

Kualitas Pelayanan *Room Boy* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali

Anis Darsiah ✉, Rahmat Ingkadijaya², Ismeth Emier Osman³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan *room boy* terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan google form. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu responden didapatkan dari kebetulan bertemu dengan peneliti di Hotel Six Senses. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke Hotel Six Senses. Sedangkan populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. pihak hotel lebih meningkatkan kualitas pada aspek-aspek *responsiveness* (daya tanggap) kepada konsumen yaitu karyawan hotel hendaknya meningkatkan inisiatif dalam membantu konsumen, profesional dalam menjalankan tugasnya serta menciptakan suasana yang damai dan tenang agar tamu merasa nyaman.

Keywords : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study aims to determine the quality of room boy service on customer satisfaction at the Six Senses Hotel Uluwatu Bali. This type of research uses descriptive quantitative with multiple regression analysis method. Data collection techniques by distributing questionnaires with google form. The sampling technique used was accidental sampling, where respondents were obtained by chance meeting with researchers at the Six Senses Hotel. The population in this study were all visitors who came to the Six Senses Hotel. While the population in this study amounted to 100 respondents. The results showed that tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. this hotel further improves the quality in terms of responsiveness to consumers, namely hotel employees must increase the initiative in helping consumers, professionals in running their duties and create a peaceful and serene atmosphere so that guests feel comfortable.

Keywords : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

Copyright (c) 2023 Anis Darsiah

✉ Corresponding author :

Email Address : anis.darsiah@stptrisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Industri pariwisata memiliki kesempatan yang besar dan dapat diandalkan sebagai sumber penggerak kekuatan nasional perekonomian, pariwisata di Indonesia saat ini sudah mulai dikenal oleh banyak wisatawan lewat media sosial dan iklan (Suwena & Widyatmaja, 2017). Banyaknya orang maupun wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi destinasi

wisata sambil menikmati pemandangan serta pelayanan yang ditawarkan dari tempat- tempat wisata itu sendiri, sehingga itu tempat penginapan para wisatawan harus didukung oleh akomodasi yang memadai agar wisatawan pun ingin datang kembali, akomodasi yang banyak ditemui di tempat wisata saat ini adalah hotel (Krestanto, 2019). Hotel merupakan suatu usaha komersil, keberhasilan sebuah usaha hotel tergantung pada pengelolaan, karena tanpa sistem manajemen yang baik operasional hotel tidak akan berjalan dengan lancar (Ayuningsih et al, 2011).

Hotel adalah salah satu bentuk akomodasi yang di kelola secara komersial, di sediakan bagi setiap orang untuk memperoleh layanan, penginapan, makan, dan minum (Astari & Jin, 2018). Hotel dapat juga di katakan suatu usaha komersial, terbuka untuk umum, memiliki suatu sistem pelayanan, memiliki minimum tiga fasilitas yaitu akomodasi, makanan dan minuman (Wulandari, 2018). Hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan, dan minuman serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan kelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan (Utama, 2019).

Hotel Six Senses Uluwatu Bali mempunyai departemen yang karyawannya harus saling bekerja sama, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam memberikan pelayanan. Salah satunya adalah departemen tata graha (*housekeeping* departmant). *Housekeeping* adalah bagian yang mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan memperbaiki kerusakan dan memberikan dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik, dan menyenangkan penghuninya.

Berhubungan dengan pentingnya *housekeeping* tersebut maka departemen ini ikut menentukan dalam memberikan rasa kepuasan kepada tamu. Hal ini dapat di lihat apabila tamu tidak puas dengan keinginannya, seperti kebersihan, kerapian, dan kelengkapan kamar maka akan terjadi keluhan dari tamu atau konsumen. Untuk itu *housekeeping* departemen harus selalu meningkatkan kinerja dan pelayanan dengan menciptakan rasa nyaman dan kepuasan kepada tamu- tamu hotel. Kepuasan pelanggan sangat penting agar hotel tersebut semakin maju.

Room boy ialah petugas *floor section* yang menjaga kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan, dan kelengkapan kamar-kamar tamu (Kurnawan & Yulianto, 2017). Oleh karena itu *room boy* memiliki peran penting dalam menjalankan operasional hotel, karena pada umumnya penghasilan terbesar pada hotel di dapat dari hasil penjualan kamar dan beberapa di antaranya di dapat dari makanan dan minuman (Suwardi & Hadi, 2012). Hotel Six Senses Uluwatu Bali adalah salah satu hotel yang harus melakukan pelayanan dengan baik, keramahan dalam memberikan pelayanan, cepat menanggapi permintaan tamu. Pentingnya penelitian yang penulis angkat adalah untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan *room boy* di Six Senses Uluwatu Bali. Karena kualitas pelayanan penting untuk di perhatikan supaya pelanggan ataupun konsumen merasa nyaman untuk tinggal atau menginap di hotel tersebut. Oleh karena itu penulis memiliki pemikiran untuk melakukan penelitian untuk melihat bagaimana pelayanan *room boy* di Hotel Six Senses Uluwatu Bali terhadap tamu. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Kualitas Pelayanan *Room Boy* terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali".

METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptip kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan google form. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu responden didapatkan dari kebetulan bertemu dengan peneliti di Hotel Six Senses. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke Hotel Six Senses. Sedangkan populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data diolah dengan program SPSS dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

| | | Frequency | Percent |
|---------------|-----------------|-----------|---------|
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | 73 | 73% |
| | Perempuan | 27 | 27% |
| Usia | 18 - 25 tahun | 15 | 15% |
| | 26 - 35 tahun | 23 | 23% |
| | 36 - 55 tahun | 43 | 43% |
| | > 55 years old | 19 | 19% |
| Pekerjaan | Pengusaha | 32 | 32% |
| | Karyawan Swasta | 31 | 31% |
| | Karyawan BUMN | 23 | 23% |
| | PNS | 14 | 14% |

Sumber: Data diolah (2022)

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, responden berjenis kelamin laki-laki paling banyak berkunjung ke Hotel Six Senses sebanyak 73 orang dengan persentase 73% dan perempuan sebanyak 27 orang dengan persentase 27%. Karakteristik responden berdasarkan usia yang paling banyak berkunjung ke Hotel Six Senses adalah yang berusia 36-55 tahun sebanyak 43 orang dengan persentase 43%. Kemudian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak berkunjung ke Hotel Six Senses adalah yang berusia karyawan swasta sebanyak 31 orang dengan persentase 31%.

Tabel 2. Tes Validitas

| Variable | Item Pertanyaan | r-count | r-table |
|-----------------------|-----------------|---------|---------|
| <i>Tangible</i> | X1.1 | 0,663 | 0,1951 |
| | X1.2 | 0,536 | 0,1951 |
| | X1.3 | 0,671 | 0,1951 |
| | X1.4 | 0,628 | 0,1951 |
| | X1.5 | 0,567 | 0,1951 |
| <i>Reliability</i> | X2.1 | 0,563 | 0,1951 |
| | X2.2 | 0,711 | 0,1951 |
| | X2.3 | 0,715 | 0,1951 |
| | X2.4 | 0,687 | 0,1951 |
| | X2.5 | 0,522 | 0,1951 |
| <i>Responsiveness</i> | X3.1 | 0,774 | 0,1951 |
| | X3.2 | 0,613 | 0,1951 |
| | X3.3 | 0,808 | 0,1951 |
| | X3.4 | 0,573 | 0,1951 |
| | X3.5 | 0,654 | 0,1951 |
| <i>Assurance</i> | X4.1 | 0,657 | 0,1951 |
| | X4.2 | 0,713 | 0,1951 |
| | X4.3 | 0,522 | 0,1951 |
| | X4.4 | 0,626 | 0,1951 |
| <i>Empathy</i> | X5.1 | 0,779 | 0,1951 |
| | X5.2 | 0,718 | 0,1951 |
| | X5.3 | 0,625 | 0,1951 |
| | X5.4 | 0,530 | 0,1951 |
| | X5.5 | 0,881 | 0,1951 |

| Variable | Item Pertanyaan | r-count | r-table |
|--------------------|-----------------|---------|---------|
| Kepuasan Pelanggan | Y1 | 0,617 | 0,1951 |
| | Y2 | 0,642 | 0,1951 |
| | Y3 | 0,580 | 0,1951 |
| | Y4 | 0,769 | 0,1951 |
| | Y5 | 0,910 | 0,1951 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 2, semua variabel pada item pertanyaan menunjukkan semua r-hitung kuisisioner lebih besar dari r-tabel, sehingga semua pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Alpha |
|-----------------------|------------------|-------------|
| <i>Tangible</i> | 0,684 | 0,60 |
| <i>Reliability</i> | 0,755 | 0,60 |
| <i>Responsiveness</i> | 0,770 | 0,60 |
| <i>Assurance</i> | 0,649 | 0,60 |
| <i>Empathy</i> | 0,819 | 0,60 |
| Kepuasan Pelanggan | 0,823 | 0,60 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa keseluruhan variabel penelitian memiliki *cronbach's alpha* berada di atas 0,60, sehingga semua variabel dalam penelitian ini dikatakan sangat reliabel.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change |
|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|
| .732 ^a | .601 | .587 | .2858 | .621 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness dan empathy*) sebesar 58,7%, sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh factor-faktor lain diluar penelitian ini,

Tabel 5. Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Unstandardized Coefficients | | |
|-----------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig |
| (Constant) | .262 | .453 | | 0.577 | .748 |
| <i>Tangible</i> | .481 | .212 | .389 | 2.257 | .022 |
| <i>Reliability</i> | .254 | .123 | .178 | 2.042 | .036 |
| <i>Responsiveness</i> | .351 | .106 | .237 | 3.302 | .003 |
| <i>Assurance</i> | .332 | .129 | .210 | 2.566 | .019 |
| <i>Empathy</i> | .326 | .161 | .468 | 2.024 | .047 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan uji t pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwa: (1) *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikannya sebesar 0,022 lebih kecil

dari 0,05; (2) *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikannya sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05; (3) *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikannya sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05; (4) *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikannya sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05; (5) *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikannya sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tangible room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali karena pegawai *room boy* selalu membersihkan area hotel seperti bangunan hotel, tempat parkir, area lobby dan toilet. Kemudian pegawai *room boy* selalu menggunakan peralatan dan teknologi yang modern dari lift, escalator dan AC dan pegawai *room boy* selalu memiliki penampilan yang bersih dan rapi. Penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Berutu (2015) bahwa *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali karena pegawai *room boy* selalu memberikan pelayanan tepat dan cepat serta selalu ramah dan tamah memberikan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Berutu (2015) dan Kahfi et al (2022) bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali karena pegawai *room boy* selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang tamu hadapi, memberikan pelayanan terhadap keluhan tamu juga memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Paisal (2013) dan Kahfi et al (2022) bahwa *responsiveness room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali karena pegawai *room boy* selalu memiliki pengetahuan yang luas mengenai lingkungan hotel, memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan kepada tamu, selanjutnya bersikap sopan, ramah, sabar dan jujur kepada pelanggan. Penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Paisal (2013) dan Kahfi et al (2022) bahwa *assurance room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *empathy Room Boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali karena pegawai *room boy* selalu memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan tamu, memahami kebutuhan dan harapan tamu dan memberikan perhatian khusus kepada tamu. Penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Paisal (2013) dan Kahfi et al (2022) bahwa *assurance room boy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan uji t diperoleh hasil bahwa semua variabel kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap pelanggan adalah variabel *responsiveness*. Hal ini yang menjadi pusat perhatian yang cukup besar pada item perhatian pegawai terhadap kebutuhan/keinginan tamu, kemampuan berkomunikasi karyawan dalam melayani tamu, pengenalan nama tamu oleh karyawan serta informasi yang jelas yang diberikan karyawan kepada tamu.

Sebaiknya pihak hotel lebih meningkatkan kualitas pada aspek-aspek *responsiveness* (daya tanggap) kepada konsumen yaitu karyawan hotel hendaknya

meningkatkan inisiatif dalam membantu konsumen, profesional dalam menjalankan tugasnya serta menciptakan suasana yang damai dan tenang agar tamu merasa nyaman.

Referensi :

- Astari, R., & Jin, O. F. (2018). Pengaruh Perubahan Rencana Konstruksi Terhadap Sistem Operasional Hotel. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran, dan Ilmu Kesehatan*, 2(1): 59-66.
- Ayuningsih, D. M., Prihambodo, A., Susilowati, A. Y., & Noor, R. S. (2011). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Hotel Studi komparasi di Hotel Duta Garden, Hotel Wisanti, Hotel Musafira dan Hotel Perwita Sari Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 1(1): 14-25.
- Berutu, F. (2015). Hubungan Kualitas Pelayanan Room Boy Dengan Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Axana Padang. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Perhotelan. Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang
- Kahfi, G. A., & Nugraha, R. N. (2022). The Effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on Tourist Satisfaction in Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol After The Implementation of The Covid-19 Vaccination. (*TRJ: Tourism Research Journal*, 6(1): 127-139.
- Krestanto, H. (2019). *Strategi dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta*. *Jurnal Media Wisata*, 17(1): 1-8.
- Kurniawan, R., & Yuliato. (2017). Usaha Room boy Dalam Menjaga Standar Kebersihan Kamar Hunian di Abadi Hotel Jogja. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1): 40-46.
- Paisal. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 11(4): 301-318.
- Suwardi, K., & Hadi, W. (2012). Peranan Room Boy Dalam Menjaga Kebersihan Hotel Guna Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel. *Khasanah Ilmu*, III(1): 7-16.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Utama, I. P. W. J. (2019). Fasilitas Utama Hotel Resort Berdasarkan Civitas Pengelola Hotel Resort di Tabanan. *Prosiding Seminar Nasional Arsitektur, Budaya dan Lingkungan Binaan, Agustus 2019*: 123-134
- Wulandari, D. (2018). Peran Public Relations di Hotel Grand Clarion & Convention Makassar Dalam Menunjang Tingkat Hunian Hotel. *Jurnal Sosial dan Politik-Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Politik (STISIP)*, 8(1): 1-13.