

Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai

E. Maznah Hijeriah ✉ **Dila Erlianti**², **Sopyan**³

^{1,2} STIA Lancang Kuning Dumai, Riau. Email

³ STIE Mahaputra Riau. Email

Abstrak

Hotel merupakan sebuah solusi penting bagi masyarakat yang sering berpergian atau melakukan kegiatan di kota lain dan memerlukan tempat menginap. Hotel Comforta Dumai menjadi wujud pemenuhan kebutuhan akan jasa hotel di Kota Dumai. Hotel Comforta menyediakan akomodasi dan pelayanan profesional dengan fasilitas yang lengkap dengan mengedepankan kenyamanan konsumen serta menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Hasil observasi ditemukan kurang tercapainya target penjualan dan masih tingginya harga produk yang ditawarkan oleh Hotel Comforta Dumai. Penelitian menggunakan pendapat Lupiyoadi (2001) melihat kepuasan pelanggan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Sampel pada penelitian ini sejumlah 100 orang, Teknik pengambilan sampel karyawan menggunakan sampling jenuh dan untuk pelanggan menggunakan sampling insidental. Teknik pengumpulan data wawancara dan angket. Analisa data menggunakan metode statistik deskriptif. Temuan penelitian berada pada kategori puas. Faktor pendukung ialah terdapatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan faktor penghambat kurangnya kesesuaian harga dan kurangnya faktor emosional.

Kata Kunci : *Kepuasan Pelanggan, Hotel, Layanan.*

Abstract

Hotels are an important solution for people who often travel or do activities in other cities and need a place to stay. Comforta Dumai Hotel is a form of fulfilling the need for hotel services in Dumai City. Comforta Hotel provides professional accommodation and services with complete facilities by prioritizing consumer comfort and reaching all levels of society. The results of observations found less achievement of sales targets and still high prices of products offered by Comforta Dumai Hotel. Research using the opinion of Lupiyoadi (2001) sees customer satisfaction through product quality, service quality, emotional, price, and cost. The sample in this study amounted to 100 people, the employee sampling technique used saturated sampling and for customers using incidental sampling. Data collection techniques interviews and questionnaires. Data analysis using descriptive statistical methods. The research findings are in the satisfied category. Supporting factors are product quality and service quality, while inhibiting factors are lack of price suitability and lack of emotional factors.

Keywords: *Customer Satisfaction, Hotel, Service.*

Copyright (c) 2023

✉ Corresponding author : E. Maznah Hijeriah

Email Address : encik.maznah@gmail.com

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan jasa tidak terlepas dari peran pelanggan dalam pencapaian tujuannya. Sudah menjadi hal yang biasa bila perusahaan jasa memiliki kesempatan yang sama dalam memikat hati konsumen atau pelanggannya. Dengan melakukan berbagai peningkatan dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan tanpa pandang bulu dengan tidak membedakan siapa yang harus dilayani juga merupakan salah satu tolak ukur konsumen terhadap suatu perusahaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan jasa mestilah menjaga kepuasan pelanggannya agar timbul rasa kepercayaan dari pelanggan (Erpurin 2019).

Salah satu perusahaan yang memandang perlunya pelanggan ialah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan (Saputra and Yulistianis 2019). Upaya dalam memberikan kepuasan pelanggan yang dapat diberikan ialah dengan cara memberikan pelayanan jasa sebaik mungkin guna meningkatkan keunggulan dalam persaingan dengan hotel lainnya. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa maka akan merasakan senang serta cenderung kembali menggunakan produk atau jasa yang pernah ia gunakan sebelumnya.

Sebuah peluang besar bagi perusahaan di bidang jasa perhotelan untuk tidak hanya menawarkan jasa kamar hotel saja, melainkan juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat membuat para tamu merasakan kenyamanan saat menginap. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan perhotelan agar mampu memenuhi apa yang menjadi kebutuhan bahkan melebihi tingkat kebutuhan dari pelanggannya (Kasinem 2020). Hal tersebut dilakukan guna mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan dan menunjukkan eksistensi perusahaan di tengah ketatnya persaingan.

Salah satu hotel bintang tiga yang terkenal di Kota Dumai adalah Hotel Comforta Dumai. Hotel yang berdiri sejak tahun 1996 dan terletak ditengah pusat kota yang secara strategis berdekatan dengan pusat perbelanjaan, kantor pemerintahan, pelabuhan dan bandara. Posisi yang strategis ini tentunya memudahkan para pengunjung untuk transit dan menginap di Hotel Comforta Hotel Dumai. Meskipun telah menunjukkan adanya keunggulan melalui fasilitas yang mereka tawarkan kepada konsumen, bukan berarti dalam prosesnya tidak mengalami hambatan. Oleh karena itu masih diperlukan perhatian dari pihak hotel terhadap kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan memberikan kualitas produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Hal ini penting, dimana pelanggan bisa terus percaya akan jasa yang ditawarkan. Selain itu perlunya perhatian terhadap kualitas sumber daya manusia baik staff maupun seluruh karyawan untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam bekerja. Hal tersebut tentu akan berdampak pada peningkatan pendapatan penjualan jasa kamar Hotel.

Hasil observasi berkaitan dengan target dan realisasi penjualan kamar, ditemukan adanya perbedaan antara target dan realisasi penjualan beberapa tahun terakhir. Tidak dapat terpenuhinya target dan sasaran penjualan memberi kesan bahwa pihak hotel belum maksimal dalam pemenuhan target yang ditetapkan. Selain itu, jika ditinjau dari pendapat pelanggan, wawancara dilakukan kepada beberapa orang tamu Hotel Comforta Dumai ditemukan bahwa keluhan yang disampaikan adalah berkaitan dengan harga kamar yang cukup tinggi dibandingkan dengan hotel

bintang tiga yang ada di kota Dumai. Berdasarkan uraian fenomena di atas tentunya artikel ini akan mendiskusikan tentang bagaimana Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Saputra and Yulistianis 2019). Mendefinisikan kepuasan sebagai keadaan kasih sayang yang positif dihasilkan dari penilaian perusahaan terhadap seluruh aspek dari hubungan bekerjanya dengan perusahaan lain (Kasinem 2020). Kepuasan pelanggan ialah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan harapannya (Sugiyanto and Kurniasari 2020). Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu : (a). kualitas produk, (b). kualitas pelayanan, (c). faktor emosional, (d). harga, (e). biaya dan (f). kemudahan mendapat produk atau jasa. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebenarnya kepuasan merupakan perasaan seseorang bisa senang atau kecewa yang ia rasakan setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang kemudian ia bandingkan dengan harapannya.

Hal ini senada dengan pendapat Susnita (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap (kinerja atau hasil) yang diterapkan. Sedangkan untuk definisi pelanggan merupakan setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkan kembali (Mamesah 2020). Kotler dan Keller (2009:138) juga menyebutkan bahwasanya kepuasan pelanggan sebagai wujud rasa senang atau kecewa individu karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.

Mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk atau jasa yang dinikmati (Wahyuningsih 2018). Berdasarkan beberapa pendapat di atas, juga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap, loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah ia merasakan atau menggunakan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Bagi pelanggan, jika ia merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya ia pasti menjadi pelanggan tetap dalam waktu yang lama (Yuhardi 2020).

Parasuraman dalam Chaniago and Khare (2020) menyatakan kepuasan konsumen dapat diketahui dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan meliputi (1). Reliability (kehandalan), (2). Assurance (jaminan/kepastian), (3). Empathy (empati), (4). Tangibles (berwujud) dan (5). Responsiveness (daya tanggap) (Afrizal and Sahuri 2012). Melalui hal tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan yang akan mampu bertahan untuk bersaing adalah perusahaan yang melakukan peningkatan dalam segi pelayanan dan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar dapat memuaskan keinginan konsumen. Selain itu, perusahaan juga mesti menghargai konsumen dengan mendahulukan kepentingan konsumen, menjadikan konsumen merasa mereka didengarkan dan dianggap penting oleh perusahaan (Khabibah 2019). Sedangkan Lupiyoadi dalam Santoso (2019) dalam

menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu terdapat 5 faktor yang meliputi (1). Kualitas produk, (2). Kualitas pelayanan, (3). Emosional, (4). Harga dan (5). Biaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Pada Hotel Comforta Dumai Provinsi Riau. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh karyawan dan pelanggan dengan total responden berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel karyawan menggunakan sampling jenuh dan untuk pelanggan menggunakan insidental sampling (Afrizal 2020; Afrizal, Effendi, and Handayani 2019). Jenis data yaitu data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan angket. Untuk mengolah dan membahas data menggunakan metode statistik deskriptif dan teknik pengukuran menggunakan Rating Scale.

HASIL DAN PEMBAHASAN

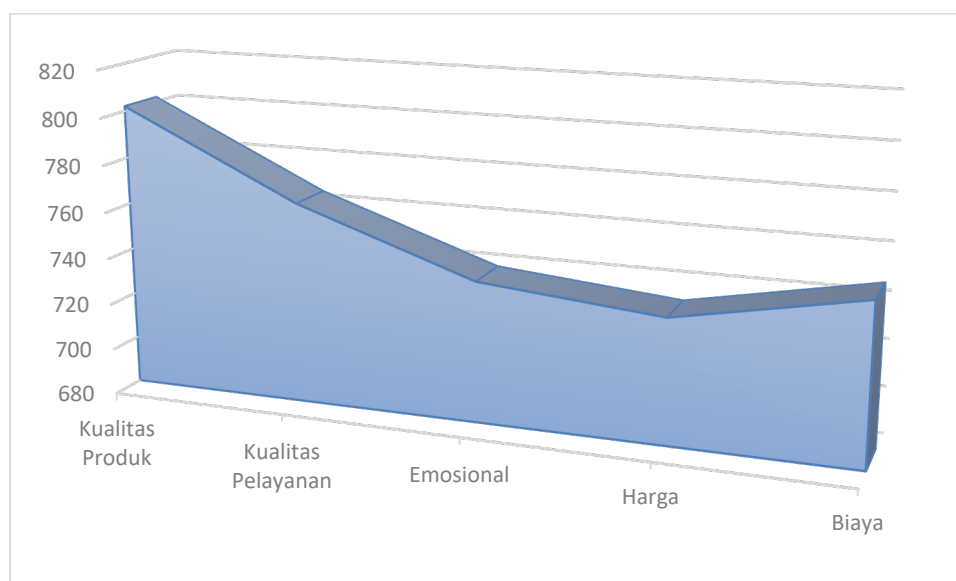
1. Kepuasan Pelanggan Hotel Comforta Dumai

Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yang dilihat melalui lima indikator, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya dapat diketahui melalui rekapitulasi yang disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Rekapitulasi Tanggapan Responden

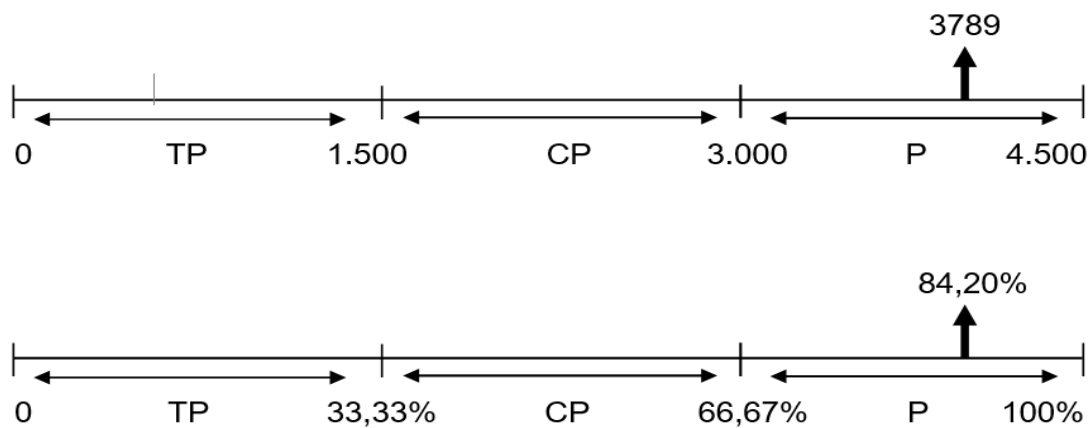
No	Indikator	Jumlah Skor
1.	Kualitas Produk	802
2.	Kualitas Pelayanan	766
3.	Emosional	740
4.	Harga	733
5.	Biaya	748
Total Skor		3.789

Sumber: Hasil Pengolahan Data penelitian



Gambar 1. Diagram Hasil Penelitian

Berdasarkan gambar diatas disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai terhadap lima indikator pengukuran diperoleh sebagai berikut: kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk diperoleh skor sebanyak 802, kualitas pelayanan diperoleh skor 766, emosional diperoleh skor sebanyak 740, harga diperoleh skor sebanyak 733, biaya diperoleh skor sebanyak 748. Dari 5 indikator jawaban responden diatas diperoleh total skor sebanyak 3789. Selanjutnya secara kontinum untuk rekapitulasi tanggapan responden secara keseluruhan dapat dilihat berikut:



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai berada pada kategori puas dengan total skor 3.789 (84,20%) berada pada rentang 3000-4500.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat

Kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai memiliki beberapa faktor pendukung seperti terdapatnya kualitas produk pada hotel comforta Dumai yang merupakan keinginan dan kewajiban dari Hotel Comforta Dumai untuk berusaha memberikan kualitas produk dalam keadaan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari seberapa besar kualitas produk yang dibuat oleh perusahaan untuk memberikan rasa nyaman dan aman kepada pelanggannya. Terdapatnya kualitas produk dapat dilihat dengan terdapatnya keinginan pelanggan untuk mendapatkan produk sesuai yang mereka harapkan dan dapat dilihat dari pelanggan yang kembali menggunakan produk yang pernah ia gunakan sebelumnya. Selain itu, adanya keinginan dari karyawan untuk dapat melaksanakan pelayanan yang bisa dipertanggung jawabkan sebagai dorongan untuk mencapai kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan untuk pelanggan masih besarnya keinginan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang memberikan kepuasan serta sesuai dengan yang diharapkan di Hotel Comforta Dumai.

Untuk faktor penghambat yang ditemui adalah masih kurang kesesuaian harga pada produk yang ditawarkan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel

Comforta Dumai yang menunjukkan bahwa keinginan pelanggan untuk mendapatkan produk dengan harga yang relatif lebih murah. Kurang kesesuaian harga dapat dilihat dengan masih kurang keinginan pelanggan untuk menggunakan produk yang ditawarkan dengan harga tanpa adanya promosi khusus untuk pelanggan. Selain itu, masih kurang faktor emosional yang dirasakan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan karyawan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk lebih di pahami dalam memilih produk yang diinginkan, masih kurang keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk setelah menggunakan produk yang ditawarkan. Masih kurang kemampuan karyawan untuk mengontrol informasi dan sumber daya yang ada dalam pelaksanaan pekerjaan.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai diperoleh tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan yang diukur melalui indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya mendapat nilai skor 3.789 dengan persentase 84,20% berada pada kategori puas. Faktor pendukung Kepuasan Pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yaitu terdapatnya kualitas produk yang di tawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan, sedangkan faktor penghambat kepuasan pelanggan pada Hotel Comforta Dumai yaitu kurangnya variasi pada harga produk yang ditawarkan dan kurangnya fasilitas dan tambahan produk yang diberikan maupun yang dapat digunakan tanpa menambah biaya.

Disarankan kepada Direktur Hotel Comforta Dumai untuk lebih menambah variasi dari harga produk yang ditawarkan, memberi produk tambahan lain tanpa perlu menambah harga produk serta memberikan penawaran khusus untuk pelanggan pada bulan-bulan tertentu dengan maksud untuk meningkatkan penjualan pada produk yang ditawarkan. Selain itu, disarankan kepada pihak hotel lebih memahami kebutuhan pelanggan atas produk yang ditawarkan, dan meningkatkan fasilitas yang dapat digunakan pelanggan tanpa menambah biaya pada produk yang ditawarkan dengan maksud untuk membuat pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan produk yang ditawarkan.

Referensi:

- Afrizal, Dedy. 2020. "E- Government Service Review In Dumai City Indonesia." *Jurnal Niara* 13(1):260-67.
- Afrizal, Dedy, Nahar Effendi, and Pertiwi Handayani. 2019. "Upaya Pemberian Pelayanan Publik Di Upt Puskesmas Balai Makam Kabupaten Bengkalis." *Jurnal Niara* 12(1):69-78.
- Afrizal, Dedy, and Chalid Sahuri. 2012. "Analisis Manajemen Pelayanan Publik." *Jurnal Administrasi Pembangunan* 1(1):47-50.
- Chaniago, Harmon, and Khare. 2020. "Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store." *International Journal Administration, Business and Organization* 1(2):59-69.
- Erpurin, Walai. 2019. "Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel ÉL Royale Bandung." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 7(2):181.
- Kasinem, Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana*

- Ekonomika 17(4):329. doi: 10.31851/jmwe.v17i4.5096.
- Khabibah, Nur. 2019. "Perpustakaan IAIN Pekalongan Perpustakaan IAIN Pekalongan." *Jurnal Ekonomi Islam (Marketing Mix)*.
- Mamesah, Priska R. E. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Lucky Inn Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis* 1(1):46-52.
- Santoso, Joko Bagio. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 16(01):127-46. doi: 10.36406/jam.v16i01.271.
- Saputra, Suparno, and Sudarsa Resty Yulistianis. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment." *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 9(2):21-31.
- Sugiyanto, Eviatiwi Kusumaningtyas, and Fera Kurniasari. 2020. "DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang)." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 3(2):112-25. doi: 10.24176/bmaj.v3i2.5372.
- Susnita, Tia Aprilia. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka." *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 3(1):73-84. doi: 10.33395/juripol.v3i1.10485.
- Wahyuningsih, Sri. 2018. "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja." *Jurnal Warta* 57(Juli):91-96.
- Yuhardi. 2020. "Analysis of Factors Affecting Consumers in Decision Making Purchases of Indomie Brand Instant Noodle Products." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 1(2):118-26.