

PENGGUNAAN INFORMATION TECHNOLOGY (IT) TERINTEGRASI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI DHYANA PURA BEACH RESORT, BALI

I Wayan Ruspendi Junaedi
Universitas Dhyana Pura

ABSTRACT

Dhyana Pura Beach Resort Bali is company which run on hotel service company. Remembering the competitions with any hotel now days to attract the tourist to stay at hotel, so it needs an effective promotion and excellent Service. That's why the hotel management need to make a good service excellent and correctly to competed at market, through Integrated System Information Management. This research has main problems, i.e. how the effect of technology information and to deliver the Customer Satisfaction at Dhyana Pura Beach resort, Bali?

From the description above and the existing gap, the author outlines into three research problems that : 1. How Services and Infrastructure Information System Integrated in Dhyana Pura Hotel Beach Resort Bali ? 2. How Architectural Design Network infrastructure and Information System Integrated in Dhyana Pura Hotel Beach Resort Bali ? 3. How to Design Systems infrastructure and Hotel Information Systems Integrated in Dhyana Pura Beach Resort Bali ? The method used in this study is a mix method qualitative and Quantitative research.

The discussion of the results of the study are as follows: 1. Proliferation and use of ICT (Information Communication Technology) as the needs of today's service-oriented economy in Europe, Australasia, the United States and developing countries. 2. Design of a wireless network is built using the media as a media access point interconnections between each group of services. 3. The service at the hotel integrated information system can be divided into two categories.

Keywords: *Information, Technology, Integrated, Customer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Manajemen Jasa akhir-akhir ini bertumbuh sebagai bagian dari pengembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Bali. Bagaimanapun juga manajemen jasa akan pasti bersentuhan dengan teknologi informasi dalam operasional perusahaannya (Meera Shaik.N., Anita Jhamtani dan D.U.M. Rao, 2004; Koanantakool Thaweesak, 2003).

Hotel adalah salah satu contoh manajemen jasa yang akan dibahas dalam jurnal ini. Dalam menjalankan operasional perusahaannya, hotel bekerjasama dengan seluruh departemen yang ada dan sudah disesuaikan dengan kebutuhan hotel tersebut. Kerjasama antar departemen ini akan sangat dibantu oleh Teknologi informasi (Labelle, 2005; Wardhana, 2004;Doherty, 2003).

Untuk meningkatkan penjualan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka peranan IT/TI sangatlah penting dalam merencanakan, mengorganisasikan dan mengevaluasi sebuah strategy/strategi hotel agar tercipta *good service excellent*. Oleh karena itu sangat berkaitan dengan pemasaran agar personal selling hotel, mampu meningkatkan penjualan hotel (*increasing the company selling*)(Angipora, Marius P. 2002; Arini, 2003).

Rumusan dan Tujuan Masalah

Dari penjelasan diatas maka ada 3 persoalan penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana Layanan dan Infrastruktur Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali ?

2. Bagaimana Desain Arsitektural Jaringan Infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali?
3. Bagaimana Desain Sistem infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali?

Dari tiga persoalan penelitian diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Layanan dan Infrastruktur Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali.
2. Untuk mengetahui Desain Arsitektural Jaringan Infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali.
3. Untuk mengetahui Desain Sistem infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi di Dhyana Pura Beach Resort Bali.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hotel

Menurut Sugiarto dan Sulartiningrum definisi dari hotel (1999) adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan didalam keputusan pemerintah.

Menurut Steadmon dan Kasavana dalam buku *Managing Front Office Operations of AHMA (American Hotel and Motel Association)* dikutip oleh Sugiarto dan Sulartiningrum (1999) mengatakan bahwa hotel adalah sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan pelayanan

sebagai berikut: pelayanan makan dan minum, pelayanan kamar, pelayanan barang bawaan, pencucian pakaian dan dapat menggunakan fasilitas perabotan dan menikmati hiasan-hiasan yang ada di dalamnya.

Menurut Sulastoyo (1999) dalam buku *Manajemen Penyelenggaraan Hotel* disebutkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampir dengan membayar sejumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima. Dari beberapa definisi diatas maka hotel dapat diartikan sebagai suatu bangunan yang dikelola oleh pemiliknya secara komersial yang menyediakan pelayanan makan dan minum, pelayanan penginapan, serta pelayanan lainnya bagi umum yang sedang melakukan perjalanan dan mampir dengan membayar sejumlah yang wajar dan sesuai dengan pelayanan yang diterima (Pendit, 1999; Spillane, 1999).

2.2. Pemasaran

Pemasaran adalah ujung tombak dari setiap perusahaan, terlebih lagi sebuah hotel dan restoran. Dalam operasi manajemen hotel ada team Pemasaran (biasanya disebut *Sales and Marketing* Departemen) yang melakukan proses perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi terhadap program pemasaran hotel (Kotler, 2001; Swastha, 2002). Program pemasaran biasanya meliputi 4 P (*Produk, Price, Place and Promotion*) (Kotler, 2001). Dengan 4P tersebut diharapkan hotel mampu memperkenalkan hotelnya kepada konsumen, yang pada akhirnya mampu menciptakan peningkatan penjualan melalui kepuasan konsumen (Hurriyati, 2005; Yoeti, 1999; Suryawan, 2003; Purwantara,

Made Adi. 2002.)

Bagian Promosi itu sendiri dibagi lagi menjadi beberapa bidang agar program pemasaran lebih efisien dan efektif, diantaranya personal selling, publikasi (Kotler, 2001).

2.3. Perkembangan IT

Salah satu penyebab utama terjadinya era globalisasi yang datangnya lebih cepat dari dugaan semua pihak adalah karena perkembangan pesat teknologi informasi (Abdullah Ahsan, 2005; Deraman A.B dan Bahar A.K.S, 2000). Implementasi internet, electronic commerce, electronic data interchange, virtual office, telemedicine, intranet, dan lain sebagainya telah menerobos batas-batas fisik antar Negara (O'Brien, 2004). Penggabungan antara teknologi komputer dengan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi (Pye David, 2003; Techguide.com). Data atau informasi yang pada jaman dahulu harus memakan waktu berhari-hari untuk diolah sebelum dikirimkan ke sisi lain di dunia, saat ini dapat dilakukan dalam hitungan detik (Meera Shaik.N., Anita Jhamtani dan D.U.M. Rao, 2004). Proses komunikasi dan penyebaran informasi yang dipercepat menjadi ciri masyarakat baru ini, menyebabkan keberadaan teknologi komunikasi dan informasi menjadi bersifat mutlak. Teknologi komunikasi informasi sangat berperan dalam mendukung meningkatkan produktifitas, efisiensi dan memungkinkan pekerjaan dilakukan dari mana saja (Songan Peter dan Alvin Yeo, 2006; www.plasmedia.com).

Hingga saat ini teknologi informasi banyak digunakan dalam dunia bisnis. Penerapan teknologi informasi (TI) dalam dunia bisnis bukan saja menjadi pertimbangan penting, melainkan sangat strategis. Berbagai aplikasi TI kini semakin

luas diterapkan oleh berbagai jenis industri di seluruh dunia, termasuk jasa hotel (Pye David, 2003). Perusahaan-perusahaan modern yang menghadapi persaingan yang semakin ketat, hampir tak bisa mengelak dari keharusan memanfaatkan TI dalam meningkatkan daya saingnya.

Kehadiran TI, ditambah Internet, tampaknya akan terus mendorong perubahan-perubahan yang mendasar, baik dalam cara berkomunikasi, mengelola usaha maupun memunculkan cara-cara baru dalam berbisnis. Namun, teknologi lebih merupakan perangkat dan sarana, namun yang lebih menentukan adalah bagaimana orang-orang menggunakan sarana itu dengan tepat dan cermat dalam menjawab kebutuhannya. Salah satunya adalah bagaimana melayani pelanggan secara lebih baik dan cepat dengan design IT yang terintegrasi satu departemen dengan departemen yang lain di Dhyana Pura Beach Resort Bali Bali, bisa teratasi sesuai dengan tantangan masa kini.

III. METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mix Method* campuran antara kuantitatif dan kualitatif metodologi. Kuantitatif berarti bahwa penulis menggunakan kuesioner dan angka-angka dalam menganalisisnya. Penelitian kualitatif adalah metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna beberapa individu atau sekelompok orang dalam hotel dan pelayanan terhadap tamu serta tamu itu sendiri.

Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dirumuskan di atas, proses penelitian ini bergantung pada paradigma penelitian interpretatif dengan menggunakan metode kualitatif. Definisi paradigma penelitian interpretatif yang dimaksudkan di sini

berkaitan dengan bagaimana memperoleh pengetahuan (untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian) yang didasarkan pada pemahaman melalui interpretasi dan makna teknologi informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, yang tentu saja juga melibatkan proses interpretasi dan makna dari peneliti (subyektif) terhadap observasi lapangan atau temuan selama proses penelitian, sehingga teks yang disajikan di sini adalah bahan dasar dari hasil interpretasi dan makna (Gunawan, 2012; Marshall, Catherine dan Gretchen B Rossman, 1989). Dalam wawancara mendalam (*in-depth interview*) benar-benar telah menyadari sepenuhnya setelah rasa percaya yang muncul, sehingga tidak ada informasi yang ditutup-tutupi atau disembunyikan, kecuali untuk hal-hal tertentu yang etis harus penulis jaga.

Setiap kali wawancara mendalam penulis mengamati situasi dan kondisi informan. Hal yang paling mudah adalah dengan melihat ekspresi ekspresi wajahnya pada wajah jika cerah, maka ini adalah saat yang tepat dan untuk melakukan wawancara mendalam. Kesabaran dibutuhkan ketika menghadapi situasi seperti ini.

Hal lain yang kadang-kadang dilupakan adalah mengambil gambar

dan merekam video. Penulis meminta izin lebih dulu dari pihak yang bersangkutan, karena ini adalah etika penelitian.

3.1. Lokasi Penelitian

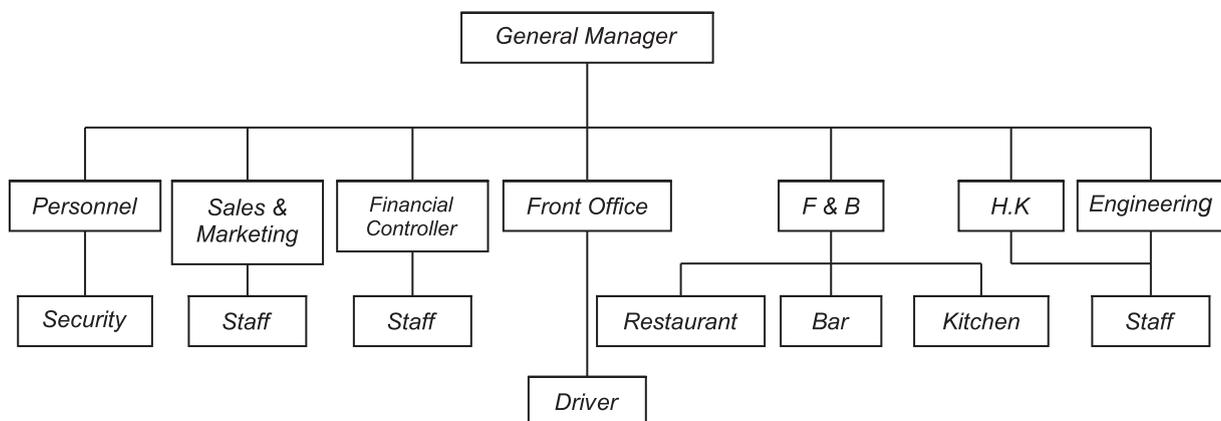
Dhyana Pura Beach Resort merupakan hotel Bintang 3 yang terletak di kawasan wisata Kuta-Bali, dapat ditempuh sekitar 25 menit atau dengan jarak empat belas kilometer dengan menggunakan kendaraan bermotor dari Bandara Ngurah Rai. Dhyana Pura Beach Resort ini terletak di Jalan Abimanyu Seminyak, Kuta-Bali. Website: www.dhyanapura-beach-resort.com

3.2. Struktur Organisasi Dhyana Pura Beach Resort Bali

Organisasi merupakan sekumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan struktur organisasi merupakan wadah kerjasama yang harmonis antara setiap orang pelaku organisasi untuk mencapai suatu tujuan bersama. Setiap perusahaan sangat perlu mempunyai struktur organisasi, karena dengan adanya struktur organisasi akan terlihat jelas pembagian tugas dan wewenang serta hubungan dan tanggung jawab setiap pelaku organisasi.

Struktur organisasi Dhyana Pura Beach Resort Bali dapat dilihat pada Bagan 1 sebagai berikut :

Bagan I. Struktur Organisasi Secara Umum Dhyana Pura Beach Resort, Bali



Sumber :Data primer, Dhyana Pura Beach Resort, 2007

Dengan melihat struktur organisasi yang ada, maka dapat dilihat adanya pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian atau departemen yang ada di Dhyana Pura Beach Resort Bali yaitu sebagai berikut :GM (*General Manager*), *Personnel, sales and Marketing, Financial Controller, Front Office, Housekeeping, Engineering, Food and Beverage*, (:*Kitchen, Restaurant*, meliputi: *Waiter/waitress, Room service, Bar*).

Pada perancangan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi ini akan dilakukan desain dan implementasi Sistem Informasi Hotel dan komunikasi yang akan digunakan seluruh manajemen Hotel dan departemen terkait untuk menghasilkan standar laporan keuangan hotel, komunikasi dan distribusi informasi antara manajemen dan departemen untuk memudahkan pemantauan kondisi dari tiap aktivitas yang ada terutama dari tamu check in sampai pada check out, jika dikaitkan dengan peningkatan produktivitas dan potensi hotel di Dhyana Pura Beach Resort Bali.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk melakukan diskusi secara langsung dengan informan, Subagyo (1995), baik pelanggan hotel (tamu mancanegara, domestik dan *travel agent*), beberapa kepala departemen, pejabat dan staf dari Dhyana Pura Beach Resort .Teknik penentuan informan adalah *purposive*, bahwa informan yang memiliki pengetahuan tentang proses pengintegrasian system informasi teknologi di Dhyana Pura Beach Resort Bali, seperti bagian IT, *Front Office Manager, Night Auditor, Human Resources Department, Houskeeping Manager, Sales and Marketing* dan financial controller di mana penulis melakukan wawancara mendalam sehubungan dengan kaitan penggunaan IT dan dengan kepuasan Konsumen. Beberapa konsumen hotel yang tinggal di dhayana pura beach resort Bali (Mr. Murji, Mr. Karyan, Mr. Sukerta,

Mr. Suwirya, Pak Ketut Suyaga), 1 *travel agent Belanda (Margaret Postma)*, 3 tamu pemerintah yang melakukan meeting, dan 4 tamu mancanegara dan 4 tamu domestik (didapat secara *incidental sampling*).

3.3.2. Dokumen Penelitian dan Observasi

Metode Dokumenter adalah untuk mengumpulkan data melalui dokumen yang sifatnya sekunder, seperti arsip dan buku-buku tentang system atau S.O.P. system integrasi di dhyana pura yang berkaitan dengan isu-isu penelitian. Penulis juga menggunakan teknik pengamatan langsung melalui pengamatan dan pencatatan fenomena yang muncul pada proses system terintegrasi teknologi. Sesuai dengan karakter penelitian kualitatif, teknik observasi sangat penting, karena itu adalah cara untuk mengamati perilaku konsumen hotel masa kini, dan IT yang digunakan oleh konsumen hotel yang dipahami melalui studisemacam ini. Tentu dengan teknik triangulasi data yang diperoleh dari tamu dan pegawai di cek betul kevaliditasannya.

3.4. Analisis Data

Penelitian ini adalah tentang penggunaan IT dan melihat dampak IT terhadap kepuasan konsumen di masa lalu, sehingga wawancara dan metode dokumen (hasil kuisisioner di kamar hotel yang dikumpulkan) adalah sumber utama data untuk penelitian ini. Penulis ingin dan berusaha untuk meningkatkan validitas deskriptif, interpretatif dan teoritis untuk pembaca. Penulis melakukan wawancara dengan para pegawai hotel dhyana pura beach resort seperti bagian IT, *Front Office Manager, Night Auditor, Human Resources Department, Houskeeping Manager, Sales and Marketing* dan *financial controller*. Pemilihan informan ini karena mereka adalah kepala bagian yang terlibat dalam proses IT. Mereka memiliki pendengaran yang masih baik sehingga dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dalam bahasa Indonesia dan semua pertanyaan ini bisa dipahami.

Kadang-kadang proses wawancara informan terhenti karena dia/kerja sambil nyambi membantu tamu hotel. Wawancara itu tidak berlangsung sekali, sering penulis merasa kurang rinci (kurangnya data yang lengkap), penulis datang lagi ke informan, dan untuk mendapatkan data yang lengkap informan berikutnya kadang-kadang penulis meminta rekomendasi dari informan sebelumnya. Metode ini dikenal sebagai Metode Snowball (metode bola salju). Dengan metode ini jadi penulis mencari tahu di mana kepala bagian berkantor atau tinggal dan meminta memperkenalkan kepada tamu hotel (baik wisatawan mancanegara dan nusantara) dan travel agent hotel. Jadi penulis pergi ke sana dan melakukan wawancara. Kadang-kadang penulis tidak dapat langsung melakukan wawancara mendalam dengan informan, karena informan masih membutuhkan waktu untuk membangun kepercayaan. Untuk membangun kepercayaan (trust) bisa melalui pendekatan informal (Creswell, 2013; Nawawi, 1992).

Penelitian ini terdiri dari dua tahap yang pertama kepada pegawai hotel dan tamu hotel. Pada tahap ini penelitian menggunakan metode observasi dan wawancara. Setelah data dikumpulkan melalui wawancara, penulis melanjutkan dengan membuat transkrip wawancara (biasanya pada malam hari) berdasarkan wawancara. Setelah itu penulis membuat tema identifikasi data yang diperoleh dari wawancara, dan mempersiapkan garis besar dan akhirnya menulis (Sugiyono, 2009; Nawawi, 1992).

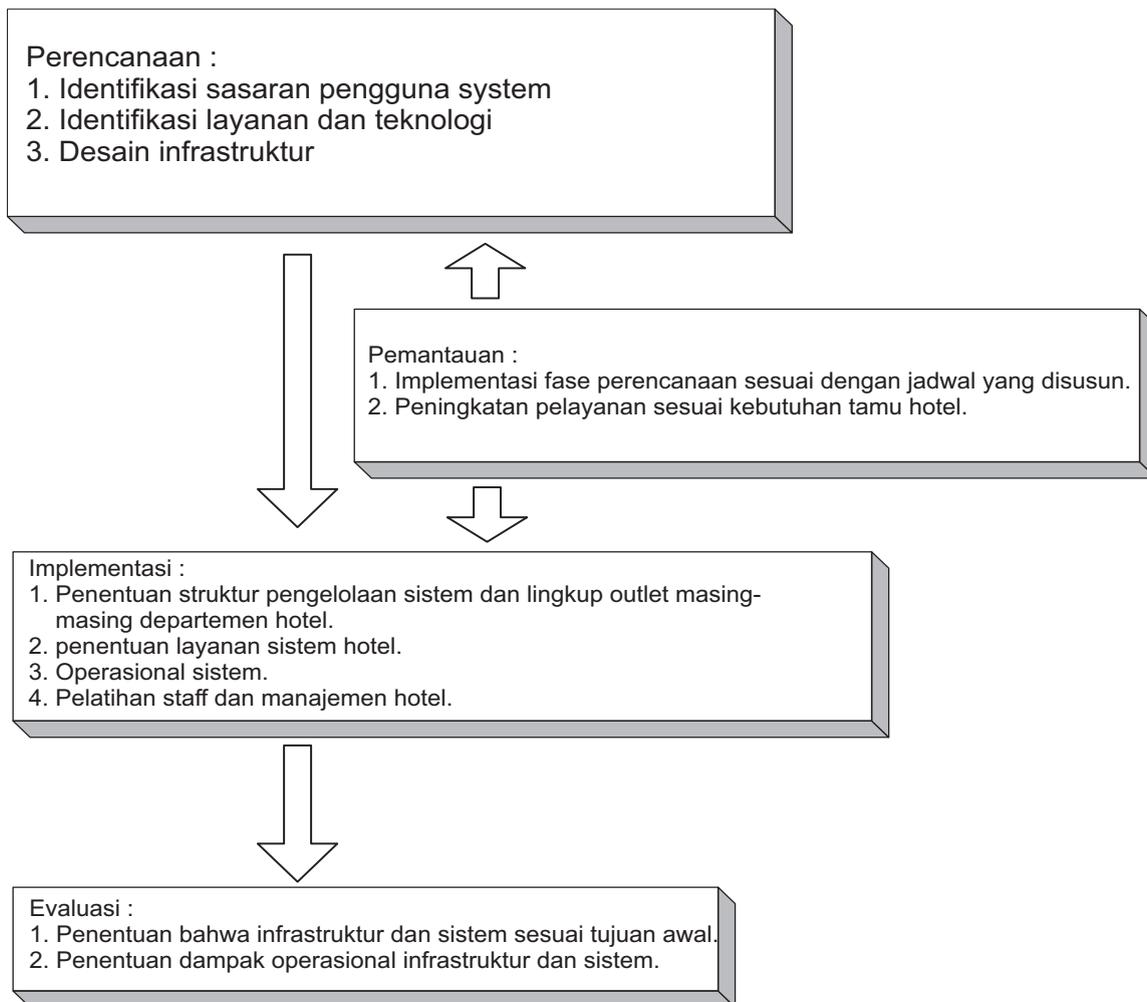
IV. Hasil dan Pembahasan

Dalam Hasil dan pembahasan di sini, ditemukan ada beberapa poin sebagai berikut:

1. Membangun Sistem Informasi Hotel yang standar untuk seluruh hotel dan departemen terkait.
2. Membangun Sistem Informasi Hotel yang mampu menghasilkan laporan yang menyangkut data staff, aset hotel, jenis usaha, layanan, posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan pada hotel.
3. Membangun arsitektur komunikasi antar hotel dan departemen dari manajemen ke outlet hotel untuk distribusi informasi.
4. Mengintegrasikan Sistem Informasi Hotel di seluruh outlet hotel untuk memudahkan pemantauan kinerja hotel outlet hotel dari manajemen.

Ada beberapa faktor yang bersifat esensial untuk mengimplementasikan sistem informasi hotel yang terintegrasi:

1. Fokus pada kelompok hotel sasaran program, organisasi, substansi dan proses yang lebih dari sekedar penentuan teknologi yang akan digunakan.
 - a. Relevan dengan kebutuhan riil hotel. Sistem dan layanan yang akan diimplementasikan harus merepresentasikan kebutuhan tamu, staff hotel (Songan dan Yeo, 2006). Proses pengembangan **Sistem Informasi Hotel** adalah sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pengembangan infrasruktur dan sistem informasi hotel terintegrasi

4.1. Layanan dan Infrastruktur Sistem Informasi Hotel Terintegrasi

Proliferasi dan penggunaan ICT (*Information Communication Technology*) sebagai kebutuhan layanan berorientasi ekonomis saat ini di negara Eropa, Australasia, Amerika dan negara berkembang. Tren pasar teknologi terkait dengan ICT dapat dikelompokkan dalam empat kategori utama, yaitu :

1. Konvergensi, informasi, komunikasi dan teknologi media.
2. Internet, proliferasi pada aspek kehidupan sehari – hari, transformasi bisnis melalui *e-commerce*.

3. Wireless dan Satelit, Teknologi yang tergolong baru dan menjanjikan biaya rendah.
4. Privatisasi dan Liberalisasi, Akselerasi dan fasilitasi teknologi pada cakupan yang lebih luas.

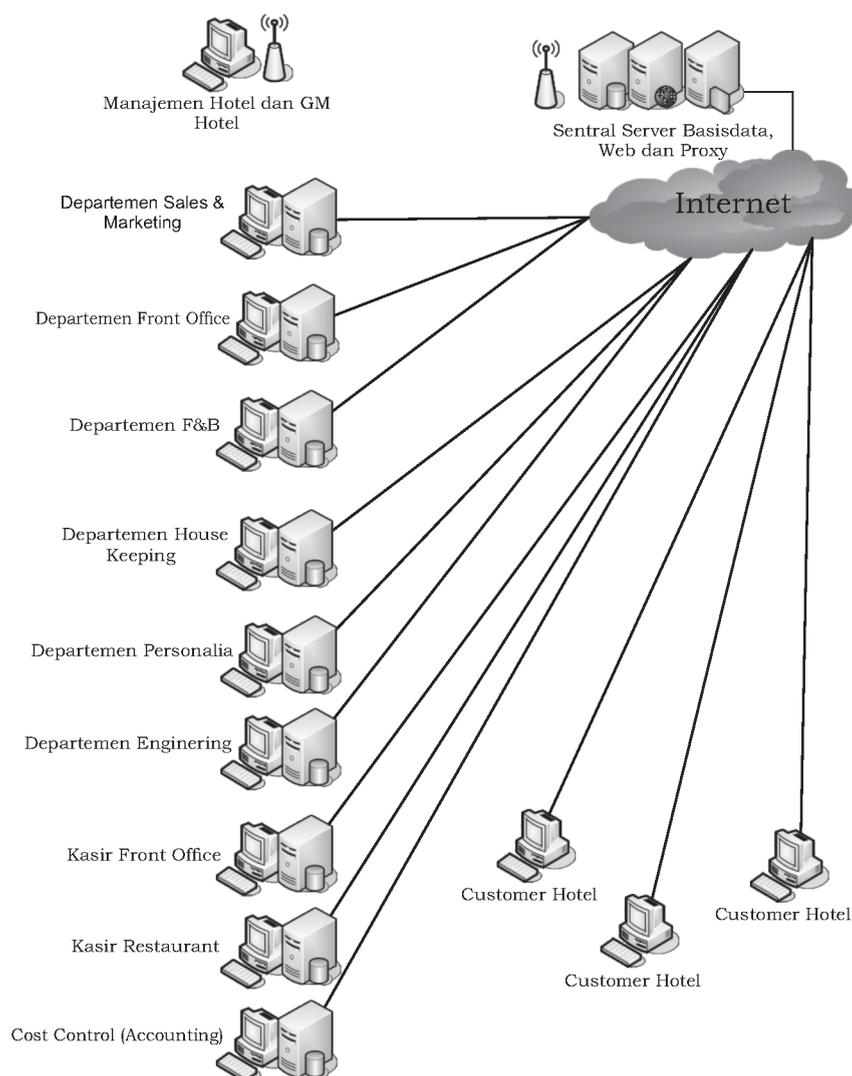
Pemanfaatan ICT sebagai teknologi baru memungkinkan negara berkembang khususnya jasa hotel dapat mengambil keuntungan melalui :

1. Internet dan web, keuntungan yang diperoleh adalah sumber pengetahuan dan informasi yang luas dan terkini.
2. Email dan chatting, keuntungan yang diperoleh adalah tersedianya bentuk komunikasi baru sebagai organisasi virtual.

3. Perangkat lunak, keuntungan yang diperoleh adalah tersedianya bahan pembelajaran yang dilengkapi grafis dan animasi.
4. Penyediaan bandwidth dengan biaya rendah pada jaringan kabel, wireless dan satelit, keuntungan yang diperoleh adalah terpenuhinya kebutuhan videokonferensi dan pembelajaran jarak jauh berbasis online.
5. Akses tamu, membantu meningkatkan pendapatan outlet.

4.1. Desain Arsitektural Jaringan Infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi

Desain jaringan dibangun menggunakan media **wireless access point** sebagai media interkoneksi antar setiap kelompok layanan. Pertimbangan utama pemanfaatan teknologi ini adalah jaraknya antara satu outlet dengan outlet yang lain dalam hotel tidak memungkinkan menggunakan media lainnya. Lihat Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Interkoneksi kelompok layanan pada pengembangan infrastruktur dan sistem informasi hotel terintegrasi

Adapun arsitektural interkoneksi kelompok layanan pada pengembangan infrastruktur dan sistem informasi hotel terintegrasi disajikan pada Gambar 2.

4.1. Desain Sistem infrastruktur dan Sistem Informasi Hotel Terintegrasi

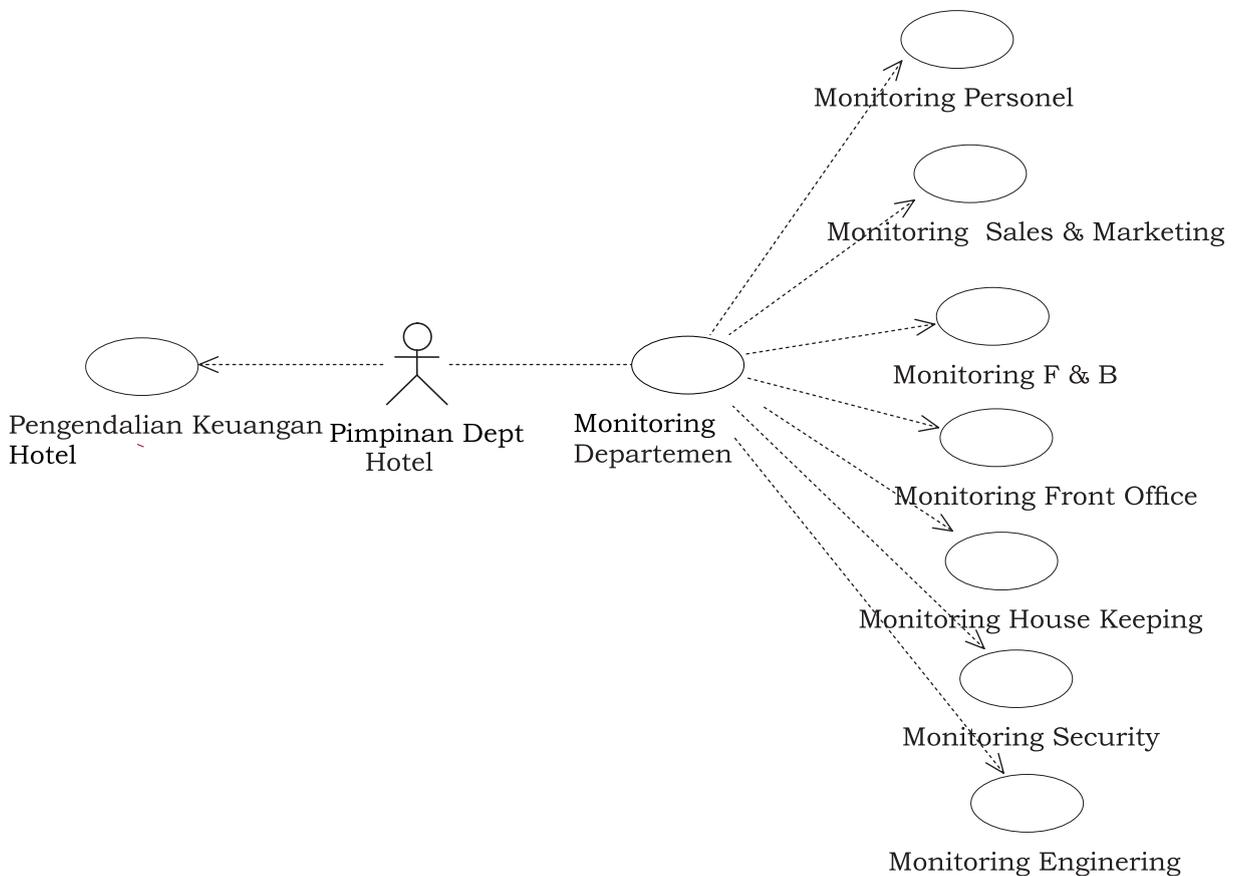
Layanan pada sistem informasi hotel terintegrasi dapat dibedakan menjadi dua kategori yang meliputi :

1. Layanan berbasis web untuk penyediaan informasi bagi Departemen Hotel tingkat Manajemen, dan departemen dengan

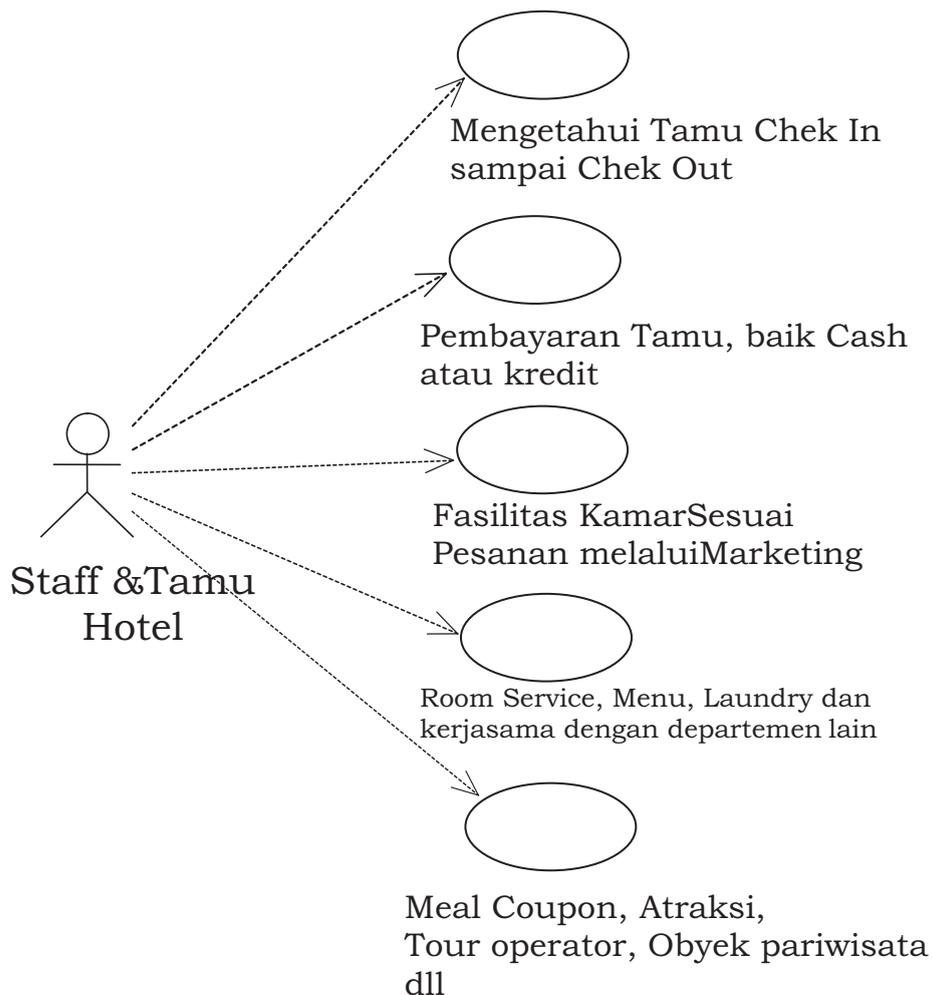
fungsi monitoring dan kontrol terhadap Departemen Hotel di tingkat outlet dan staff.

2. Layanan berbasis web untuk penyediaan informasi bagi tamu Hotel dengan fungsi layanan organisasi seperti keanggotaan, proses bisnis hotel seperti booking tamu (reservasi), administrasi hotel seperti pelaporan.

Desain layanan umum sistem informasi hotel terintegrasi adalah sebagaimana pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. Desain sistem informasi hotel terintegrasi untuk Seluruh Departemen Hotel Dhyana Pura Beach Resort



Gambar 4. Desain umum sistem informasi hotel terintegrasi untuk Staf dan Tamu Hotel Dhyana Pura Beach Resort Bali

Berdasarkan kategori layanan pada sistem, terdapat dua pengguna dan penyedia layanan sistem, yaitu pengguna dari Manajemen Hotel dan pengguna dari masing-masing departemen Hotel serta tamu hotel. Masing-masing pengguna secara garis besar memiliki fungsi dan peranan yang berbeda, sebagaimana pada Gambar 3 dan Gambar 4 diatas.

V. Kesimpulan

Keberhasilan rancangan model sistem informasi hotel terintegrasi ditentukan oleh beberapa faktor, yang meliputi rancangan sistem layanan, infrastruktur pendukung dan sumberdaya pengguna. Rancangan sistem informasi hotel terintegrasi dibangun berdasarkan kebutuhan

tamu, kebutuhan layanan disetiap outlet departemen, rancangan infrastruktur dibangun berdasarkan ketersediaan spesifikasi sumberdaya perangkat keras dan ketersediaan sumberdaya manusia sebagai pengguna maupun operator. Apabila sistem terintegrasi ini mampu diterapkan, maka kepuasan pelanggan akan terwujud, karena pelayanan Hotel sangat prima (*excellent*) dan juga pengendalian keuangan serta minimiliasi biaya intern dari manajemen hotel juga akan terlaksana. Pada akhirnya margin (profit) bagi manajemen terjadi.

5.1. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan penelitian saat ini sangat direkomendasikan untuk menjadi peluang penelitian yang akan datang, agar dalam mengkaji problematika hotel dhyana pura beach resort dan kepuasan konsumen semakin sempurna. Usulannya, bahwa peneliti yang akan datang mampu meneliti atau yang mengkaji CRM (*Customer Relationship Management*) hotel dhyana pura beach resort akan semakin melengkapi hasil penelitian ini dan akan dimanfaatkan oleh para akademisi di bidang kepariwisataan.

Penggunaan IT terus menjadi hal atau peristiwa yang sangat menarik bagi perkembangan pembangunan khususnya pariwisata yang akan memasuki MEA. Apa yang akan terjadi, apakah hotel dhyana pura beach resort akan melakukan transisi ke arah yang lebih baik atau malahan mundur.

5.2. Saran

Kedepan, pemimpin (General Manager) Hotel Dhyana Pura Beach Resort tidak hanya menggunakan IT saja, tapi pemimpin (General Manager) bisa *maintain* (memelihara) IT dan menjadi agen perubahan (*agent of change*) sehingga ekonomi Hotel Dhyana Pura Beach Resort meningkat. Teori Manajemen yang berakar dan (diharapkan) benar-benar mampu menjawab persoalan pembangunan di Indonesia, khususnya di Bali.

Daftar Pustaka

Abdullah Ahsan, 2005, *Computerized Farm Guide : Using ICT for Better Dissemination of Agriculture Extension Information*, International Symposium on Intelligent Information Technology in Agriculture, Beijing, China

Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Creswell, John W. 2013. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

Deraman A.B dan Bahar A.K.S, 2000, *Bringing the Farming Community Into the Internet Age : Case Study*, Informing Science, Volume 3 No. 4, Universiti Kebangsaan Malaysia.

Doherty Michael, 2003, *Database Cluster for E Science*, Data Management Group, CCLRC e-Science Centre, Rutherford Appleton Laboratory, Chilton, Didcot, Oxfordshire, OX11 0QX, United Kingdom.

Gunawan, Daddi Heryono, 2012, *Perubahan Sosial di Perdesaan Bali*, Salatiga: Program Pasca Sarjana Doktor Studi Pembangunan Universitas Kristen Satya Wacana

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1. Salemba Empat, Jakarta.

Koanantakool Thaweesak, 2003, *ICT and Community Building in the Rurral Areas of Thailand*, Community Building Forum Workshop, Brunei Darussalam.

Labelle Ricard, 2005, *ICT Policy Formulation and e-Strategy Development*, Asia-Pacific Development Information Programme, Elsevier, New Delhi

- Marshall, Catherine & Gretchen B Rossman. 1989. *Designing Qualitative Research*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- Nazir, Mohammad. 1998. *Metode Penelitian*, Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- O'Brien, 2004. *Introduction to Information System*. McGrawHill
- Pye David, 2003, *Using ICT to Increase the Effectiveness of Community-Based, Non Formal Education for Rural People in Sub-Sahara Africa*, Department of Professional and Curriculum Studies, National Foundation for Educational Research, Zambia.
- Pendit, S. Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*, Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- Purwantara, Made Adi. 2002. *Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Makanan dan Minuman pada Restoran Samudera di Hotel Puri Bali Nusa Dua*, Badung : STTE Triatma Mulya.
- Spillane, L. James. 1999. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta : Kanisius.
- Subagyo P.Joko. 1997. *Metode Penelitian: dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiarto, Endar dan Sulartiningrum, Sri. 1999. *Pengantar Akomodasi dan Restaurant*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono Prof. Dr. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta, Bandung.
- Sulastoyo, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Bandung : Angkasa.
- Suryawan, Made. 2003. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Kamar di Hotel Bali Dynasti Tuban-Bali*, Denpasar : Universitas Udayana.
- Songan Peter dan Alvin Yeo, 2006, *Guidebook on Developing Community e-centers in Rural Community : Based on the Malaysian Experience*, United Nations.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.
- Wardhana, Dhian Visnu, *Analysis CRM terhadap Hotel Quality*, Thesis, Program Studi Magister Manajemen Jogjakarta, 2004.
- www.plasmedia.com, "CRM darimana harus memulai", February, 27, 2004
- _____, *Building a successful CRM Environment*, Technology Guide Series, Techguide.com
- Yoeti, A.Oka. 1999. *Strategi Pemasaran Hotel*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.