentukan kategori wisatawan mengenai bauran pemasaran di Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali persepsi wisatawan terhadap kualitas kamar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali baik memperoleh total skor 312 dengan rata-rata 3,12 persen dengan kategori (setuju), untuk indikator keadaan restoran yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali bersih memperoleh total skor 217 dengan rata-rata 2,17 persen dengan kategori (setuju), untuk indikator Bar yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali menarik memperoleh total skor 309 dengan rata-rata 3,09 persen dengan kategori (setuju), sedangkan untuk indikator kualitas spa yang dimiliki Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali nyaman memperoleh total skor 208 dengan rata-rata 2,08 persen dengan kategori (tidak setuju), Harga kamar, spa, food and baverage yang ditawarkan sudah sesuai memperoleh total skor 206 dengan rata-rata 2,06 persen dengan kategori (tidak setuju), Pelayanan antar jemput tamu dari bandara ke hotel memuaskan memperoleh total skor 279 dengan rata-rata 2,79 persen dengan kategori (setuju), Jenis transportasi yang digunakan sudah nyaman memperoleh total skor 273 dengan rata-rata 2,73 persen dengan kategori (setuju), Informasi hotel pada website sudah lengkap memperoleh total skor 273 dengan rata-rata 2,73 persen dengan kategori (setuju), Travel agent memberikan informasi hotel dengan jelas memperoleh total skor 252 dengan rata-rata 2,52 persen dengan kategori (setuju), Kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan sudah sesuai memperoleh total skor 250 dengan rata-rata 2,50 persen dengan kategori (tidak setuju), Bangunan hotel dengan desain dan arsitektur Bali sangat menarik memperoleh total skor 304 dengan rata-rata 3,04 persen dengan kategori (setuju), Tersedianya tempat parkir yang memadai memperoleh total skor 205 dengan rata-rata 2,05 persen dengan kategori (tidak setuju), Penempatan furniture di area hotel sudah tepat memperoleh total skor 277 dengan rata-rata 2,77 persen dengan kategori (setuju), Interaksi karyawan terhadap wisatawan yang menginap sudah baik memperoleh total skor 221 dengan rata-rata 2,21 persen dengan kategori (tidak setuju).

Ucapan Terimakasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Jurnal dengan judul “Persepsi Wisatawan Mengenai Bauran Pemasaran Di Pita Maha A Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali” ini tepat pada waktunya. Dalam penyelesaian Jurnal ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Jurnal ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca dalam penyempurnaan Jurnal ini. Semoga Jurnal ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan baru kepada para pembacanya.

5. Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. *Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Per Bulan Tahun 2010-2014*. <http://bps.go.id>.
- Budi Agung Permana .2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali.2015. *Statistik Pariwisata Bali*. Denpasar. Bali *Government Tourism Office*.
- Human Resource Department*. 2016. *Pita Maha a Tjampuhan Resort & Spa Ubud Bali*.
- Mulyadi Nitisusastro, 2013. *Prilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Riduwan & Akdon. 2013. *Rumus Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji Etta Mamang, Sopiah .2013. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : ANDI
- Sugiono.2016. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.