

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Kartika

Muhammad Asri Rusli¹

¹Program Studi D3 Manajemen Industri
Corresponding Email: asrirusli17@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Tugas-tugas utama tim manajemen hotel meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan pegawai, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk memenuhi tugas-tugas ini di perlukan kemampuan untuk mengordinasi kegiatan-kegiatan di berbagai departemen. Penelitian ini menggunakan metode penghimpunan data dengan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan belum sepenuhnya merasa puas terhadap pelayanannya. Untuk mengukur pelayanan hotel dapat diketahui hasilnya oleh peneliti dengan mengetahui Model pelayanan hotel didasarkan pada konsep jasa pelayanan bidang hotel berkaitan dengan penyediaan kamar, room meting, gedung makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya untuk para tamu yang tidak hanya menghendaki kebersihan kamar atau kelezatan makanannya saja, tetapi juga gaya dan cara pelayanan, kenyamanan dan keamanan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan phisik dan kebutuhan-kebutuhan sosial psikologis atau non phisik.

Kata kunci: Pelayanan; Kepuasan; Pelanggan; Kualitas Kenyamanan

I. Pendahuluan

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang didalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas pertemuan penjamuan dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis.

Tugas-tugas utama tim manajemen hotel meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan pegawai, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk memenuhi tugas-tugas ini di perlukan kemampuan untuk mengordinasi kegiatan-kegiatan di berbagai departemen. Menurut bagyono (2007), sektor pariwisata yang pada umumnya sangat menjanjikan dalam meraih devisa Negara. Hal ini perlu mendapatkan perhatian khusus sebagai peluang bisnis selain faktor-faktor yang lain seperti industri kecil, dalam mendongkrak perekonomian nasional yang terpuruk akibat krisis moneter. Kesadaran penanganan yang lebih serius terhadap bidang ini telah melahirkan beberapa kebijakan sebagai langkah pengembangannya. Salah satu komponen pariwisata yang besar perannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service) (Kotler, 1996). Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor antara lain karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan konsumen, serta seberapa besar masing-masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan.

Untuk mempertahankan agar tetap survive ditengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba-lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Dari aneka

makanan, hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas dimata konsumen. Selain itu juga penambahan berbagai perlengkapan ornamen dan fasilitas untuk menunjang kenyamanan agar para tamu betah singgah dihotel tersebut.

Konsumen hotel dalam memilih tempat penginapan memiliki berbagai macam kriteria, dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Untuk itu hotel perlu dalam melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan konsumennya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

Perancangan sebuah hotel perlu mempertimbangkan dua aspek utama pada perancangan bangunan komersial, yaitu efisiensi dan kenyamanan. Dua aspek ini secara keseluruhan akan mempengaruhi keputusan sebuah rancangan hotel dengan melihat kepentingan konsumen hotel yang menjadi sasaran hotel tersebut. Pada akhirnya hal ini akan berdampak pada lahirnya rancangan berbagai jenis hotel yang berbeda sesuai jenis target pasarnya.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih yang dapat mempermudah kita untuk mengakses informasi dari manapun dan kapanpun maka dengan semakin pesatnya perkembangan wisata yang ada Indonesia dibutuhkan pula tempat yang lebih untuk mengakomodir banyaknya jumlah wisatawan yang makin bertambah. Industri hotel yang dalam waktu beberapa tahun terakhir ini telah berkembang dengan sangat pesat dan signifikan, terbukti dengan banyaknya hotel baru dengan sangat brand internasional yang berdiri di Parepare membuktikan jika kota ini adalah kota yang cukup menjanjikan dan meyakinkan para pelaku bisnis di dunia hotel. Jika dulunya hotel hanya dapat “dimasuki” oleh kalangan borjuis, lain halnya dengan saat ini. Berbagai jenis hotel dari hotel melati hingga bintang lima hadir untuk mempermudah wisatawan untuk memilih jenis hotel yang sesuai dengan budget yang dimiliki.

Salah satunya yaitu Hotel grand kartika sebagai salah satu hotel yang ada di kota parepare dimana dalam menghadapi dunia persaingan antar hotel dan wisma maka perlu menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa yang spesifik dan juga inovatif agar dapat lebih unggul dari pesaingannya. Persaingan yang kompetitif di dunia perhotelan pada saat ini mendorong setiap penginap melakukan aktivitas promosi dalam menarik minat para calon tamu. Untuk dapat hidup bertahan dalam persaingan ini sangat di perlukan kemampuan manajemen untuk mengambil kebijakan agar perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang dan dapat membuat pemakai jasa merasa tertarik.

II. Tinjauan Teori

Pengertian hotel bisa didapatkan dari berbagai macam sumber. Sumber-sumber dari pengertian hotel tersebut dipilih dan disesuaikan dengan kondisi di Indonesia. Selain itu, juga dipadukan dengan sejarah yang membentuk kata hotel. Berikut ini adalah pengertian hotel menurut beberapa sumber:

Lawson, 1997

Hotel adalah sarana yang digunakan untuk tempat tinggal umum bagi parawisatawan. Hotel akan memberikan pelayanan berupa jasa kamar, makanan dan minuman, serta jasa akomodasi. (Lawson, 1997)

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu). Pengertian jasa dapat diperjelas dengan mengetahui karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1. Intangibility (tidak berwujud), berbeda dengan barang yang merupakan obyek, alat atau benda sedangkan jasa adalah perbuatan, kinerja atau usaha.
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan), pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi bersamaan.

3. Variability (berubah-ubah), bersifat variabel artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenisnya tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. Perishability (daya tahan), tidak dapat disimpan, hal ini tidak menjadi masalah jika permintaannya tetap karena untuk menyiapkan pelayanan permintaan tersebut mudah tapi apabila berfluktuasi, berbagai masalah muncul

Kualitas Pelayanan disebut dengan service quality terdiri dari Tangibel, Reliability, Responsive, Assurance dan Emphaty. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan konsumen dengan tujuan agar peneliti dapat mengidentifikasi dan menganalisa jenis strategi pemasaran yang dibutuhkan dalam pengembangan produk termasuk pengembangan produk jasa (Megawati beddu,2019)

Selanjutnya menurut Hamzah Mustakim (2020) menyatakan bahwa *Hotel Service Quality is an important element in terms of customer satisfaction, the variables included are:*

- (1) *Physical evidence in the form of building appearance, interior, building and room facilities, and employee performance;*
- (2) *Reliability which is the person's ability to provide the best service;*
- (3) *Responsiveness, which is the willingness of employees to help customers and provide fast service and attention;*
- (4) *Assurance in the form of courtesy of employees and their ability to generate a sense of trust in customer safety; and*
- (5) *Empathy which is in the form of personal care and attention given to customers*

III. Metode

Penelitian ini menggunakan metode Observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

Adapun jenis-jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi non partisipan, artinya: penulis tidak ambil bagian/tidak terlihat langsung dalam kegiatan orang-orang yang di observasi;
- b. Observasi yang berstruktur, artinya: dalam melakukan observasi penulis mengacu pada pedoman yang telah disiapkan terlebih dahulu oleh penulis.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara. Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.

Metode ini dapat diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, catatan (dokumen) sebagaimana dijelaskan oleh Sanapiah Faesal sebagai berikut: metode dokumenter, sumber informasinya berupa bahan-bahan tertulis atau tercatat. Pada metode ini petugas pengumpulan data tinggal mentransper bahan-bahan tertulis yang relevan pada lembaran-lembaran yang telah disiapkan untuk mereka sebagaimana mestinya.

IV. Hasil Dan Analisis

Untuk mengukur pelayanan hotel dapat diketahui hasilnya oleh peneliti dengan mengetahui Model pelayanan hotel didasarkan pada konsep yang dibuat oleh Ewout Th. Cassee dan Ruud Reuland, dijelaskan bahwa jasa pelayanan bidang hotel berkaitan dengan penyediaan kamar, room meting, gedung makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya untuk para tamu yang tidak hanya menghendaki kebersihan kamar atau kelezatan makanannya saja, tetapi juga gaya dan cara pelayanan, kenyamanan dan keamanan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik dan kebutuhan-kebutuhan sosial psikologis atau non fisik.

Pelayanan hotel

- a. Pelayanan pemesanan kamar
Pelayanan pemesanan kamar dilakukan oleh bagian pemesanan kamar, bagian tersebut merupakan bagian pertama yang dihubungi oleh tamu sebelum tamu tersebut datang menginap di hotel. Memesan kamar lebih dahulu dilakukan oleh tamu yang akan menginap untuk memastikan apakah kamar yang dikehendaki oleh tamu masih tersedia atau tidak.
 - b. Pelayanan penerimaan tamu
Bagian penerimaan tamu (receptionis) adalah bagian yang melakukan pendaftaran semua tamu yang datang untuk menginap (check in) di hotel.
 - c. Pelayanan kenyamanan dan kebersihan ruang hotel
Bagian Tata Graha (House Keeping) adalah salah satu bagian yang mempunyai peranan dan fungsi yang cukup vital dalam memberikan pelayanan kepada tamu, terutama menyangkut pelayanan kenyamanan dan kebersihan ruang hotel. Tanggung jawab bagian Tata Graha dapat dikatakan mulai dari pengurusan bahan-bahan yang terbuat dari kain seperti taplak meja, sprei, sarung bantal, selimut, korden, dan sebagainya. Kemudian, tanggung jawab berikutnya adalah menjaga kerapian dan kebersihan ruangan beserta perlengkapannya, dan sampai pada penggantian atau pengadaan pemeliharaan ruangan hotel beserta perlengkapannya.
 - d. Pelayanan makanan dan minuman
Disamping menyediakan pelayananan akomodasi juga disyaratkan untuk menyediakan fasilitas pelayanan makanan dan minuman. Untuk memenuhi persyaratan tersebut maka hotel menyisihkan sebagian ruangnya yang di fungsikan sebagai restoran. Menu merupakan salah satu unsur dari keseluruhan penampilan restoran, di samping itu juga mempunyai nilai sebagai alat untuk 4 Agus Sulastiyono, Manajemen Penyelenggaraan Hotel, 121 membantu menjual seluruh makanan dan minuman yang disediakan di restoran tersebut. Dalam hal makanan dan minuman, pihak hotel menyediakan makanan yang disukai oleh tamu, makanan dan minuman disajikan dengan cara yang benar oleh para penyaji (waiter/waitress) yang tanggap dan ramah, serta harga sesuai dengan jenis dan kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tamu akan pelayanan makanan dan minuman, maka bagian makanan dan minuman harus melakukan pengembangan produk, merancang kegiatan-kegiatan yang dapat menarik tamu untuk makan dan minum di restoran hotel.
1. Fasilitas Hotel
Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Fasilitas-fasilitas ini termasuk komponen produk nyata, yaitu dapat berupa:
 - a. Kamar tidur (kamar tamu)
Kegiatan utama dari suatu usaha hotel adalah menyewakan kamar kepada tamu. Untuk sbisa memberikan kepuasan kepada tamu, keadaan kamar yang disewakan harus berada dalam keadaan bersih, nyaman, menarik dan aman (terbebas dari berbagai kemungkinan terjadi kecelakaan, pencurian dan penyakit).
Jenis-jenis kamar hotel pada dasarnya bisa dibedakan atas:
 - 1) Single Room: Kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran Single untuk satu orang.
 - 2) Twin Room: Kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur masing-masing berukuran Single.
 - 3) Double Room: Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran Double (untuk dua orang).
 - 4) Double-Double: Kamar untuk empat orang yang dilengkapi dengan dua kamar tamu, dan dengan tempat tidur berukuran Double (untuk dua orang).
 - b. Pelayanan-pelayanan penunjang lainnya

- 1) Fasilitas olah raga, seperti: kolam renang, tenis lapangan yang berada di dalam ruangan (in-door) ataupun di luar ruangan (out-door).
- 2) Fasilitas Doby (Loundry).

Komponen produk tidak nyata adalah semua produk yang hanya dapat dirasakan dan dialami sebagai suatu pengalaman. Sebagai contoh, dalam sebuah hotel seorang tamu harus memperoleh: rasa bersahabat, sopan santun dan rasa hormat, kondisi lingkungan yang menyenangkan, pelayanan cepat dan akurat dari seluruh karyawan hotel. Sebuah hotel yang baik adalah hotel yang mampu memberikan kepuasan bagi para tamunya, dapat menyediakan produk atau pelayanan yang diinginkan tamu dan akan kembali pada setiap kunjungan. Dengan hal tersebut kita lebih mudah mengetahui hasil.

2. Ruangan Rapat

Merupakan sebuah tempat atau ruangan untuk melakukan rapat ke sesama internal perusahaan maupun dengan eksternal perusahaan.

Ruang rapat yang nyaman bisa digunakan sebagai tempat dan waktu untuk berhenti sejenak dari rutinitas pekerjaan yang dilakukan. Berhenti sejenak memberikan dampak positif dalam meminimalisir kesalahan dalam pekerjaan dan menambah konsentrasi individu-individu dalam bekerja sebagai sebuah tim.

Adapun peralatan-peralatan yang pada umumnya dibutuhkan dalam ruang rapat antara lain:

- a) LCD projector dan sound system
- b) Layar
- c) Kursi
- d) Meja

3. Gedung Pernikahan

Merupakan ruangan/gedung yang digunakan untuk melangsungkan acara pernikahan.

Wedding venue sebagai tempat acara pernikahan yang akan menjadi salah satu titik terpenting dan merupakan saksi bisu bagi acara pernikahan.

Adapun fasilitas yang ditawarkan pada hotel grand kartika pare pada setelah memesan wedding venue pernikahan yaitu:

- 1) Electone/penyanyi
- 2) Sound system
- 3) Meja
- 4) Kursi
- 5) Peralatan makan
- 6) Pelayanan
- 7) Bonus kamar superior pengatin (1 Day)
- 8) Mineral water (10 DOS)

IV. Simpulan

Disadari maupun tidak ternyata kualitas pelayanan memegang peranan penting di dalam menciptakan kepuasan konsumen. Sebab sebuah hotel dinilai dari kualitas pelayanan mereka terhadap konsumen, sehingga kepercayaan konsumen menjadi hal penting dalam kelangsungan dan kemajuan hotel tersebut. Hotel Grand Kartika telah memiliki fasilitas yang cukup baik di mata konsumen, baik itu fasilitas kamar, room meeting, gedung dan tempat parkir. Hotel Grand Kartika telah memberikan pelayanan yang cukup baik kepada para konsumennya walaupun usianya masih terbilang baru. Dan karyawan dan staff hotel Grand Kartika Hotel pada umumnya mempunyai kinerja yang baik menurut penilaian para konsumen.

Referensi

- Bagyono (2007) pariwisata dan pehotelan, cetakan lledu bandung: alfabeta.
- Endar Sri. (1996). Manajemen Jasa. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy, Tjiptono. (1997). Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- Freddy Rangkuti. (2009). *Pemasaran Jasa, edisi pertama*. Yogyakarta: Bayu media Publishing.
- Frendlawson dalam hotel, metels and condominius : design, planing and maitenance (1976) Menjabarkan definisi hotel.
- Hamzah Mustakim, (2020) Service Quality and Customer Satisfaction at Kenari Hotel Parepare, Volume 1 No 1, Amsir Managemen Journal
- J supranto, 2001, metode penelitian erlangga,jakarta.
- Kotler (2011). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler (996) manajemen pemasaran, merketing management, jarkata, PT.prenhalindo
- Kottler. (2011). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Jogyakarta dan CVN geksigondo Utama.
- Lawson. (1997). Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- Megawati Beddu (2019) Pengaruh Metode Servis Quality (Serqual) Terhadap Strategi Pemasaran Objek Wisata Alam (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Wakka Kabupaten Pinrang). Seiko : Journal Of Management & Business
- Nengah Juliana, 2004, Kontrak Manajemen Hotel Jaringan Internasional, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Parasuma (1985) conceptua model of service quality and its implicatios for eutere research,journal of marketing vol 49.
- Philip kolter,2005, prinsip pemasaran jilid 1 pamasaran,jakarta,erlangga.
- R.A supriyono,2002. Akutanssi mangement,yogyakarta.
- Sangadji Sopiah, 2013. *Konsep Bauran Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Bandung
- Supranto (2011). Perilaku Konsumen, Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Tjiptono. (2015). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : AMUS Jogyakarta dan CVN geksigondo Utama
- (2007), *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, Jilid 2. Jakarta: PT Prehallindo.
- Wyckoff, rinsip pemasara, edisi ketujuh jilid 1 earlangga, jakarta.