JURNAL TOURISM
Vol. 4 No. 01, Halaman: 62 - 66
April 2021

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI BINTAN INTI EXECUTIVE VILLAGE, TELUK LOBAM – BINTAN

[1]Welli Braham Kurniawan
Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Bintan Cakrawala
Jl. Kota Kapur Kawasan Pariwisata Bintan, Lagoi, Bintan Utara, Kepulauan Riau
E-mail: *welly.braham@gmail.com*

[2]Gervinko
Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Bintan Cakrawala
Jl. Kota Kapur Kawasan Pariwisata Bintan, Lagoi, Bintan Utara, Kepulauan Riau
E-mail: 201904020@pbc.ac.id

ABSTRACT

Every hotel needs to provide the best service so that every guest who stays is satisfied, and this will be the hotel's marketing tool because the guest will share his experience with others.
Bintan Inti Executive Villa is a hotel with a residential business hotel concept where guests staying for business purposes. Bintan Inti Executive Villa is only intended for companies in the Lobam Industrial Estate, and usually guests will stay for a long period.
In this study, questionnaires were distributed to guests who were staying overnight to measure the level of guest satisfaction with the quality of services provided by the Bintan Inti Executive Villa. Based on the results of the distributed questionnaires, it was obtained that most of the guests who stayed were satisfied with the quality of services provided by Bintan Inti Executive Villa with an average satisfaction rating (mean) of 3.6473 on a scale of 1 to 4.

Keywords: Hotel, Service Quality, Guest Satisfaction

PENDAHULUAN

Guna meningkatkan kepuasan tamu maka setiap hotel perlu memberikan layanan yang berkualitas sehingga tamu-tamu tersebut diharapkan akan senang jik akan kembali menginap di hotel tersebut serta memungkinkan tamu tersebut untuk merekomendasikan hotel tersebut kepada keluarga dan kerabatnya.

Kualitas layanan merupakan salah satu hal yang dirasakan oleh tamu hotel, hal ini dikarenakan bahwa tujuan utama tamu berkunjung dihotel adalah untuk menginap sehingga kenyamanan tamu saat beristirahat yang diharapakan dapat memberikan kepuasan kepada tamu tersebut.

Bintan Inti Executive Village adalah salah satu hotel berbentuk residential hotel yang berada dikawasan indutri Kecamatan Seri Kuala Lobam, Kelurahan Teluk Lobam, Kabupaten Bintan. Dan dalam penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana kualitas layanan yang telah diberikan oleh manajemen Bintan Inti Executive Village dan bagaimana tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh manajemen Bintan Inti Executive Village.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata dan Usaha Akomodasi

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata (Devy dan Soemanto, 2017).

Kemudian didalam UU No.10 tahun 2009 juga disebutkan tentang definisi Usaha Pariwisata, yakni usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Berdasarkan jenis usaha yang disebutkan dalam UU No.10 tahun 2009, maka Bintan Inti Executive Village merupakan salah satu jenis usaha pariwisata di bidang Penyedia Akomodasi.

Menurut Badan Pusat Statistik (2020), usaha akomodasi atau hotel adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Jika ditinjau dari lamanya tamu menginap serta tujuan tamu menginap, maka Bintan Inti Executive Village merupakan *retidential business hotel* dimana tamu menginap lebih dari 1 minggu dan untuk keperluan bisnis (Bagyono, 2012).

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2008), kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan, bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Berikut ini adalah lima dimensi kualitas layanan yang dijabarkan sebagai berikut (Tjiptono, Gregorius dan Dadi, 2008):

1. Bukti Fisik *(Tangible)*

   Merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik atau bukti fisik, seperti: gedung, gudang dan lain-lain, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan *(Reliability)*

   Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara tepat atau akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, seperti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness)*

   Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat *(responsive)* dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan *(Assurance)*

   Merupakan pengetahuan, sopan santun serta kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi *(communication),* kredibilitas *(credibility),* keamanan *(security),* kompetensi *(competence)* dan sopan santun *(courtesy).*

5. Empati *(Empathy)*

   Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara jelas atau

spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan Tamu

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012) yang dikutip buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan tamu adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan".

Kepuasan tamu merupakan hasil perbandingan antara harapan tamu terhadap produk atau jasa dengan kenyataan yang didapatkannya, jika kenyataan atau pengalaman tamu sesuai atau melebihi harapan maka tamu akan merasa puas, demikian sebaliknya jika kenyataan tidak sesuai dengan harapan maka tamu akan merasa kecewa.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Secara umum, metode penelitian dibagi menjadi dua yakni metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Metode kuantitatif adalah suatu metode dimana pengumpulan data numerik yang dapat diubah menjadi data statistic yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, perilaku, dan variabel lainnya dan menggeneralisasi hasil dari populasi sampel yang lebih besar, juga mengukur data untuk merumuskan fakta dan mengungkap pola dalam penelitian (DeFranzo dalam Sharma, 2018).

Sementara metode penelitian kualitatif adalah metode observasi yang dikumpulkan melalui data non-numerik. Jenis penelitian mencakup berbagai metode pengumpulan data melalui studi kasus, wawancara, kelompok fokus seperti diskusi kelompok dengan partisipasi dan observasi.

Namun selain kedua metode tersebut, FoodRisc Resource Centre dalam Sharma (2018) menambahkan satu metode lagi yakni metode penelitian campuran antara kuantitatif dan kualitatif yang disebut *mix method reseach.* Penelitian metode campuran adalah metodologi untuk melakukan penelitian yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan pengintegrasian penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran atau sering juga disebut sebagai metode kuantitatif-kualitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini akan digunakan alat bantu berupa Kuesioner atau Angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di data jawabannya. Kuesioner ini akan menjadi efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017). Pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal dan skala instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Skala *Likert* dengan kisaran 1 – 4 (Panjaitan & Yulianti, 2016).

Sangat Setuju (SS)	(4)
Setuju (S)	(3)
Tidak Setuju (TS)	(2)
Sangat Tidak Setuju (STS)	(1)

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif. Metode analisis statistik deskriptif adalah sebuah teknik yang digunakan untuk meringkas data dalam suatu angka, tabel, atau grafik, sehingga dapat memberikan informasi yang penting sebagai dasar pengambilan keputusan spesifik (Manfaat 2018).

Data yang diolah adalah data yang berasal dari angket atau kuesioner, yang kemudian akan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keandalan dan konsistensi dari kuesioner tersebut, baru kemudian akan dicari nilai rata-rata (*mean*) untuk mengukur tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bintan Inti Executive Village.

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Software Mcrosoft Excel 2010*. Dalam hal ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji tingkat akurasi dan keandalan kuesioner yang dipakai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Teknik korelasi yang dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai hubungan tiap-tiap pertanyaan itu

signifikan, maka dapat dilihat pada *table product moment*. Dimana dalam penelitian ini menggunakan *Pearson's Product Moment Coefficient* r dengan kriteria pengambilan keputusan oleh (Ghozali, 2016) yaitu jika r hitung > r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid, demikian sebaliknya.

Tabel 1. Uji Validitas

Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Tangible			
P1	0.771	0.514	Valid
P2	0.806	0.514	Valid
P3	0.760	0.514	Valid
P4	0.539	0.514	Valid
P5	0.744	0.514	Valid
P6	0.563	0.514	Valid
P7	0.771	0.514	Valid
P8	0.525	0.514	Valid
P9	0.673	0.514	Valid
Empathy			
P1	0.873	0.514	Valid
P2	0.758	0.514	Valid
P3	0.873	0.514	Valid
Responsiveness			
P1	0.711	0.514	Valid
P2	0.873	0.514	Valid
P3	0.873	0.514	Valid
Reliability			
P1	0.873	0.514	Valid
P2	0.873	0.514	Valid
P3	0.688	0.514	Valid
P4	0.873	0.514	Valid
P5	0.799	0.514	Valid
Assurance			
P1	0.771	0.514	Valid
P2	0.830	0.514	Valid
P3	0.917	0.514	Valid
P4	0.873	0.514	Valid
Overall			
P1	0.793	0.514	Valid
P2	0.686	0.514	Valid
P3	0.755	0.514	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Pengujian relibilitas dalam hal ini menggunakan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus *Spearman Brown*. Rumus tersebut adalah sebagai berikut: $r_i = \frac{2r}{1+r}$

Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1956: 145) adalah sebagai berikut:
0,80 < r11 1,00 = reliabilitas sangat tinggi
0,60 < r11 0,80 = reliabilitas tinggi
0,40 < r11 0,60 = reliabilitas sedang
0,20 < r11 0,40 = reliabilitas rendah.
-1,00 r11 0,20 = reliabilitas sangat rendah (tidak reliable).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan alat bantu hitung Microsoft Excel maka didapati nilai r sebesar 0.9543, dan nilai r_i (spearman) sebesar 0.9766. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah realiabel dengan kategori reliabilitas sangat tinggi.

Pembahasan Deskriptif Statistik

Nilai Rata-rata (*Mean*) Kepuasan Tamu terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel hasil nilai rata-rata (*mean*) tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan diatas, maka dapat dilihat bahwa:

1. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *tangible* adalah sebesar 3.4370, yang berarti kepuasan tamu terhadap kualitas layanan berwujud seperti failitas kamar, fasilitas pendukung, tampilan gedung dan penampilan karyawan dinilai cukup memuaskan.
2. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *empathy* adalah sebesar 3.7111, yang berarti kepuasan tamu terhadap kualitas layanan terkait rasa empati karyawan terhadap tamu dinilai cukup memuaskan.
3. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *responsiveness* adalah sebesar 3.7556, yang berarti kepuasan tamu terhadap kualitas layanan terkait ketanggapan karyawan terhadap kebutuhan tamu dinilai cukup memuaskan.
4. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *reliability* adalah sebesar 3.6533, yang berarti kepuasan tamu terhadap kualitas layanan terkait keandalaan manajemen dan karyawan dalam melayani tamu dinilai cukup memuaskan.
5. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *assurance* adalah sebesar 3.7167, yang berarti kepuasan tamu terhadap kualitas layanan terkait jaminan rasa aman dan

nyaman selama tamu menginap dinilai cukup memuaskan.

6. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk dimensi *overall* adalah sebesar 3.4222, yang berarti tamu cukup puas terhadap kualitas yang diberikan secara keseluruhan dan akan senang jika akan kembali menginap di BIEV, serta bersedia untuk merekomendasikannya kepada keluarga, kerabat dan kolega mereka untuk menginap di BIEV.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil nilai rata-rata (mean) untuk keseluruhan dimensi kualitas layanan adalah sebesar 3.6473, yang berarti seluruh dimensi kualitas layanan yang diberikan oleh manajemen BIEV dinilai cukup memuaskan.
2. Hasil nilai rata-rata (mean) tertinggi adalah pada dimensi *responsiveness* yakni sebesar 3.7556.
3. Hasil nilai rata-rata (mean) terendah adalah pada dimensi *tangible* yakni sebesar 3.4370.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka berikut adalah saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai masukan bagi berbagai pihak:

1. Hasil nilai rata-rata (mean) tertinggi adalah pada dimensi *responsiveness* yakni sebesar 3.7556, hal ini dapat menjadi kekuatan bagi manajemen BIEV dimana karyawan yang melayani tamu dinilai cukup baik dalam menanggapi kebutuhan tamu. Untuk itu hal ini perlu dipertahankan agar kepuasan tamu tetap terjaga, selain itu manajemen juga perlu mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan baru agar setiap karyawan baru dapat memenuhi standar pelayanan yang sama sepertiyang telah dilakukan oleh karyawan yang sudah ada sebelumnya.
2. Hasil nilai rata-rata (mean) terendah adalah pada dimensi *tangible* yakni sebesar 3.4370, meski mendapat nilai terendah namun nilai yang diperoleh menunjukan bahwa layanan berupa hal-hal berwujud seperti failitas kamar, fasilitas pendukung, tampilan gedung dan penampilan karyawan masih cukup baik. Dengan demikian hal yang perlu dilakukan adalah menganalisa kembali kebutuhan apa yang diharapkan tamu dalam terkait dimensi *tangible* tersebut, sehingga manajemen dapat menyesuaikan standar layanan tersebut agar sesuai dengan kebutuhan tamu yang akan berdampak kepada peningkatan kepuasan tamu.
3. Untuk memenuhi kebutuhan tamu secara maksimal, maka perlu diadakan penelitian lanjutan dengan topik seperti Analisis Kebutuhan, Analisis SWOT, analisis STP dan Analisis Kepuasan Tamu Lanjutan setelah adanya peningkatan standar layanan yang dilakukan oleh manajemen BIEV yang mengacu kepada hasil penelitian-penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2019. 'Undang Undang tentang Kepariwisataan, UU No. 10 Tahun 2009'. Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Badan Pusat Statistik. 2020. 'Konsep dan Definisi Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara'. https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html .

Bagyono. 2012. Pariwisata & Perhotelan. Bandung : Alfabeta

Devy, H.A., dan Soemanto, R.B. 'Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar'. Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol. 32, No. 1, May, 2017.

Ghozali, I. 2016. 'Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)'. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. 'Marketing Management 14th edition'. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Manfaat, Budi. *Analisis Data Kuantitatif.* Cirebon: IAIN Syekh Nurjati. 2018

Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. 2016. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung'. DeReMa Jurnal Manajemen.

Sharma, Sohil. *Various Research Methods Analysis.* Paris: Horizons University. 2018.

Sugiyono. 2017. 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D'. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., Gregorius, C., & Dadi, A. 2008. 'Pemasaran Strategik'. Yogyakarta: ANDI.