



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN HOTEL MEKARSARI INDAH CILEUNGSI

Julesron Siagian

siagianjulesron@yahoo.co.id

Robert P Panjaitan

robertpanjaitan@yahoo.com

Ganda T Hutapea

Ganda.hutapea@yahoo.com

ABSTRACT

The number of visitors has decreased in February to April 2016 and increased again in May 2016. The number of visitors nine in May 2016, in 2895 the number of visitors and the lowest occurred in April 2016, 2647 people. Total visitor Hotel Mekarsari Indah, Cullinan period January - May 2016 was 15 557 people. This study aims to determine the extent of consumer satisfaction level of importance and performance Mekarsari Indah Hotel, Cullinan and to find out what attributes the causes of customer satisfaction Hotel Mekarsari Indah, Cullinan. Source data used are primary data obtained through questionnaires to 100 respondents, ie customers who visited Hotel Mekarsari Indah, Cullinan while secondary data obtained through library research by reading marketing books and other data sources that are still associated with research

Keyword : Performance ,Customer satisfaction

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor jasa mengalami perubahan yang meningkat. Hal ini terlihat dari berubahnya tingkat kesejahteraan masyarakat yang cenderung meningkat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat muncullah berbagai macam kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh masyarakat sehingga hal ini tentu saja membuka kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya. Salah satunya perhotelan, industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun *image* positif dimata para konsumen.

Mekarsari Indah salah satu Hotel yang sudah cukup terkenal di daerah Cileungsi dalam penelitian ini Hotel Mekarsari terjadi penurunan jumlah pelanggan. Data mengenai jumlah pengunjung Hotel Mekarsari Indah Periode Januari-Mei 2016 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

TABEL I
JUMLAH PENGUNJUNG HOTEL MEKARSARI INDAH, CILEUNGSI
PERIODE JANUARI-MEI 2016

Bulan	Jumlah Tamu
Januari	3514
Februari	3304
Maret	3197
April	2647
Mei	2895
Jumlah Total Pengunjung	15.557

Sumber data: Hotel Mekarsari Indah

Pada tabel I menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mengalami penurunan pada bulan Februari, Maret, April dan kembali meningkat pada bulan Mei. Jumlah pengunjung pada bulan Mei 2895 orang pengunjung dan jumlah pengunjung terendah terjadi pada bulan April 2647 orang. Total pengunjung Hotel Mekarsari Indah, periode Januari-Mei 2016 adalah 15557 orang.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kepentingan dan kinerja Hotel Mekarsari Indah, Cileungsi?
2. Atribut apa yang menyebabkan kepuasan konsumen Hotel Mekarsari Indah, Cileungsi?

Uraian Teoritis

A. Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (2002: 42) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka, terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya Tjiptono (2003) :

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan
5. Laba yang diperoleh meningkat

Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

B. Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain

Menurut hadi pranata (1980) berpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan diluar tugas pokok yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan, nasabah, dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.

Metodologi Penelitian

A. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah defenisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti atau mengekspresikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini ada lima dimensi kualitas jasa, dimana pada masing-masing dimensi tersebut terdapat beberapa atribut.

1. Bukti fisik (*tangibels*)

Berhubungan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawannya. Atribut dari dimensi ini yaitu:

- a. Lokasi hotel yang strategis
- b. Kebersihan hotel
- c. Tempat parkir memadai
- d. Karyawan hotel berpenampilan rapi

2. Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Atribut dari dimensi ini yaitu:

- a. Kenyaman dalam beristirahat pada hotel
- b. Kemudahan dalam pemesanan pada hotel
- c. Kemudahan cara pembayaran pada hotel
- d. Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian akan memberikan jasa secara cepat. Atribut dari dimensi ini yaitu:

- a. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan
- b. Karyawan merespon dengan baik terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan
- c. Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan tersebut dapat menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta mempunyai keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Atribut dari dimensi ini yaitu:

- a. Harga kompetitif
- b. Keramahan karyawan hotel
- c. Kesopanan karyawan hotel

5. Empati (*empaty*)

Empati perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan, Atribut dimensi ini yaitu:

- a. Keamanan dilingkungan hotel
- b. Perlengkapan kamar hotel yang memadai
- c. Peralatan didalam kamar hotel berfungsi dengan baik

B. Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung hotel Mekarsari Indah, Cileungsi pada bulan Januari - Mei 2016 sebanyak 15557 orang dengan penentuan jumlah sampel yang telah dihitung sebanyak 100 responden

C. Sumber Data

Dalam memperoleh data tentang informasi yang diperlukan, ada dua macam metode yang penulis gunakan, yaitu:

1. Data Primer
Dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari objek penelitian dengan menggunakan kuesioner.
2. Data sekunder
Dilakukan dengan membaca berbagai literatur teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, untuk mendapatkan kerangka teori tentang kepuasan konsumen.

D. Analisis Data

Dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen hotel atas kualitas pelayanan di Hotel Mekarsari Indah, Cileungsi digunakan analisis:

1. Skala Likert
Skala yang digunakan untuk mengukur harapan atau kepentingan pelanggan hotel diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:
 - a. Sangat Penting (SP) diberi bobot 5
 - b. Penting (P) diberi bobot 4
 - c. Netral (N) diberi bobot 3
 - d. Tidak Penting (TP) diberi bobot 2
 - e. Sangat Tidak Penting (STP) diberi bobot 1Sedangkan untuk mengukur kinerja kualitas pelayanan hotel diberi lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:
 - a. Sangat Baik (SB) diberi bobot 5
 - b. Baik (B) diberi bobot 4
 - c. Netral (N) diberi bobot 3
 - d. Tidak Baik (TB) diberi bobot 2
 - e. Sangat Tidak Baik (STB) diberi bobot 1
2. *Importance Performance Analysis*
Analisis tingkat kepentingan dan kinerja berdasarkan perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen hotel Mekarsari Indah, Cileungsi atas kualitas pelayanan hotel Mekarsari Indah, Cileungsi
3. Tingkat Kesesuaian
Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakili variabel yang diwakili oleh X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Dimana:

- Tki = Tingkat kesesuaian responden
Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan pengelola
Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Hasil dari seluruh perhitungan yang penulis lakukan akan dijabarkan ke dalam empat bagian diagram Kartesius.

Y (Kepentingan)	Prioritas Utama (A)	Pertahankan Prestasi (B)
	Prioritas Rendah (C)	Berlebihan (D)
	X (Kinerja)	

Sumber: Supranto (2001:242)

Keterangan:

- Kuadran A (Prioritas Pertama)**
 Prioritas pertama, menunjuk atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk atribut – atribut yang dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan pelanggan atau tidak puas.
- Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**
 Pertahankan prestasi, pada kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu perlu dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan.
- Kuadran C (Prioritas Rendah)**
 Prioritas rendah, menunjukkan atribut – atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya dan kurang memuaskan kinerjanya. Atribut – atribut ini perlu dipertimbangkan kembali karena manfaat yang dirasakan pelanggan sangat kecil.
- Kuadran D (Berlebihan)**
 Berlebihan, menunjukkan atribut yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi kinerja sangat memuaskan.

Analisis dan Pembahasan

A. Diagram Kartesius

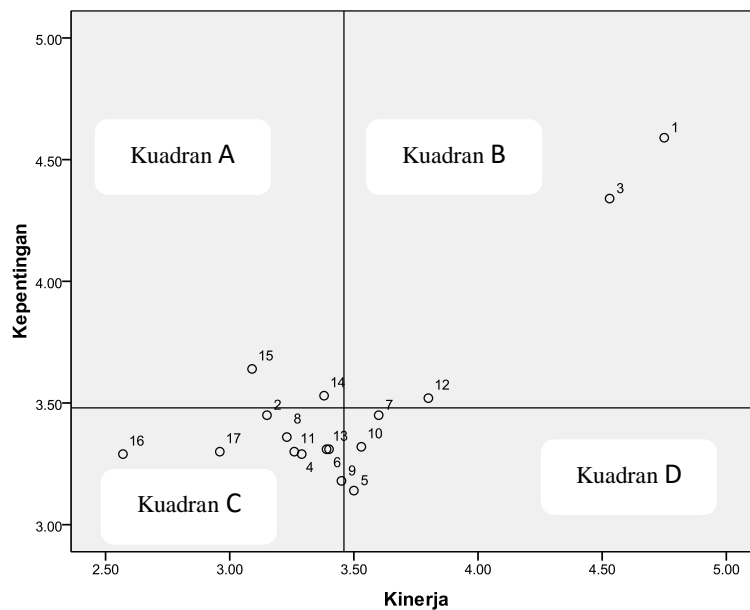
TABEL II
PERHITUNGAN RATA-RATA DARI PENILAIAN KINERJA DAN KEPENTINGAN PADA
ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN HOTEL
MEKARSARI INDAH CILEUNGSI

NO	PERNYATAAN	KINERJA	KEPENTINGAN	X	Y
1.	Lokasi hotel strategis	475	459	4,75	4,59
2.	Kebersihan hotel	315	345	3,15	3,45
3.	Tempat parkir memadai	453	434	4,53	4,34
4.	Karyawan hotel berpenampilan rapi	329	329	3,29	3,29
5.	Kenyamanan dalam beristirahat pada hotel	350	314	3,50	3,14
6.	Kemudahan dalam pemesanan kamar	340	331	3,40	3,31

	pada hotel				
7.	Kemudahan cara pembayaran pada hotel	360	345	3,60	3,45
8.	Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel	323	336	3,23	3,36
9.	Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	345	318	3,45	3,18
10.	Karyawan merespon dengan baik terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan	353	332	3,53	3,32
11.	Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan	326	330	3,26	3,30
12.	Harga kompetitif	380	352	3,80	3,52
13.	Keramahan karyawan hotel	339	331	3,39	3,31
14.	Kesopanan karyawan hotel	338	353	3,38	3,53
15.	Keamanan dilingkungan hotel	309	364	3,09	3,64
16.	Perlengkapan kamar hotel memadai rapi	257	329	2,57	3,29
17.	Peralatan kamar di dalam hotel berfungsi dengan baik	296	330	2,96	3,30
	Nilai rata-rata X dan Y			3,46	3,50

Sumber: Diolah oleh penulis

GAMBAR I
DIAGRAM KARTESIUS
ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
ATAS PELAYANAN HOTEL MEKARSARI INDAH CILEUNGSI



Diolah: Penulis

Keterangan:

1. Lokasi hotel strategis
2. Kebersihan hotel
3. Tempat parkir memadai
4. Karyawan hotel berpenampilan rapi
5. Kenyamanan dalam beristirahat pada hotel
6. Kemudahan dalam pemesanan kamar pada hotel
7. Kemudahan cara pembayaran pada hotel
8. Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel
9. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan
10. Karyawan merespon dengan baik terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan
11. Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan
12. Harga kompetitif
13. Keramahan karyawan hotel
14. Kesopanan karyawan hotel
15. Keamanan dilingkungan hotel
16. Perlengkapan kamar hotel memadai
17. Peralatan kamar di dalam hotel berfungsi dengan baik

Dari diagram kartesius tersebut dapat diketahui posisi penempatan data tingkat kinerja dan kepentingan tiap-tiap atribut yang telah dianalisis, yang telah dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

1. Kuadran A

Semua atribut yang berada di kuadran ini merupakan atribut yang memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata ($<3,46$) namun memiliki penilaian responden mengenai tingkat kepentingan di atas rata-rata ($>3,50$). Pada kuadran ini menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa bagi pelanggan, tetapi dari pihak Hotel Mekarsari belum mampu memenuhi keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan atau tidak puas.

Atribut 14: Kesopanan karyawan hotel

Atribut 15: Keamanan dilingkungan hotel

2. Kuadran B

Semua atribut yang berada di kuadran ini merupakan atribut yang memiliki tingkat kinerja di atas ($>3,46$) dengan tingkat kepentingan mahasiswa di atas rata-rata ($>3,50$). Pada kuadran ini menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan telah sesuai oleh harapan pelanggan, sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan, maka kini tugas dari pihak Hotel Mekarsari adalah mempertahankan kinerjanya.

Atribut 1: Lokasi hotel strategis

Atribut 3: Area parkir memadai Atribut 12: Harga kompetitif

3. Kuadran C

Semua atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata ($<3,46$) dan tingkat kepentingan mahasiswa juga di bawah rata-rata ($<3,50$). Pada kuadran ini menunjukkan bahwa beberapa faktor yang dianggap kurang penting bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh pihak hotel Mekarsari biasa-biasa saja, dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Atribut 2: Kebersihan hotel

Atribut 4: Harga kompetitif

Atribut 6: Karyawan hotel berpenampilan rapi

Atribut 8: Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel

Atribut 9: Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan

Atribut 11: Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan Atribut 13: Keramahan karyawan hotel

Atribut 16: Perlengkapan kamar hotel memadai
Atribut 17: Peralatan kamar di dalam hotel berfungsi dengan baik

4. Kuadran D

Semua atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kinerja di atas rata-rata (>3,46), tetapi tingkat kepentingan pelanggan berada di bawah rata-rata (<3,50). Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya kurang penting. Dianggap kurang penting, tetapi memuaskan.

Atribut 5: Kenyamanan dalam beristirahat pada hotel

Atribut 7: Kemudahan cara pembayaran pada hotel

Atribut 10: Karyawan merespon dengan baik terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama terdapat pada kuadran A dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen, dikarenakan kinerja pelayanan hotel Mekarsari Indah belum optimal yang menyangkut:
 - a. Kesopanan karyawan hotel
 - b. Keamanan dilingkungan hotel
2. Faktor-faktor atau atribut yang terdapat di kuadran B merupakan yang perlu dipertahankan dalam pelaksanaannya, karena sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun faktor atribut tersebut adalah:
 - a. Lokasi hotel strategis
 - b. Area parkir memadai
 - c. Harga Kompetitif
3. Faktor-faktor atau atribut yang terdapat di kuadran C merupakan atribut prioritas rendah, atribut ini dinilai kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya di Hotel Mekarsari dirasakan biasa-biasa saja. Adapun atribut tersebut adalah:
 - a. Kebersihan hotel
 - b. Harga kompetitif
 - c. Karyawan hotel berpenampilan rapi
 - d. Kemudahan dalam memanfaatkan fasilitas hotel
 - e. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan
 - f. Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku I, Salemba IV, Jakarta, 2000
- , 1997, *Konsep Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- , 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta. Bumi Aksara
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customers Satisfaction*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Kepuasan dalam Pelayanan*, Salemba Empat, Jakarta.
- , 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama. Malang: Bayu Media Publishing
- William J. Stanton, 1993, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Malang.