



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan yang Berdampak Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Savali Padang dengan Pendekatan *Importance-Performance Analysis*

Joni Edwar Dasrita^{1*}, Yuliana², Ernawati³, Rahmiati⁴

¹Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, joni_edwar@yahoo.co.id

²Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, yuliana@fpp.unp.ac.id

³Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, ernaftunp@yahoo.co.id

⁴Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, rahmiati@fpp.unp.ac.id

*Corresponding Author: joni_edwar@yahoo.co.id

Abstract: *This study aims to analyze strategies for improving service quality at Hotel Savali Padang using the Importance-Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) approaches. Service quality was evaluated based on the SERVQUAL model, which includes six dimensions: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and technology. The results indicate that room cleanliness, service speed, and digital innovation are key areas to enhance customer satisfaction. The CSI score of 73% indicates a good level of satisfaction, though there is room for improvement. Proposed strategies include employee training, facility upgrades, and digital service development to enhance overall guest experiences.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, Hotel Savali*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas layanan di Hotel Savali Padang dengan menggunakan pendekatan Importance-Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Kualitas layanan dievaluasi berdasarkan model SERVQUAL yang mencakup enam dimensi: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan technology. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan kamar, kecepatan layanan, dan inovasi digital menjadi perhatian utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Nilai CSI sebesar 73% mengindikasikan tingkat kepuasan yang baik, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan. Strategi yang diusulkan meliputi pelatihan karyawan, peningkatan fasilitas, dan pengembangan layanan digital untuk meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, Hotel Savali*

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan menyediakan lapangan kerja pembangunan infrastruktur dan sumber devisa. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang melebihi ekspektasi pada tahun 2023 menunjukkan bahwa daya tarik Indonesia sebagai destinasi wisata yang semakin mendunia. Selain itu, berbagai destinasi wisata di Indonesiamterus memperluas infrastruktur pariwisata, menawarkan pengalaman unik yang menggabungkan keindahan alam, warisan budaya, dan keramahan masyarakat lokal

Dukungan pemerintah dalam pengembangan aksesibilitas dan promosi pariwisata juga berkontribusi besar terhadap pertumbuhan positif sektor ini. Dengan potensi alam yang melimpah dan keberagaman budaya yang kaya, Indonesia terus berupaya untuk menjadi salah satu destinasi wisata utama di Asia Tenggara dan dunia

Pandemi Covid 19 yang terjadi beberapa tahun lalu sempat memukul mundur industri pariwisata sampai pada titik terendah. Dengan berakhirnya pandemi, pariwisata kembali bangkit dengan mengadaptasi kebiasaan baru. UNWTO mencatat bahwa sektor pariwisata mulai membaik dari dampak pandemi sampai 88% pada akhir tahun 2023 dengan perkiraan 1.3 Milliar kedatangan internasional. Dengan terus bertambahnya permintaan perjalanan, dan pemulihan yang lebih kuat terutama di pasar dan destinasi Asia, diharapkan sektor pariwisata akan kembali pada kondisi sebelum pandemi pada akhir tahun 2024 (UNWTO, 2024).

Jasa akomodasi dan perhotelan merupakan sektor kunci dan penggerak utama pengembangan pariwisata di satu negara (Mola & Jusoh, 2011). Hotel merupakan bagian dari amenities yang merupakan komponen penting pembentuk pariwisata. Industri perhotelan adalah mata rantai didalam jaringan “*Hospitality Industry*” bersama dengan penyedia jasa terkait seperti agen perjalanan, restoran, dan transportasi. Oleh karena pentingnya posisi hotel dalam pertumbuhan pariwisata, maka manajemen perlu meningkatkan kualitas layanan hotel secara professional berbasis kebutuhan wisatawan agar terpenuhi kepuasan pelanggan.

Kajian menyangkut kualitas layanan hotel dari perspektif pelanggan penting untuk dilakukan karena dapat menjadi dasar bagi manajemen untuk menyusun strategi yang diperlukan dalam upaya meningkatkan loyalitas dan minat pelanggan sehingga target okupansi kamar terpenuhi. Manajemen hotel perlu untuk memahami ekspektasi pelanggan dan meningkatkan performa terkait atribut apa saja yang dianggap penting dalam menentukan keputusan untuk memilih hotel.

Kualitas layanan kamar dan interaksi dengan karyawan merupakan faktor utama kepuasan pelanggan dan word of mouth positif sehingga meningkatkan loyalitas dan keinginan untuk berkunjung kembali (Pangestu,2023). Kualitas layanan hotel yang mencakup tangible, emphaty, reability, responsiveness, dan assurance (Parasuraman,1985) mempengaruhi kepuasan tamu. Persepsi tamu terhadap layanan, serta kemampuan hotel untuk mengurangi kesenjangan antara harapan tamu dan layanan yang diberikan berperan penting dalam meningkatkan kualitas hubungan dengan tamu dan reputasi hotel. Manajemen hotel perlu untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh untuk memastikan kepuasan dan loyalitas tamu.

Menganalisis kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan mengukur apayang diharapkan sebelum melakukan pembelian (*pre-purchase*) kemudian dibandingkan dengan kinerja pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan setelah melakukan pembelian (*post-Purchase*). Manajemen hotel perlu untuk memahami ekspektasi pelanggan dan meningkatkan performa terkait atribut apa saja yang dianggap penting dalam menentukan keputusan untuk memilih hotel.

SERVQUAL model (Parasuraman, et al, 1988) merupakan satu alat ukur untuk menentukan kualitas layanan yang diterapkan oleh banyak penelitian terdahulu. Kualitas

layanan model SERVQUAL terdiri dari lima dimensi dinamakan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* (Parasuraman et al., 1988). Model SERVQUAL sebagai indikator penilaian kualitas layanan telah dilakukan tidak hanya pada topik jasa akomodasi perhotelan tapi juga di banyak sektor seperti sektor kesehatan, pelayanan publik, pemerintahan, transportasi, dan sektor jasa lainnya (Perule et al., 2020.)

Hotel Savali merupakan salah satu hotel Bintang 3 di Kota Padang yang terletak di lokasi strategis dan memiliki fasilitas yang baik. Jika dilihat dari laporan persentase tingkat hunian kamar di Hotel Savali dapat disimpulkan bahwa okupansi kamar di Hotel Savali terus menurun dalam tiga tahun terakhir. Kondisi ini mencerminkan bentuk ketidakpuasan pelanggan untuk datang kembali. Seperti yang terlihat pada grafik dibawah ini:

Selain itu terdapat keluhan tamu terhadap pelayanan di Hotel Savali pada guest comment dan ulasan situs online (*online review*). Beberapa dari review tamu mengungkapkan bahwa ruangan yang bau, pelayanan yang lama, kualitas layanan yang mengecewakan, dan lainnya.



Gambar 1. Hasil Ulasan Tamu Hotel

Berdasarkan permasalahan di atas, Hotel Savali perlu strategi untuk meningkatkan kualitas layanan berbasis kepuasan tamu agar Hotel Savali mampu untuk memberikan kepuasan pelanggan secara optimal yang selama ini belum dilaksanakan. Strategi diperoleh dengan menganalisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, seta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman atau analisis SWOT. Jika kualitas layanan tidak ditingkatkan, dikhawatirkan Hotel Savali akan kehilangan pelanggan setia, tidak memiliki daya saing, dan juga dapat menimbulkan kesan negatif pada citra hotel

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan metode Mix Method. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut,

untuk menemukan kejadian-kejadian relative distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono,2019).

Lokasi penelitian ini adalah Hotel Savali Padang yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk kecamatan Padang Barat Kota Padang. Penelitian ini dirancang dan dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan Juli 2024- Desember 2024. Sementara itu pengambilan data dilakukan pada November 2024- Desember 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah tamu yang menginap di Hotel Savali Padang yang diambil dari jumlah tamu pada 1 tahun terakhir. Sebanyak 4.303 tamu dan dibagi dalam 12 bulan Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* Jadi jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 189 orang, yang akan dibagikan *questionnaire* di Hotel Savali Padang.

Data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2019) “Menyatakan data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti. Data yang didapat atau dikumpulkan dari responden dengan cara menyebarkan angket atau *questionnaire* oleh konsumen”. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil *questionnaire* berupa penilaian pelanggan tentang ekspektasi dan persepsi kualitas layanan di Hotel Savali Padang. Selain itu untuk pendekatan kualitatif data yang dikumpulkan adalah berupa wawancara, observasi dan dokumentasi berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tentang peningkatan kualitas layanan di Hotel Savali Padang. Teknik pengumpulan data kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini melalui komunikasi langsung yaitu dengan cara penyebaran angket atau kuesioner yang terstruktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Hotel Savali

Hotel Savali adalah hotel bintang tiga yang terletak di Kota Padang dengan lokasi strategis di Jalan Hayam Wuruk, Kecamatan Padang Barat. Hotel ini menawarkan fasilitas seperti kamar yang nyaman, restoran, ruang pertemuan, dan layanan lainnya. Meskipun memiliki potensi besar, tingkat hunian kamar Hotel Savali menunjukkan tren menurun selama tiga tahun terakhir. Selain itu, terdapat ulasan negatif dari tamu mengenai kualitas layanan, seperti keluhan terkait kebersihan kamar, waktu respons karyawan, dan kurangnya fasilitas modern.

B. Hasil Penelitian

1. Kualitas Layanan Berdasarkan Model SERVQUAL

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis kualitatif menggunakan model SERVQUAL, kualitas layanan Hotel Savali dinilai berdasarkan enam dimensi utama:

Tangible (Bukti Fisik): Fasilitas hotel dinilai memadai namun membutuhkan peningkatan dalam kebersihan kamar dan kelengkapan fasilitas modern.

Reliability (Kehandalan): Karyawan dianggap ramah, tetapi terdapat beberapa keluhan terkait ketepatan waktu layanan.

Responsiveness (Daya Tanggap): Waktu respons terhadap keluhan tamu dirasa kurang memadai, terutama dalam menangani masalah teknis.

Assurance (Jaminan): Tamu merasa aman selama menginap, tetapi kurangnya pelatihan karyawan dalam memberikan informasi memadai menjadi perhatian.

Empathy (Empati): Pelayanan bersifat personal dianggap cukup baik, tetapi masih diperlukan perhatian lebih terhadap kebutuhan individu tamu.

Technology (Teknologi): Hotel Savali memiliki website untuk reservasi, namun fitur digital lainnya seperti sistem umpan balik online masih kurang optimal.

2. Indeks Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Index/CSI)

Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index menunjukkan nilai CSI sebesar 73%, yang mengindikasikan bahwa tamu merasa "puas" dengan layanan Hotel Savali. Namun, nilai ini belum mencapai kategori "sangat puas" karena terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan, seperti kebersihan kamar, respons cepat terhadap keluhan, dan kelengkapan fasilitas digital.

3. Analisis Importance-Performance Analysis (IPA)

Hasil analisis Importance-Performance Analysis memetakan atribut layanan ke dalam empat kuadran:

Kuadran I (Concentrate Here): Kebersihan kamar dan kecepatan layanan termasuk dalam kategori ini. Hotel perlu memberikan perhatian lebih untuk meningkatkan performa pada atribut ini.

Kuadran II (Keep the Good Work): Keamanan lingkungan dan keramahan karyawan menunjukkan performa yang baik dan penting bagi tamu, sehingga perlu dipertahankan.

Kuadran III (Low Priority): Atribut seperti interior kamar yang estetik dan kelengkapan fasilitas tambahan dinilai kurang penting oleh tamu, sehingga prioritas pengembangan dapat diminimalkan.

Kuadran IV (Possible Overkill): Beberapa atribut terkait penampilan karyawan yang sudah optimal tetapi kurang penting bagi tamu.

4. Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

Berdasarkan analisis SWOT:

Kekuatan: Lokasi strategis, fasilitas memadai, dan keramahan karyawan.

Kelemahan: Kebersihan kamar, waktu respons lambat, dan kurangnya inovasi digital.

Peluang: Peningkatan jumlah wisatawan ke Padang, tren digitalisasi dalam layanan perhotelan.

Ancaman: Persaingan dengan hotel lain di kelas yang sama dan ulasan negatif di platform online.

Strategi yang diusulkan meliputi:

1. Meningkatkan pelatihan karyawan untuk respons cepat terhadap keluhan tamu.
2. Melakukan renovasi kamar untuk meningkatkan kebersihan dan kenyamanan.
3. Mengembangkan fitur digital, seperti aplikasi mobile untuk layanan tamu.
4. Mengoptimalkan sistem manajemen ulasan online untuk merespons keluhan secara proaktif.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, kualitas layanan di Hotel Savali menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan tamu dan kinerja yang dirasakan. Dengan penerapan strategi yang tepat, Hotel Savali dapat meningkatkan kepuasan tamu dan daya saing di industri perhotelan.

KESIMPULAN

Berdasarkan model SERVQUAL, kualitas layanan di Hotel Savali menunjukkan bahwa dimensi tangible, responsiveness, dan technology masih memerlukan perhatian khusus. Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) yang mencapai 73% mengindikasikan tingkat kepuasan yang baik, tetapi masih terdapat ruang untuk perbaikan. Hasil analisis IPA mengungkapkan bahwa beberapa atribut, seperti kebersihan kamar dan kecepatan layanan, perlu mendapatkan prioritas dalam peningkatan layanan. Oleh karena itu, strategi yang dapat

diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan mencakup pelatihan karyawan, renovasi fasilitas, pengembangan layanan digital, serta optimalisasi sistem manajemen keluhan tamu.

REFERENSI

- Ahmad, S. Z., Ahmad, N., & Papastathopoulos, A. (2019). Measuring service quality and customer satisfaction of the small- and medium-sized hotels (SMSHs) industry: Lessons from United Arab Emirates (UAE). *Tourism Review*, 74(3), 349–370. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2017-0160>
- Aiken, L. R. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131–142. <https://doi.org/10.1177/0013164485451012>
- Afandi, S., Suharto, A., & Rahayu, J. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode CSI dan IPA. *Jurnal Syntax Fusion*, 1, 204–215. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i07.29>
- Anwar, K. (2017). Analyzing the conceptual model of service quality and its relationship with guests' satisfaction: A study of hotels in Erbil. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25, 1–16. <https://doi.org/10.21776/UB.IJABS.2017.25.2.01>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank BJB. *Jurnal Ecodmica*, 2(1), April 2018.
- Chu, R., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travellers. *Tourism Management*, 21, 10.1016/S0261-5177(99)00070-9.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Facrureza, D., & Wong, G. M. (2024). Analisa customer experience Soto Kudus Kembang Joyo dengan metode customer satisfaction index (CSI) dan importance performance analysis (IPA) dalam meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(10), 2709–2728.
- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis kepuasan pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 1–11.
- Ferrentino, R., & Boniello, C. (2020). Customer satisfaction: A mathematical framework for its analysis and its measurement. *Computational Management Science*, 17. <https://doi.org/10.1007/s10287-018-0305-1>
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18. <https://doi.org/10.1177/002224299606000403>
- Fuertes, G., Alfaro, M., Vargas, M., Gutierrez, S., Ternero, R., & Sabattin, J. (2020). Conceptual framework for the strategic management: A literature review—descriptive. *Journal of Engineering*, 2020(1), 6253013.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Jain, N., Singh, A., & Kaushik, K. (2019). Evaluating service quality in automobile maintenance and repair industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2018-0277>
- Jamal Ali, B., Gardi, B., Jabbar Othman, B., Ali Ahmed, S., Burhan Ismael, N., Abdalla Hamza, P., Mahmood Aziz, H., Yassin Sabir, B., Sorguli, S., & Anwar, G. (n.d.). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in

- hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3), 2456–8678. <https://doi.org/10.22161/ijeem.5.3>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). *Exploring strategy: Text and cases* (11th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- UNWTO. (2024). *World Tourism Barometer May 2024*.
- Wu, H. C., & Ko, Y. J. (2013). Assessment of service quality in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 14(3), 218–244. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2013.80255>