

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan tentang masalah pada bab sebelumnya yaitu “Bagaimana strategi pelayanan jasa *The Hills* Bukittinggi”. Ini merupakan bagaimana pihak hotel memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen atau tamu sehingga merasakan kenyamanan dan kenikmatan berada di sebuah rumah peristirahatan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi yang langsung pada Hotel *The Hills* Bukittinggi.

4.1 Temuan Penelitian

Penelitian ini telah dimulai sejak bulan Mei 2014. Bagaimana para pihak hotel memberikan *service* yang terbaik untuk menarik perhatian tamu dan dapat menjadi langganan menginap di hotel ini atau memakai jasa atau fasilitas yang ada di dalam hotel ini. Pada proses ini ada beberapa tahapan yaitu observasi dengan melihat dan memperhatikan pelayanan yang ada di hotel *The Hills* Bukittinggi dan melakukan wawancara kepada orang-orang yang berperan di dalam hotel *The Hills* Bukittinggi. Mengenai pelayanan apa yang diberikan pihak hotel kepada tamu-tamu yang ada di hotel, sehingga para tamu merasa nyaman berada di hotel *The Hill* Bukittinggi. Kemudian fasilitas apa saja yang disajikan kepada tamu dengan menunjukkan keunggulan yang ada di Hotel *The Hills* dibandingkan dengan hotel lain yang berada di Bukittinggi dan bagaimana pelayanan karyawan terhadap konsumen sesuai dengan standar hotel. Kemudian

melakukan tahapan observasi, tahapan ini memerlukan ketelitian melihat sudut pandang terhadap pelayanan yang dilakukan pihak-pihak hotel terhadap konsumen.

Bagaimana pelayanan yang diberikan, keramahan, dan kesopanan yang ada di hotel dan apa saja yang ada di dalam hotel *The Hills* Bukittinggi. Selain itu juga memberikan dokumentasi atas pelayanan yang ada di dalam hotel dan struktur dalam yang ada di dalam hotel *The Hills* Bukittinggi. Sehingga memberikan keabsahan secara detail mengenai penelitian ini. Hotel menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya di mana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas sehingga pelayanan merupakan suatu faktor penarik perhatian akan selalu diingat oleh konsumen yang telah dilayani.

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji keabsahan data yaitu membandingkan dan mengecek kebenaran yang ada dalam wawancara penulis dengan keaslian yang ada sebenarnya. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan tamu.

Berikut merupakan data pengunjung dari Negara yang telah menginap di hotel *The Hills* Bukittinggi:

Tabel 4.1
Data Pengunjung Hotel

Type of Nationality 2013	Total Rooms
Australia	89
France	48
Germany	64
Indonesia	25.447
Italy	5
Jepang	4
Malaysia	838
Netherlands	322
United Of Amerika	66
America's Other	3
Singapura	38
Other Of Europe	81
Korea	15
United Kingdom	8
Arabian	9
Others	241
Great Britania	2
Thailand	13
New Zeland	2
Philipne	4
Canada	4
Total	27.303

Ini merupakan data hasil tamu yang telah menginap di hotel pada tahun 2013. Pengunjung dari wisatawan asing, banyak didominasi oleh negara Malaysia dan Netherland. Tidak luput juga warga negara Indonesia yang selalu memakai jasa hotel *The Hills* Bukittinggi.

4.1.1 Kualitas pelayanan jasa Hotel *The Hills* Bukittinggi

Kualitas merupakan sebuah tingkatan derajat yang disajikan. Pelayanan jasa diberikan untuk menarik sebuah perhatian dari tamu akan *service* yang didapatkan oleh hotel. Di dalam hotel sangatlah penting adanya pelayanan yang diberikan. Salah satu faktor yang menarik perhatian konsumen untuk menginap di

hotel tersebut adalah jasa. Jasa merupakan hal yang paling penting untuk menarik sebuah simpatik dari tamu.

Hasil wawancara dari salah satu menejer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi

(Pak Pendi):

“Pelayanan hotel yang kami berikan terhadap konsumen berbeda-beda di tiap divisi. Dimulai dari tamu datang ke hotel, *bellboy* langsung dengan sigap menyamperin tamu terus membawakan barang bawaan tamu dan mengantarkan ke *receptionist* dan *receptionist* menyambut hangat tamu dengan memberikan *welcome drink* atau cemilan sehingga menimbulkan kesan yang manis terhadap tamu. Untuk pelayanan kamar bagian Housekeeping, tamu mendapatkan *service* salah satunya kamar dibersihkan waktu mereka sudah menginap lebih dari satu hari. *Roomboy* akan menata kamar sedemikian rupa seperti awal tamu masuk kamar dan higienis kamar akan terjamin sehingga merasa aman, dll”

Dalam hasil wawancara terlihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh hotel *The Hills* ini sangat berkesan. Pihak hotel memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya sehingga mereka merasakan hal yang sangat istimewa. Sesuai dengan observasi yang saya lihat, ketika tamu datang, pihak hotel yang disebut *bellboy* langsung menyambut tamu dengan membantu membawa barang tamu yang akan menginap dan menanyakan “ada yang bisa saya bantu bu/pak”. Ini merupakan tawaran seorang karyawan hotel kepada tamu supaya tamu tersebut tidak bingung. Pelayanan merupakan aktivitas yang bersifat interaksi antar konsumen dengan karyawan yang disediakan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan yang maksudnya untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan, kemudian seorang *bellboy* mengantar tamu *receptionist* untuk melakukan reservasi. Hal yang sangat berkesan adalah penyediaan *welcome drink* yang selalu ada buat tamu yang datang. Ini merupakan suatu strategi yang ada di hotel *The Hills* ini.

Keramahan yang diberikan *receptionist* kepada pelanggan menunjukkan kerja seorang karyawan terhadap tanggung jawab kerjanya. Mereka memberikan kenyamanan kepada konsumen sebagai raja. “tamu adalah raja” itulah ungkapan yang tertanam dalam seorang karyawan hotel.

Hotel *The Hills* merupakan hotel kelas bintang 4 yang ada di kota wisata Bukittinggi. Pelayanan yang diberikan juga berbeda dengan hotel bintang kelas yang lain. Kualitas pelayanan juga memberikan sebuah memori yang kuat sehingga pelanggan menjadi ingat akan kesan hotel. Berikut ini hasil wawancara dari salah satu manajer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Pak Pendi):

“Kualitas pelayanan itu tidak bisa diukur secara kasat mata tapi paradigma tersebut diambil dari *guest comment* itu yang paling akurat dari tamu. Selama komen tamu yang ada di hotel ini semuanya bagus-bagus, paling ada 1 atau 2 yang tidak sesuai harapan kami. Dan mereka menginginkan *next visit* mereka hotel *The Hills* ini tetap direkomendasikan.”

Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Dengan meningkatkan pelayanan yang ada secara maksimal, *guest comment* yang akan diberikan semakin bagus dan saran yang akan kita terima semakin banyak untuk menjadi lebih baik. Kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan dan *physical evidence* memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas tamu. Untuk memberikan *mindset* yang ada pada konsumen, pihak hotel sangat berusaha untuk memikirkan caranya seperti yang saya lihat, berdasarkan wawancara dari salah satu manajer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Pak Pendi):

“Hotel pada umumnya yang paling ditonjolkan adalah *service*, tapi di hotel *The Hills* tidak semata-mata hanya *service* tapi tempat yang begitu strategis itu yang menjadi daya tarik sendiri dan itu mindset yang akan kita bangun, asal mereka ke Bukittinggi pasti ingat *The Hills*.”

“Dengan memberikan keramahan dan kesopanan supaya mereka juga merasa segan kepada kita. dan kita memberikan sebuah hal spesial kepada tamu yang sering menginap di hotel kita, salah satu kita memberikan diskon harga kamar kepada mereka atau menghiasi kamar konsumen tersebut sehingga memberikan kesan yang sangat berbeda dari konsumen yang lain.”

Dari hasil wawancara ini sangat berperan *service* yang dilakukan oleh pihak hotel *The Hills* Bukittinggi. pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian yang dilakukan oleh para manager dan staf yang ada di hotel atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hotel merupakan bangunan yang dirancang sebagai tempat yang menyediakan pelayanan penginapan, penyedia makanan dan juga minuman, serta tidak ketinggalan juga menyediakan fasilitas-fasilitas. Usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha ataupun para wisatawan pada waktu melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, dan membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan.

Bukittinggi merupakan kota wisata yang sangat terkenal di kalangan wisatawan. Dengan itu, pihak hotel memanfaatkan membangun *mindset* para pelanggan yang sering menginap di hotel. Ketika mereka mengunjungi kota Bukittinggi, mereka akan selalu mengingat hotel *The Hills* Bukittinggi. Apalagi hotel ini terletak di tengah-tengah pusat kota yang sangat dekat. Menurut penulis, mungkin dalam pelayanan hotel-hotel yang ada semuanya sama, tetapi dengan

melihat *service* yang diberikan oleh pihak hotel ini dapat memberikan hal yang istimewa terhadap kedatangan tamu.

Adanya keramahan dan kesopanan yang mereka sajikan, sangat berpeluang menghimbau baik penghuni dalam menginap kembali ke hotel ini. Salah satu contohnya memberikan pelayanan yang lebih dari harapan kita, misal mereka bersemangat dalam mengambil barang kemudian bercerita, bahkan mereka mau merekomendasikan barang/jasa di tempat lain secara spesifik. Terkadang sebagian orang tidak melayani dengan maksimal disebabkan oleh penghakiman terhadap pelanggan yang datang, entah karena pakaiannya, gerak-geriknya, pertanyaannya yang merewelkan, tetapi secara observasi yang langsung dilihat, para karyawan tetap santun dan ramah akan pertanyaan-pertanyaan yang mereka berikan. Masalah pakaian tamu mereka tidak mepedulikan sama sekali, anggapan mereka orang yang masuk kedalam hotel ini semuanya adalah pelanggan, dan pelanggan itu harus dilayani secara baik.

Tamu yang datang mengunjungi atau menginap di hotel *The Hills* ini tidak akan bingung, karena hotel ini memiliki divisi-divisi yang siap melayani dan bekerja secara profesional dalam menyajikan jasa. Tiap-tiap divisi sangat berperan penting dalam berpartisipasi untuk melayani tamu hotel. Menurut dari salah satu menejer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Pak Pendi) :

“Divisi yang sangat berperan dalam Hotel ini adalah *Front Office*, *Food and Beverage*, dan *Housekeeping*. Untuk bagian *Front Office* mereka terdiri dari *beelboy* dan *receptionist* yang berperan memberikan pelayanan pada waktu tamu dengan memberikan hidangan pembuka adalah senyum yang manis. Dalam *Food and Beverage*, karyawan secara *Bigteam* melayani para tamu dalam *Breakfast*. Kita menghadirkan kesan ramah dan kesigapan dalam melayani tamu kita karena prinsip kita disini “tamu adalah raja”. Untuk bagian *Housekeeping*, *team* terbagi untuk urusan

membersihkan kamar, membersihkan bagian *lobby* dan koridor termasuk Wc, dan bagian *laundry*. Mereka secara profesional menunjukkan kebersihan hotel ini adalah kualitas yang terbaik sehingga tamu merasakan seperti ada di rumah sendiri dalam hotel tersebut.”

Dalam sebuah perusahaan mempunyai sebuah *team* merupakan hal yang sangat wajib. Ketepatan dalam sebuah pelayanan jasa akan berhasil jika ada sebuah *team*. *Front Office Department* adalah departemen hotel yang tugasnya berhubungan langsung dengan tamu, menerima pemesanan kamar tamu, menerima pendaftaran tamu, maupun memberikan informasi yang diinginkan tamu. Departemen ini merupakan kesan pertama bagi tamu ketika tamu *check in*. penyambutan yang langsung diberikan oleh *bellboys* dengan keramah-tamahan memberikan senyuman manis kepada tamu dan langsung *bellboys* mengantarkan ke *receptionist*. Di bagian ini semuanya pelayanan tamu akan dilayani. Kebutuhan serta keinginan sebelum menginap, semuanya akan ditanyakan sehingga mereka sebelum memasuki kamar mereka sudah merasa puas dengan pelayanan dari *Front office*. *Front office* yang bertanggung jawab terhadap penyediaan dan pemesanan kamar tamu memiliki penampilan pakaian seragam kerja (*uniform*) yang lebih rapi dengan dasi dan jas yang dikenakan oleh *Staff Front office*. Pemilihan pakaian seragam tersebut sebenarnya bukan tanpa alasan. *Staff Front office* setiap hari akan bertemu dengan tamu, baik yang datang untuk *check in* atau menginap, memesan kamar atau keperluan lain, dan juga datang untuk meninggalkan hotel atau *check out*. Pakaian di *Front office* yang dipilih secara tepat agar memberikan *image* atau kesan dan pandangan yang baik di mata tamu-tamu tidak hanya terhadap Staf atau departemen itu sendiri, namun juga

terhadap hotel tersebut. (<http://privateselv.blogspot.com/2012/01/pandangan-mengenai-housekeeping.html>)

Food and Beverage department adalah departemen hotel yang menangani hal-hal yang berkaitan dengan mengolah menyediakan makanan dan minuman serta bertugas memberikan pelayanan kepada tamu pada saat makan di *restaurant*.

Food & Beverage Department dibagi beberapa bagian antara lain:

a. *Food & Beverage Production*

Food & Beverage Production adalah suatu bagian yang bertugas mengolah bahan makanan menjadi bahan matang untuk disediakan kepada para tamunya.

b. *Food & Beverage Service*

Food & Beverage Service adalah suatu bentuk pelayanan berupa pengantaran order tamu. *Food & Beverage Service* dibagi menjadi dua bagian lagi yaitu:

1) *Food Service*

2) *Beverage Service*

Divisi yang sangat berperan dalam dalam *Food and Beverage* untuk memberikan pelayanan adalah FBS. Ini berbentuk dalam pelayanan. Pelayanan diberikan ketika tamu makan di restoran khususnya pada waktu *breakfast*. Tamu yang menginap di hotel ini dihidangkan makan pagi secara gratis karena telah menginap di hotel tersebut. *Food and Beverage Service* yang melayani tamu secara langsung dan juga secara *service* atau pelayanan pada saat tamu makan atau minum, petugas ini juga disebut sebagai “*waiter*” and “*waiterss*”. Hidangan

yang dihidangkan beraneka ragam untuk memuaskan perut dan selera para tamu yang menginap di hotel ini.

Kemudian *Housekeeping* adalah departemen hotel yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun *public area* serta membersihkan berbagai fasilitas hotel. Untuk *Housekeeping staff* pun harus dipilih yang sesuai dengan suasana kerja dan beban kerja yang dilakukannya. Mengenakan pakaian seragam yang sepraktis mungkin serta senyaman mungkin merupakan hal yang diperhatikan untuk *Housekeeping staff* mengingat tugas *Housekeeping staff* yang 85% berada di lapangan, seperti tugas pembersihan dan perawatan area dibanding kerja administrasi. Penanganan, pelayanan, dan pemeliharaan yang terencana dengan baik dalam menuju standar kebersihan, kerapian dan kenyamanan yang menjadi tugas dan tanggung jawab *Housekeeping* di seluruh area hotel akan meyakinkan tamu akan kepuasan yang didapatkan. Ini merupakan peran besar dalam ruang lingkup pentingnya *Housekeeping Department* dalam setiap detak kehidupan hotel. Nyaman, bersih, rapi, indah dan terawatnya hotel merupakan jaminan bagi tamu untuk terus dapat menikmati hotel selama menginap dan jaminan akan kembalinya tamu ke hotel pada masa mendatang.

Dengan adanya *team* yang komplit seperti ini pihak tamu yang berkunjung atau akan menginap mereka akan merasa terkesan dengan *team work* yang ada di dalam hotel *The Hills*. Hotel dengan karyawan memakai pakaian rapi dan bersih, akan menjadi daya tarik bagi pelanggan dan mempermudah tamu untuk bersosialisasi dengan karyawan yang ada di hotel tersebut.

Adapun promosi yang adapat menarik perhatian dalam memberikan pelayanan serta jasa yang ada di hotel *The Hills* Bukittinggi. Hasil wawancara dari salah satu menejer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Pak Pendi) :

“Hotel *The Hills* tiap bulan ada promo yang dilakukan *Food and Beverage*, setiap bulan *Food and Beverage* akan mengganti menu-menu yang akan ditawarkan misalkan bulan ini lebih ke nasi daerah, bulan depan berbasis soto, dan bulan depan berbasis Selera Nusantara, dll. Itu telah dilakukan preodikdi secara terus-menerus. Kalau mengenai kamar terutama harga, sekarang ini *trend* orang membooking kamar melalui *online booking*, jadi kita akan mengontrol jual kamar berdasarkan situasi misalkan sekarang ini lebaran, kita *setting* harga pasar yang sedemikian rupa dan harga itu menjadi daya tarik tersendiri, di hari yang lain harga itu pun bias berubah-ubah tergantung pasar yang ada di Bukittinggi.”

Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri) :

“Kita lebih memberikan promosi pada saat low season dan itu kita mengeluarkan *special rate*. Tetapi kalau biasanya kita telah menjalin hubungan dalam berbentuk kontrak *rate* yang sudah dikirimkan dari awal tahun. Dan untuk menjaga relasi kita itu, kita selalu mengunjungi para pelanggan tersebut tiap bulan dan menganalisa dan mencari tau apa saja kekurangan dari hotel dan apa saja yang harus kita benahi untuk meningkatkan mutu pelayanan hotel.”

Promosi merupakan mengkomunikasikan informasi atau persuasi kepada pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku agar terjadi pertukaran dalam pemasaran. Promosi bisa menjadi senjata daya tarik kepada pelanggan yang akan memakai pelayanan jasa dari sebuah hotel. Setiap perusahaan yang melakukan sesuatu kegiatan tentu mempunyai tujuan. Demikian juga perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan untuk menjual barang dan jasa yang diproduksi, kemudian pada akhirnya perusahaan akan mendapatkan laba.

Salah satu yang menjadi daya tarik promosi hotel ini sesuai dengan observasi saya dan wawancara yang dilakukan adalah makanan. Menu makanan yang ditawarkan tiap bulan berbeda-beda sesuai dengan tema yang diberikan oleh pihak hotel. Salah satunya adalah “Selera Nusantara”, sangat menarik hidangan yang dihidangkan. Adanya hidangan dari berbagai pelosok daerah yang bisa dinikmati para pelanggan/tamu. Hiasan dari makanan yang disajikan dibentuk sedemikian rupa sehingga menimbulkan kekhasan daerah masing dan menimbulkan selera makanan yang bagus.

Selain itu pihak bermain dengan harga kamar yang akan ditawarkan kepada konsumen. Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah penjualan kamar, banyak hotel yang menjadikan harga sebagai salah satu strategi bisnisnya. Begitu pula dengan hotel *The Hills* Bukittinggi sebagai salah satu hotel berbintang 4 yang berlokasi di daerah wisata Bukittinggi yang letaknya berdekatan dengan Jam Gadang, berusaha menetapkan harga yang bersaing dan dapat dijangkau oleh para pelanggan tamu. Masalah kebijaksanaan penetapan harga merupakan hal yang kompleks dan rumit. Untuk itu dibutuhkan pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat.

Menurut Assauri (2009:224) pada dasarnya ada 4 (empat) tujuan utama penetapan harga atau tarif di hotel, yaitu:

- 1) **Maksimalisasi Keuntungan**
Ini adalah salah satu tujuan yang paling umum di hotel, karena hal ini dapat dipakai sebagai alat ukur efisiensi, mendukung arus kas masuk dan dipakai untuk menutupi turunya pendapatan pada masa sepi.

- 2) Maksimalisasi Pengembalian Investasi
Bagi hotel tujuan ini sangat penting, karena umumnya investasi di bidang hotel memerlukan biaya tetap yang sangat tinggi.
- 3) *Survival*
Tujuan ini dapat diaplikasikan terutama dikaitkan dengan turun naiknya permintaan sebagai akibat adanya gejala musiman, persaingan yang tajam, resesi dan lain sebagainya. Contoh paket libur murah untuk musim rendah atau sepi.
- 4) Volume Penjualan
 - a. Maksimalisasi tingkat hunian kamar
 - b. Penetapan tingkat hunian kamar

Harga yang dikeluarkan hotel pada *low season* dan pada hari spesial seperti lebaran sangatlah berbeda karena disesuaikan dengan *occupancy* dari hotel. Pada *low season* pada perusahaan yang telah menjalin kerja sama dengan pihak hotel *The Hills* Bukittinggi. Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri):

“Jadi relasi kita itu terbagi atas *corporate* itu terdiri dari perusahaan-perusahaan seperti PT UNILEVER, Sarihusada, Sande Ferma, PT Takega, Farmasi, Perbankan. Kemudian juga ada *government* atau pemerintahan seperti kementerian, Pemda, DPRD, berbagai macam Travel agen dan EO.”

Ini merupakan perusahaan yang telah bekerja sama dengan pihak hotel dan sudah menjadi langganan untuk urusan memakai jasa penginapan dan jasa ruangan untuk melakukan *meeting* kantor atau *event* perusahaan mereka. Penjalinan kerja perusahaan ini telah terjalin kontrak di awal tahun. *Hotel marketing* menyediakan kontrak dengan spesial dengan memakai pelayanan jasa dari hotel *The Hills* Bukittinggi. Dalam hubungan kerja, pihak hotel menyempatkan untuk mengunjungi perusahaan mereka dalam tiap bulan tujuannya menjalin silaturahmi dan membenahi kekurangan yang ada pada fasilitas dan pelayanan jasa yang ada. Tujuannya supaya dapat membenahi sistem kerja yang ada dan fasilitas supaya mencapai tingkat kepuasan. Tingkat kepuasan

merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai partner. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang *sensitive* terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang Hotel tersebut.

Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri):

“Kita memberikan pelayanan sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang diminta itu yang kita berikan. Kalau *marketing* kita lebih kesegalanya, dari segi *meeting, insentif, conference dan exhibition*, jadi apa yang mereka mau itu yang kita berikan sesuai dengan standar hotel yang kita punya.”

Kebutuhan konsumen merupakan tuntutan yang harus pihak hotel penuhi karena tujuan dari setiap usaha perhotelan adalah mencari keuntungan dengan menyewakan fasilitas dan atau menjual pelayanan kepada para tamunya. Andalan dari hotel ini dapat bertumpu pada *Marketing Hotel* yang ada. Mereka yang berusaha memberikan pelayanan untuk pihak luar dalam menarik simpati untuk memakai pelayanan jasa yang ada. Mereka lebih lincah dalam menawarkan pemakaian hotel kepada klien-klien yang diluar. Penerimaan tamu dalam jumlah banyak juga menjadi tanggung jawab pihak *marketing* dalam menanganinya karena undangan ajakan yang diterima pihak luar berasal dari *marketing*. Untuk urusan dalam, baru para divisi dalam sangat berperan. Menurut wawancara dengan Pak Pendi:

“Sebenarnya pertama-tama kebutuhan orang menginap itu sebenarnya kebutuhan dasarnya saja adalah kebersihan, *channel tv* yang semuanya ada, *wifi*, dan kenyamanan kamar. Jadi apabila kebutuhan dasarnya sudah terpenuhi maka yang lainnya akan merasakan nyaman dan *happy*. Dan kita di sini juga amat fleksibel dalam memenuhi kebutuhan tamu misalnya ada kemungkinan di kamar *superior* pun kita bias meng-*upgrade* ke kamar *deluxe* dengan kamar yang dia bayar *superior*. Itupun tergantung kepada *accupance* dari hotel tersebut.”

Kebersihan merupakan wahana yang sangat bagus dalam pandangan mata sebelum orang berkunjung. Dalam perusahaan kewajiban bersih dalam sebuah ruangan atau tempat menjadi hak mutlak dalam *visiting guest*. Setelah itu, faktor yang dicari juga adalah ketersediaan *wifi* yang mempunyai *speed fast* dalam *browsing*. Karena melihat pada era global, masyarakat umumnya sudah mempunyai *gadget*, itulah yang menjadi alasan pihak hotel memasang fasilitas ini. Pada waktu observasi saya, fasilitas *wifi* saya sangat menikmati dalam proses penelitian ini. Ini merupakan suatu strategi pelayanan jasa yang diberikan pihak hotel dalam membangun *image* yang bagus untuk penarik pelanggan.

4.1.2 Fasilitas yang diberikan Hotel *The Hills* Bukittinggi

Kegiatan utama dari suatu usaha hotel adalah menyewakan kamar kepada tamu. Untuk bisa memberikan kepuasan kepada tamu, keadaan kamar yang disewakan harus berada dalam keadaan bersih, nyaman, menarik dan aman (terbebas dari berbagai kemungkinan terjadi kecelakaan, pencurian dan penyakit). Salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Hotel merupakan bagian yang integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan

Menparpostel disebutkan sebagai suatu usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut:

1. Kamar tidur (kamar tamu)
2. Makanan dan minuman
3. Pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti:
 - a. Tempat-tempat rekreasi
 - b. Fasilitas olah raga
 - c. Fasilitas *laundry*, dsb

Hotel merupakan usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya, dengan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dipergunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam (untuk klasifikasi hotel berbintang 4 dan 5). Di samping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha ataupun para wisatawan pada waktu melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, dan membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan.

Inilah data dari hotel *The Hills* Bukittinggi tentang fasilitas yang ada:

HOTEL PRODUCT KNOWLEDGE

- Nama : *The Hills* Bukittinggi Hotel & Convention
- Lokasi : Jl. Laras Dt. Bandaro Bukittinggi Sumatra Barat
- Manajemen : *The Hills* Bukittinggi
- Pemilik : PT. Grahamas Citrawisata
- Jumlah kamar : 100 kamar (98 untuk dijual, 2 house use)
- Tipe kamar *Superior* : 35 kamar

Tipe kamar *Deluxe* : 62 kamar

Tipe kamar *Suite* : 6 kamar

Executive Suite : 1 kamar (*Panorama Suite Room*)

98 Kamar dilengkapi dengan equipment sebagai berikut:

- a. 24 Jam *Room Service*
- b. *TV Channel*
- c. *Movies Channel*
- d. *Sport Channel*
- e. *Kid's Channel*
- f. *Telephone*
- g. *Hot/ Cold Water*
- h. *Coffee & Tea making facilities*
- i. *AC*

Fasilitas Lainnya :

- a. 7 *Meeting Room* + 1 *Ball Room*
- b. *Save Deposit Box*
- c. *Foreign Exchange*
- d. *Biznet Corner*
- e. *Sianok Restaurant*
- f. *Anai Bar*
- g. *Swimming Pool*
- h. *Billiard Table*
- i. *Table Tennis*

j. *Volley Ball Field*

k. *Basket Ball Corner*

Hasil wawancara dari salah satu menejer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi

(Pak Pendi):

“Fasilitas yang diberikan oleh hotel sangat banyak. Dimulai tamu baru masuk *lobby* hotel, tamu bisa menikmati fasilitas *wifi* yang sangat cepat sehingga sebelum mereka melakukan reservasi, mereka bisa bermain internet sesuai pada masa globalisasi seperti sekarang ini dan ketika para tamu masuk *lobby* langsung kelihatan Restoran dan Bar yang dapat dinikmati langsung oleh mereka dan di tengah-tengah *lobby* ada kolam yang berbentuk bintang sehingga para tamu dapat nyantai di tengah-tengah *lobby*, dan dekat *lobby* tersebut ada fasilitas *Billiard*. Untuk fasilitas kamar, pihak hotel menyediakan TV LED yang berukuran besar, AC yang bagus, kasur *springbed* yang berkualitas. Di dalam kamar juga ada disediakan *minibar* yang elegan. Selain itu ada sandal khusus dari *The Hills* yang diberikan kepada tamu. Dan mereka juga bisa menikmati fasilitas *laundry*. Selain itu tamu juga bisa menikmati fasilitas kolam renang yang sangat indah untuk santai dan diberikan handuk. Hotel kita juga ada fasilitas spa yang bisa di nikmati oleh konsumen.”

Fasilitas merupakan hal yang sangat penting dalam dilihat setelah tamu masuk ke dalam hotel. Interior yang menarik menjadi daya tarik yang sangat indah di mata pelanggan. Sarana yang disediakan untuk tamu yang dapat digunakan untuk duduk-duduk sambil menikmati musik dan berlokasi di dekat sarana-sarana penjualan. Misalkan bar yang terletak dekat *lobby*. Berdasarkan observasi yang dilakukan bar adalah fasilitas yang menyediakan layanan minuman baik yang beralkohol maupun tidak beralkohol, dan tamu yang menikmati bias bersantai sambil melihat petugas bar (*bartender*) meramu minuman untuk mereka dan dapat melihat pemandangan gunung Singgalang yang indah.

Fasilitas *wifi* selalu menunjang untuk bagi pengunjung dan tamu yang telah berada di dalam hotel *The Hills* Bukittinggi. Menurut penglihatan saya,

banyak tamu yang duduk dan istirahat sejenak di daerah *lobby* untuk istirahat sebentar dan memakai fasilitas *wifi* dan mendengarkan musik dari Anai Bar. Apalagi didukung dengan pemandangan kolam yang ada di tengah-tengah *lobby*, ada air mancur sedikit membuat kenyamanan berada di daerah sekitar seperti di alam bebas mendengar semprotan air dari kolam. Berbentuk bintang yang terbuat dari bahan kayu jati menjadi daya tarik yang sangat unik bagi pengunjung. Ada beberapa yang menyempatkan untuk mengabadikan *moment* untuk berfoto di sekitar kolam. Area *lobby* juga ada arena *billiard* yang disediakan untuk pengunjung yang mau bertarung mengasah skill.

Untuk fasilitas kamar, seperti data yang didapat, kamar sudah ditata sedemikian cantik untuk menghidupkan gairah untuk menginap. Di dalam sudah tersedia AC, Minibar yang unik berkesan untuk merebahkan diri di kursi sambil menikmati minuman. Dan berdasarkan hasil wawancara dengan pak pendi :

“Fasilitas yang paling menonjol mungkin kita berikan kepada tamu adalah *service* hotel. Bagaimana kita memberikan kenyamanan terhadap tamu sehingga tamu merasakan mereka ada di hotel seperti ada di rumah mereka sendiri. Pada bagian kamar para tamu mendapatkan *service roomboy* yang aktif yang bisa membantu kebutuhan mereka. Pada area *Restaurant & Bar* para tamu dapat langsung menikmati makanan dan pelayanan yang sangat bermutu dan bagus sambil bisa menikmati pemandangan pegunungan yang indah untuk daerah bar dan musik yang merdu.”

Keanekaragaman fasilitas yang disajikan kepada penghuni atau tamu sangat banyak, tapi selain itu yang paling menonjol fasilitas hotel *The Hills* Bukittinggi adalah *service*. Dengan adanya fasilitas pelayanan yang sangat baik membangun rasa nyaman bagi tamu. Dalam pelayanan beranekaragam mereka dapat merasakan. Dalam observasi saya, pada area kamar yang di huni, para penginap bisa menikmati pelayanan *roomboy* yang telah menata kamar mereka sesuai

standar hotel. Perlengkapan kamar seperti sandal, pelayanan *laundry* telah tersedia dan *minibar* yang sangat bersih diberikan. Kamar mandi kamar juga dibersihkan dan perlengkapan kamar mandi ditata unik sesuai standar hotel tidak lupa juga handuk sebagai pelengkap.

Service yang hadir juga untuk kamar adalah *room service*. *Room service* adalah pelayanan dari restoran yang diberikan kusus tamu yang menginap di kamar hotel. Fungsi *room service* sama dan sejalan dengan *restaurant* dan bar. Kalau restoran dan bar menjual dan menyajikan makanan dan minuman di restoran atau bar, sedangkan *room service* dikamar-kamar hotel. Dalam fungsi ini juga termasuk mengambil pesanan (*taking the order*), menyiapkan menyajikan di kamar dan mengambil kembali peralatan yang telah digunakan dari kamar. Selain itu, *room service* juga bertujuan untuk mendapatkan serta meningkatkan keuntungan (laba) hotel. Penyajian makanan di *Room Service* adalah semua makanan disajikan pada saat yang sama, sedangkan di *Restaurant* disajikan berdasarkan urutan menu. Oleh karena itu pramusaji yang bertugas di *Room Service* harus selalu memeriksa apakah peralatan yang dibawa pada waktu mengirimkan makanan ke kamar tamu harus lengkap dan sesuai dengan pesannya.

Service yang paling ditunjukkan ketika tamu melakukan reservasi. Pelayanan yang diberikan oleh *receptionist* sangatlah ramah dan melayani dengan baik. Melayani pelayanan pemesanan kamar dengan sangat baik. Menawarkan kamar dan menunjukkan informasi-informasi mengenai hotel *The Hills* Bukittinggi. Adapun harga kamar yang ditawarkan berbeda harga dan kelebihan

yang ada di tiap kamar. Hasil wawancara dari salah satu menejer divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Pak Pendi) :

“Di hotel ini kamar terbagi atas kamar *Superior, Delux, Suite, Excecutive Suite*. Kamar yang paling murah harganya adalah *Superior*. Alasan lebih murah dibandingkan kamar *deluxe* adalah *view* dari kamar. Kalau kamar *Superior* umumnya tidak terlalu indah untuk *view* contohnya *view* kamar tersebut menghadap *lobby* berbeda dengan *Delux* yang *view* diberikan adalah keindahan pemandangan gunung Singgalang yang membuat mata jernih. Kalau fasilitas yang ada di kamar antara dua tersebut hampir sama. Kalau kamar *Suite* bedanya nya di ukuran kamar dan otomatis *view* yang ada di kamar lebih bagus, dan masalah desain tata ruangnya kamar *Suite* lebih didesain lebih elegan.”

Pilihan kamar yang ada di hotel *The Hills* Bukittinggi terbagi atas 4 pilihan. Antara *superior* dan *deluxe room* kondisi keadaan kamar hampir sama dari bentuk dan ukuran dari kamar tersebut, yang paling membedakan di antara kamar ini adalah pemandangan yang ada di kamar itu. Kamar *deluxe* lebih mempunyai keunggulan bisa memandang langsung gunung singgalang yang indah. *View* yang paling ditunggu adalah waktu pagi hari waktu matahari mau terbir dengan cahaya yang indah dan sore hari ketika matahari yang akan terbenam. Kelebihan lainnya adalah cahaya yang masuk kedalam ruangan kamar lebih bagus daripada *superior*. Pada kamar *suite* hiasan kamar lebih berkesan dan ukuran ruangan juga lebih besar. Pada kamar ini di sajikan bunga sebagai *welcome room*. Khusus kamar ini bunga disajikan berbeda dengan kamar yang lain karena melihat harga kamar *suite* berbeda dengan *superior* dan *deluxe*.

Tamu yang menginap di hotel *The Hills* Bukittinggi umumnya penuh pada *weekend*. Bukittinggi adalah kota wisata bagi banyak orang, makanya orang-orang lebih banyak *weekend* menginap daripada hari-hari biasa. Pada hari bisa dapat dilihat orang yang ada keperluan bisnis ke Bukittinggi, sedangkan akhir pekan

lebih didominasi oleh keluarga yang menginap di hotel *The Hills*. Adapun *client* dari hotel *The Hills* atau relasi dari hotel yang menginap, fasilitas yang diberikan hampir sama dengan dengan tamu yang lain. Biasanya tamu klien yang mengunjungi keperluannya lebih banyak mengadakan *meeting* atau acara *ceremony*. Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri):

“Fasilitas *meeting room* kami berikan kepada klien langganan kita yang akan melakukan meeting bulanan atau acara *ceremony*. *Setting room* kita akan sesuaikan dengan pihak kedua yang akan menggunakan ruangan tersebut. Fasilitas *meeting room* yang sangat sering dipakai biasanya dari pihak pemerintah seperti DPRD atau dinas yang ada di Sumatra Barat. Selain itu juga ada Perbankan yang memakai fasilitas *Meeting Room*. Di dalam ruangan tersebut kita sudah memfasilitai meja, kursi, perlengkapan alat tulis dan proyektor untuk *meeting*.”

Penyajian *meeting room* menjadi daya tarik dari klien kamu yang telah berlangganan. Fasilitas ini yang sangat ingin dipakai oleh langganan kita. Seperti rapat bulanan sering dilakukan di ruangan ini. Seperti perusahaan-perusahaan, mereka lebih rapat di hotel dari pada di perusahaan mereka sendiri. Kenyamanan yang didapat akan *service* dan fasilitas dari hotel yang memghimbau kembali untuk datang. Rapat bulanan mereka lakukan sambil *refreshing* di kota wisata Bukittinggi. Kelengkapan dan tata ruang telah di tata rapi. Struktur ruangan biasanya disesuaikan dengan permintaan dari perusahaan. Dari pihak hotel juga mempunyai standar dari mereka sendiri tetapi lebih banyak memakai standar perusahaan mereka.

Kebanyakan klien yang berkunjung di hotel *The Hill* Bukittinggi, mereka memakai jasa untuk mencoba menginap di hotel ini. Semua pelayanan sudah lengkap yang ada di hotel ini. Daya tarik dari hotel ini juga ada di bagian

restaurant. Ada keunikan yang ada di Sianok *Restaurant*. *Restaurant* ini dihiasi dengan miniatur Rumah Gadang yang menjadi salah satu ikon dari rumah adat Sumatra barat dan ada pemandangan bagus di *restaurant* dengan adanya taman dan kolam renang. Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri) :

“.....pada waktu mereka menikmati makanan di restoran, mereka juga merasakan kesejukan taman dulu yang ada sekitar kolam renang dan para tamu merasakan kenyamanan suara air yang dapat meningkatkan selera makanan. Ini sudah menjadi konsep awal untuk menarik pelanggan untuk dapat bertahan untuk hotel kita.”

4.1.3 Keistimewaan pelayanan Hotel *The Hills* Bukittinggi

Pelayanan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang manapun pelayanan menjadi sangat berarti dan perlu disadari oleh seorang manajer oleh karena itu dalam usaha bisnis dikenal suatu ungkapan yang terkenal yaitu pembeli adalah raja, yang artinya kita harus melakukan pelayanan sebaik mungkin seakan-akan kita melayani seorang raja. Pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan pula bahwa jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Harga sangat mempengaruhi dalam menarik untuk kedatangan tamu ke hotel.

Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri) :

" tergantung kompetitor yang ada di daerah Bukittinggi. Bagaimana hotel berbintang yang ada di Bukittinggi menetapkan harga kepada tamu. Kita

otomatis menyesuaikan dengan standar yang ada di Bukittinggi. Tujuannya meningkatkan akupensi pengunjung atau penginap yang ada di hotel The Hills Bukittinggi.”

Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Harga sangat berperan penting dalam penarik perhatian dari konsumen. Biasanya pendatang yang ada di Bukittinggi lebih memilih harga yang murah ketimbang harga yang tinggi, dan mereka lebih memilih kualitas dan fasilitas yang terutama. Hotel *The Hills* Bukittinggi lebih memilih harga bersaing daripada menetapkan harga yang tinggi dari hotel yang lain. *Occupancy* sangat penting diperhatikan karna menjaga kestabilan dari hotel. Sumber pendapatan yang ada di hotel bergantung pada berapa banyak tamu yang menginap di hotel. Berikut jenis-jenis tipe harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri) :

“Kelas harga yang telah kami berikan ada 3 tipe. Yang pertama harga *volume* adalah harga rata-rata yang kita punya tetapi masih di diskon. Yang kedua harga *button* yaitu harga yang telah ditetapkan oleh hotel dan tidak bisa dinego lagi. Misalkan harga per kamar 500 ribu + *nett*, ini harga sudah tidak bisa dinego lagi oleh para tamu. Dan contoh lain adalah *meeting packet*. Dan terakhir adalah harga promo. Ini adalah harga special yang diberikan kepada tamu ketika hotel The Hills Bukittinggi ada event atau promo. Harga-harga tersebut bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk datang.

Menentukan atribut jasa yang paling penting untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan dan menentukan atribut jasa yang paling penting yang bersaing sangat rentan di bidang ini. Ini poin yang sangat diperhatikan oleh hotel *The Hills* Bukittinggi. Dengan memberikan harga yang bertipe seperti ini bertujuan supaya dapat menarik perhatian konsumen yang datang ke hotel tersebut.

Harga volume biasanya berlaku kepada tamu yang sering menginap pada hotel atau menjadi langganan yang sering memakai jasa pada hotel. Harga ini selalu berubah-ubah melihat *occupancy* yang ada. Dan harga *button* sudah menjadi standar dari hotel *The Hills*, tidak bisa ditawar-tawar walaupun ada promo yang ada di hotel tersebut.

Christopher Lovelock dan Evert Gummesson menetapkan bahwa jasa (*service*) adalah suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen. Hal yang dihargai oleh konsumen dan mereka berkenan membayar untuk mendapatkannya adalah berbagai pengalaman yang diinginkan (*desired experience*) dan solusi. Hal tersebut yang diberikan oleh hotel ini, memberikan keistimewaan kepada pelanggan yang ada, sehingga tamu yang datang ke *The Hills* Bukittinggi. Mereka tau pada saat kapan waktu yang pas untuk menginap dan memakai jasa yang ada di hotel. Harga promo yang ada di hotel ini berkaitan dengan event atau promo yang dilakukan pihak *food & beverage*.

Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri) :

“Promosi yang sangat kita andalkan itu sangat bersumber dari restaurant. Mereka mempunyai ide untuk menarik perhatian konsumen. Misalkan tema pada makanan, memberi ide nama ‘Selera Nusantara, Iga Bakar The Hills, Pizza Promo, dan lain-lain. Ini bertujuan meningkatkan Food & Beverage revenue. Meningkatkan promo. Salah satu perusahaan yang memakai jasa hotel ini kemaren dari perusahaan Garuda. Mereka memberikan tema yaitu *Country Party*. Mereka memberikan tema kepada pihak hotel, kemudian kami yang merancang acara yang akan diadakan dan tujuannya bagaimana cara untuk memikat tamu untuk hadir pada acara tersebut. Greeting promo seperti ini fleksibel dalam pelaksanaannya tergantung kepadatan pengunjung yang ada di hotel The Hills Bukittinggi. Dan event dari food & beverage, mereka selalu menamakan tema dari restoran tersebut dengan berbagai tema contohnya Januari Fiesta, Februari Ceria, Ramadhan Spesial, dan lain-lain. Ini adalah tema bulanan yang akan disajikan kepada konsumen.”

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur dalam kualitas layanan jasa. Adanya peningkatan pendapatan masyarakat, pengembangan industri, perkembangan ilmu pengetahuan teknologi, tingkat pendidikan yang semakin tinggi, deregulasi dan kebijakan pemerintah di bidang industri perhotelan telah mengakibatkan perubahan dalam sistem nilai. Tuntutan pelanggan terhadap layanan hotel yang lebih baik, bermutu dan lebih cepat semakin terasa. Pelanggan mampu menilai dan dengan bebas memilih hotel yang dipercaya dan memberikan kualitas layanan yang dikehendaki.

Promosi yang dilakukan oleh pihak *food & beverage* bertujuan menunjang untuk menambah pendapatan dari hotel. Ini adalah bentuk dari sebuah promosi yang diberikan oleh hotel *The Hills* Bukittinggi. Perubahan dalam sistem penilaian menunjang layanan hotel yang sangat baik dan bermutu. Dengan adanya promo makanan, jadi para tamu merasa penasaran untuk mencoba. *Food & beverage* selalu mempunyai inisiatif dalam merancang tema dari bulan ke bulan, contohnya Februari Ceria. Bertepatan dengan ada hari *valentine* makanya pihak

food and beverage mengambil tema seperti ini. Tidak lepas dari makanan, mereka mencocokkan makanan yang tepat, seperti makanan yang berhubungan dengan coklat.

Pelayanan yang istimewa (nilai pelayanan yang benar-benar dialami konsumen melebihi harapannya) atau sangat memuaskan merupakan suatu basis untuk penetapan harga premium. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan tinggi bagi pelanggannya dapat menetapkan suatu harga yang signifikan. Hasil wawancara dari salah satu menejer *marketing* hotel *The Hills* Bukittinggi (Bu Tri):

“Pelayanan yang istimewa kami bedakan menjadi 2 jenis. Yang pertama pelayanan individual. Pada pelayanan ini, semua anggota yang *in charge* akan selalu *standby* melayani tamu yang sudah masuk atau menginap di hotel. Biasanya tamu ini khusus untuk kamar VIP. Yang kedua pelayanan Grub. Ini berupa pelayanan kelompok yang memakai jasa hotel. Contohnya grub mengadakan acara tradisional *game*, BBQ, dan lain-lain. Pihak hotel menyediakan fasilitas ruangan untuk grub dan memberi *welcome drink* yang disajikan di Bar dan memberikan *snack* dan makanan lainnya. Acara penyambutan disambut langsung oleh pihak *manager* dan *staff* yang *handle* acara tersebut.

Hotel *The Hills* Bukittinggi adalah fasilitator terhadap karyawan agar mampu melayani pelanggan. Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Lupiyoadi, 2008, 181). Sangat penting pelayanan yang sangat profesional di semua divisi, karena ketertarikan pelanggan dari kepribadian karyawan memberikan senyuman dan *service* secara optimal sehingga *mindset* yang ada menjadi bagus.

Responsiveness memberikan pelayanan yang cepat, kerelaan untuk membantu/menolong konsumen. Siap dan tanggap untuk menanggapi respon permintaan dari para konsumen. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan merasa “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

Jasa ini sangat bersifat personal, yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut. jasa yang mengutamakan pelayanan orang dan perlengkapannya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam jasa ini adalah lokasi yang baik, menyediakan fasilitas dan suasana yang menarik serta nama baik yang bersangkutan. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dari hotel.

Hasil wawancara dari salah satu *supervisor* divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Bang Hendra):

“Kita harus secara *respect* mengetahui kebutuhan tamu apa yang dibutuhkan oleh tamu. Kita lebih menawarkan apa yang diminta atau member solusi yang terbaik. Kita lebih bisa menawarkan opsi yang lain seandainya permintaan yang dibutuhkan oleh para tamu tidak ada atau sudah abis.”

Respect (inisiatif) timbul tanpa melibatkan aksi dari pihak lain. *Respect* merupakan bentuk penghargaan kepada orang lain. tanpa pamrih dan ikhlas. Pelayanan jasa merupakan suatu layanan yang telah menjadi kewajiban wajib terhadap karyawan hotel yang ada. Menurut observasi yang saya teliti, terlihat beberapa karyawan santun akan tamu yang datang. Menghormati tamu yang akan

menginap maupun tamu yang berkunjung di hotel. Mereka tidak melihat dari segi sosial tamu. Tamu yang data, mereka selalu tanggap dalam melayani dan menawarkan segala sesuatu yang ada di hotel.

Seperti yang ada di bagian *Food and Beverage Service*, ketika tamu mulai masuk *lobby* hotel, yang mendekati bagian restoran dan melihat menu makanan, karyawan langsung mendekat untuk mempromosikan makanan yang dijual. Sama saja dengan bagian divisi lain, mereka selalu mencari akan bagaimana tamu supaya mendekat dan melihat apa saja yang dibutuhkan oleh para tamu. Namun tidak selamanya pelayanan yang dalam hotel berjalan lancar, ada juga beberapa masalah yang timbul dari tamu.

Hasil wawancara dari salah satu *supervisor* divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Bang Hendra):

“Secara visi dan misi sebagai orang hotel wajib memberikan jasa yang terbaik, kita harus secepatnya mencarikan atau memberikan atau mencari solusi yang bagus kepada konsumen. Di sini kita lebih menawarkan kepada tamu yang *complain* dengan opsi yang bagus untuk dirinya. Kalau tidak sesuai dengan kebutuhan dia, kita akan bertindak cepat secepatnya supaya pata tamu tersebut merasa puas.”

Hotel menawarkan akomodasi yang tepat baik untuk wisatawan yang ingin berlibur saja atau wisatawan yang melakukan perjalanan bisnis. Sarana dan fasilitas hotel ini sangat lengkap untuk melayani berbagai keperluan wisatawan. berdasarkan hasil wawancara yang telah dibicarakan, salah satu tujuan hotel adalah memberikan suatu pelayanan yang terbaik yang dapat memuaskan konsumen. Tidak semua pelayanan berjalan mulus maupun fasilitas yang disediakan. Ada juga beberapa *complain* dari para tamu. Melihat tingkat kepuasan dari tiap orangpun berbeda-beda.

Menurut observasi yang saya lakukan, tidak banyak tamu yang melakukan *complain* akan pelayanan yang ada di hotel, mulai mereka melakukan reservasi sampai mereka masuk kamar, tetapi ada juga yang *complain* atas kinerja dari pihak, itu muncul dari grub yang menginap di hotel dan memakai fasilitas *meeting room*. Mereka banyak meminta supaya sempurna salah satunya AC yang ada di ruangan tersebut, struktur meja yang tidak sempurna. Dari pihak hotel selalu sigap dan tanggap akan keluhan yang datang. *Responsiveness* selalu ada walaupun banyak kendala, tetapi karyawan dengan senyuman manis menyediakannya.

Dalam masalah menginap, sebaiknya tamu mengetahui akan hotel dan kamar yang akan mereka huni. Berikut ini hasil wawancara dari salah satu *supervisor* divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Bang Hendra):

“Pelayanan reservasi mengikuti standar prosedur yang ada seperti telepon itu diangkat 3x ring terus kita *greeting* memperkenalkan hotel kita dan diri kita sendiri setelah itu menawarkan bantuan, setelah itu kita akan menawarkan kamar hotel fasilitas dan segala macam yang ada di hotel ke tamu agar tamu sebelum menginap mereka juga tau dengan hotel kita. Berhadapan tamu dengan secara langsung kita melakukan *welcome* kepada mereka, *greeting*, dan kalau *direct booking* langsung ke hotel atau langsung tanya harga kamar dan pihak hotel menawarkan pilihan kamar yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan tamu menanyakan fasilitas yang ada di kamar tersebut.”

Bisnis perhotelan sangat marak di Indonesia. Hampir semua provinsi di negeri ini telah memiliki hotel. Hotel dapat berkembang di mana saja, baik di kota besar maupun kecil. Hotel sekarang telah berkembang menjadi industri yang handal, menjadi salah satu penopang utama di dalam pembangunan pariwisata di negara ini. Sebagai hotel yang baru beroperasi, Hotel harus mempunyai strategi dalam mengembangkan usahanya. Hal ini tentu saja harus didukung oleh pelayanan yang baik dari hotel mulai dari tamu *chek-In* sampai *check-out*.

Sistem Informasi Reservasi Hotel dalam menangani penjualan kamar yang dilakukan oleh pihak *Front Office* sangatlah bagus menurut pandangan saya. Mereka selalu menjelaskan kamar yang dibutuhkan oleh konsumen. Biasanya banyak tamu yang memesan kamar dengan ada pemandangan, melihat kota Bukittinggi adalah kota wisata, jadi para tamu tidaklah ragu untuk memakai kamar yang menyediakan keindahan alam. Proses karyawan *receptionist* menjelaskan satu per satu secara detail membuat para pengunjung merasa nyaman akan kelengkapan yang telah mereka jelaskan. Berdasarkan prosedur yang ada di hotel, mereka mendaftarkan tamu yang akan menginap dan tidak lupa menanyakan untuk berapa hari mereka akan memakai jasa hotel.

Berdasarkan penglihatan saya, pelayanan yang sangat ideal dan memberikan rasa nyaman pada waktu pagi hari, Berikut ini hasil wawancara dari salah satu *supervisor* divisi hotel *The Hills* Bukittinggi (Bang Hendra) :

“Waktu yang paling bagus untuk memberikan pelayanan adalah pada pagi hari. Pelayanan yang paling ditonjolkan adalah pelayanan yang ada di Restoran. Pihak hotel memberikan *Breakfast* kepada tamu sehingga mereka dapat menikmati makanan dan hidangan yang sangat memuaskan. Dan pada waktu tamu melakukan reservasi, karyawan hotel memberikan keramah-tamahan yang menjadi andalan dalam produk jasa. Memberikan kesegaran batin pada tamu dan menimbulkan rasa *fresh* yang baru datang ke tempat yang baru”

“Dengan kerapian yang ada, konsumen akan merasa senang melihatnya. Kerapian akan membangun keindahan mata. Selain itu *attitude* yang dibangun dari pakaian rapi adalah ramah dan sopan. Itu yang kita berikan kepada konsumen supaya dapat menarik simpatik dari tamu.”

Pagi hari adalah waktu yang sangat bagus untuk memberikan dan menunjukkan bagaimana pelayanan hotel yang sebenarnya, karena kebugaran badan muncul setelah bangun tidur. Para karyawan dengan rapi dan segar

menyambut tamu yang baru bangun tidur dan baru datang ke hotel dengan senyuman manis dan kebugaran badan segar.

Menurut pandangan penulis selama observasi, terlihat bagaimana pihak hotel dengan segar bugar kondisi badan pada pagi hari, mereka lebih sigap terhadap pekerjaannya dan selalu dengan senyuman melayani tamu.

Area restoran yang sangat berperan penting dalam membangun simpatik dari para tamu. Pada pagi hari, Hotel *The Hills* Bukittinggi selalu menyediakan breakfast buat para tamu yang menginap di hotel ini. Berbagai hidangan ringan untuk sarapan pagi telah terhidang di area dalam restoran. Tamu-tamu yang menginap di hotel sangat menikmati hidangan yang dihidangkan oleh pihak hotel. Pihak *housekeeping* juga berperan penting dalam membangun kebersihan dan udara segar yang ada. Para karyawan saling membantu satu sama lain, *team work* yang ada sangat berjalan lancar. Kerapihan dari segi pakaian adalah hal yang penting, karena dengan pakaian yang rapi dan bersih, para tamu merasa segan akan kualitas yang ada di hotel tersebut. Dengan adanya suatu rancangan kerja akan pelayanan jasa yang di hotel dapat membangun kesan baik dan menciptakan *mindset* ke pelanggan untuk menggunakan jasa dan menginap ke hotel *The Hills* Bukittinggi.

Berikut ini hasil dari wawancara dari tamu yang menginap di hotel *The Hills* Bukittinggi (saudara Rifit Anosfel Ricky):

“Saya menginap di sana karena hotel ini sangat dekat dengan pusat Bukittinggi. Di samping itu struktur bangunan sangatlah bagus bila dipandang. Saya sudah pernah menginap di hotel ini sebelumnya. Pelayanan yang mereka berikan ketika saya baru masuk hotel sangat berkesan dan kelihatan mewah. Itu yang membuat saya selalu ingat dengan hotel ini.”

“Pelayanan hotel ini sangat baik menurut saya. Mulai saya reservasi dan sampai saya masuk kamar hotel, mereka sangatlah ramah. *Bellboy* yang mengantar saya dari awal masuk sangat asik jiwanya, dia selalu mengajak saya bercerita sehingga tidak menimbulkan rasa jenuh. *Receptionist* yang melayani saya juga sangat baik dan ramah. Dia menjelaskan bagian kamar yang saya butuhkan dan fasilitas apa saja yang ada dalam hotel itu. Untuk pelayanan makanan yang saya sangat memuaskan karena karyawan *Food and Beverage Service* senantiasa menjelaskan menu makanan favorit dan enak yang mereka punya. Sangat baik pelayanan yang mereka tunjukkan kepada saya. Hal yang sangat berkesan bagi saya adalah ketika saya kebingungan untuk menggunakan fasilitas *billiard*, karyawan hotel ini langsung menghampiri saya dan langsung menanyakan apa yang saya perlukan. Dengan senyuman manis, membangun kesan baik bagi saya untu mengingat momen ini. Makanya saya kalau main ke Bukittinggi, selalu ingat dengan hotel yang saya singgahi dan saya rasa akan menggunakan hotel ini untuk penginapan.”

Dari hasil wawancara dari salah satu tamu yang ada di Hotel *The Hills* Bukittinggi, beliau merasakan efek dari pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Kenyamanan sangat berperan penting dalam membangun *mindset* dari sebuah pelanggan. Citra hotel akan baik juga di hadapan tamu yang akan menginap di hotel *The Hills* Bukittinggi.

4.2 Analisis dan Pembahasan

Harapan-harapan tamu adalah tingkat kesesuaian antara barang dan jasa pelayanan yang diinginkan, dengan kenyataan barang dan jasa pelayanan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu didasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Untuk mendapatkan gambaran tentang pemenuhan harapan-harapan atau keinginan-keinginan tamu, maka perlu kita diketahui tentang arti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks yang terdiri dari lima dimensi, yaitu: reliabilitas, responsif, repastian, empati, dan nyata atau nampak.

Seperti telah disinggung sebelumnya, bahwa beberapa usaha hotel dewasa ini cenderung melakukan efisiensi tenaga kerja dan hal ini tentunya mengakibatkan terjadinya perubahan bentuk pelayanan yang diberikan kepada tamu. Perubahan-perubahan pada sektor pelayanan itu ditandai dengan keragaman dan diversifikasi bentuk pelayanan yang mengarah pada efisiensi tenaga kerja. Hotel *The Hills* Bukittinggi memakai strategi pelayanan yang sangat terstruktur.

1. Mengetahui para pelanggan Anda

Semakin banyak kita mengenal pelanggan, semakin baik kita untuk memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan pengharapan mereka deskripsikan Pelanggan Anda (Susan M. Bage 2013: 69) Pada bagian pertama analisis pelayanan pelanggan Anda, deskripsikan profil para pelanggan Anda. Mencakup perihal demografis serinci yang Anda biasa. Carilah basis pelanggan Anda. Tentukan apakah anda akan melayani populasi pelanggan yang besar atau tidak.

Pada Hotel *The Hills* Bukittinggi mampu melayani populasi pelanggan dalam jumlah banyak maupun sedikit. Pada populasi sedikit, contohnya para penginap yang berpasangan maupun yang berkeluarga. Dalam populasi besar salah satunya rombongan yang dari pemerintahan, perbankan, dll. Pada tamu keluarga, pihak hotel yang sangat berperan untuk kedatangan awal adalah *Front Office*. *Bellboys* yang langsung menyambut pengunjung atau tamu dan langsung mengantarkan ke *receptionist*. Mereka dilayani dengan keramahan dan kesopanan dan disambut dengan *welcome drink*. Para tamu yang akan menginap diminta biodata dengan lengkap dengan kapasitas yang akan menggunakan kamar untuk

menginap. Karyawan hotel mendeskripsikan fasilitas yang tersedia di hotel dan yang menjadi keunggulan di hotel ini.

Populasi pelanggan yang besar seperti pelanggan pemerintahan, *marketing* langsung terjun untuk menangani untuk memberikan pelayanan dan meninstruksi ke fasilitas yang akan digunakan. Kebanyakan populasi yang besar mereka memakai fasilitas *meeting* untuk ada acara bulanan. Sebagian klien ada yang memakai fasilitas kamar untuk menginap beberapa hari. Mengidentifikasi pengunjung pelanggan yang sering menginap di hotel. Biasanya mereka memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sering menginap di Hotel *The Hills* Bukittinggi.

2. Seberapa Baik Anda memenuhi pengharapan para pelanggan.

Para pengelola pihak hotel selalu membenahi fasilitas dan jasa hotel. Salah satunya pada fasilitas, mereka menyediakan lahan parkir yang sangat besar untuk pengunjung yang membawa kendaraan pribadi. Keadaan parkir langsung berhadapan dengan kolam kecil dan taman. Konstruksi bangunan yang megah, menjadi daya tarik bagi pengunjung lainnya. Bagi fasilitas yang ada di dalam Hotel *The Hills*, telah tersedia fasilitas *wifi* yang super cepat kecepatan dan musik yang selalu diputarkan sekitar *lobby* dan koridor.

Pelayanan yang diberikan ke pelanggan tidak termasuk rumit, karyawan dengan senang hati melayani tamu yang datang ke hotel. Dengan demikian para tamu tidak terlalu sulit kalau mereka membutuhkan sesuatu hal yang dapat mereka menggunakan karena kinerja karyawan yang ada dalam hotel sangatlah baik. Mereka dengan sigap memenuhi kebutuhan karyawan yang ada dalam hotel *The*

Hills. Fasilitas yang langsung disediakan waktu tamu datang ke hotel adalah *wifi* dengan koneksi internet yang cepat. Sistem yang ada dalam hotel untuk melayani tamu, mereka tiap karyawan sudah memegang *HT* sehingga apabila ada keluhan atau keperluan yang menyangkut divisi tersebut, mereka bisa langsung kontek untuk menyigapi.

3. Memenuhi pengharapan pelanggan

Ini merupakan waktu yang tepat untuk menambah keahlian dan nasehat. Bicaralah dengan orang kunci di organisasi Anda tentang apa yang telah Anda temukan sejauh ini. Mereka mungkin akan menawarkan solusi yang tidak terfikirkan oleh Anda. Mendapat dukungan pada poin ini juga akan membantu Anda dalam membujuk pihak manajemen senior. Perubahan yang timbul bukanlah datang dari para pejabat hotel atau karyawan, melainkan dari saran yang diberikan dari tamu kita tersebut. Pihak hotel selalu menerima kotak saran yang berisikan keluhan atau saran yang baik untuk kemajuan hotel berikutnya.

Analisis pelayanan pelanggan Anda seharusnya hidup. Anda memiliki deskripsi yang jelas tentang pelanggan, dan menuliskan riskasan jelas tentang apa yang diharapkan pelanggan dan di titik mana Anda dan pesaing mengalami kegagalan atau keberhasilan. Anda telah menambahkan beberapa ide tambahan bersama dengan rekan-rekan kerja Anda dan Anda seharusnya memiliki ide yang cukup baik untuk dikemukakan. Pelanggan yang tetap, biodata dirinya sudah lengkap sudah ada dalam hotel apalagi perusahaan yang memakai jasa hotel. Asal-usul dan kebutuhan yang dibutuhkan mereka sudah ada catatannya oleh pihak

marketing, sehingga pihak hotel dengan sigap menyediakan dan melayani apa yang mereka butuhkan.

Pelayanan Jasa dapat diklasifikasikan berdasar berbagai macam kriteria, perbedaan antara jasa yang satu dengan jasa yang lain akan memerlukan strategi pemasaran yang berbeda pula. Menurut Kotler (1997: 83) penawaran suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori: Barang berwujud disertai jasa, penawaran terdiri dari barang berwujud yang di sertai satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya. Di Hotel *The Hills* ini, jasa sangat diutamakan karena yang menjadi daya tarik perusahaan adalah jasa. Salah satu contohnya jasa yang diberikan kepada tamu, ketika tamu baru masuk hotel, barang mereka langsung dibawakan oleh *bellboy* yang ada dalam hotel tersebut. Kesan pertama merupakan hal penarik supaya pelanggan mau berkunjung kembali ke hotel tersebut. Ketika tamu menginap di hotel ini, para karyawan secara sigap memberikan pelayanan sesuai dengan standar hotel. Fasilitas yang sangat ditonjolkan adalah bagian kamar. Hiasan dan struktur kamar membuat tamu merasa betah berada di hotel terutama pada kamar. Dengan adanya fasilitas *minibar* yang ada di dalam, jadi membuat tamu puas. Apabila membutuhkan jasa tanpa langsung menyamperin karyawan hotel yang ada, tamu bisa langsung menggunakan fasilitas telepon. Telepon ini langsung terhubung ke semua bagian mulai dari bagian *front office*, *food and beverage*, maupun *Housekeeping*. Itu adalah bentuk fasilitas maupun jasa yang disediakan oleh hotel. Mereka tidak perlu merepotkan diri dan dapat menikmati liburan yang indah di hotel *The Hills*. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan di

kalangan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Sukses suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek yang dikenal sebagai Segitiga Jasa berikut :

1. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
2. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
3. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.

Ini yang ditunjukkan oleh hotel *The Hills* Bukittinggi, bagaimana peranan jasa yang disajikan kepada pelanggan. Dengan adanya komitmen yang dibangun oleh perusahaan, akan menjadi pengikat atau penarik konsumen untuk mengunjungi hotel tersebut. Kesigapan dan kedisiplinan karyawan hotel *The Hills* memberikan kesan mahal dan simpati bagi konsumen yang bersosialisasi. Karyawan tidak akan membedakan mana tamu yang derajat mahal maupun yang derajat standar, mereka dengan senantiasa melayani karena itu yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Karyawan sopan, para tamu akan sungkan dengan pelayanan dan akan bersimpatik dengan pelayanan jasa oleh hotel ini.

Menurut Tjiptono (2005, 59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Simamora 2003, 180). Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan di mana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Lupiyoadi, 2008, 181).

Pemenuhan kebutuhan pelanggan, ini merupakan sebuah hak yang sangat mutlak yang harus ada dalam sebuah pelayanan. Sebuah harapan menjadi tolak ukur bagi konsumen atau pelanggan yang akan memakai jasa hotel. Dari sebuah kualitas pelayanan ini, sebuah perusahaan menciptakan sebuah strategi untuk menarik perhatian. Sebuah keberhasilan dari pelayanan yang diberikan, diukur dari kepuasan pelanggan yang telah menginap di hotel atau mengunjungi.

Langkah pertama yang diberikan oleh hotel adalah menetapkan beberapa karyawan yang ada di pintu hotel. Kedatangan tamu menjadi sebuah pacuan awal dari kualitas pelayanan dari hotel. Kemudian, karyawan yang bernama *bellboy* langsung mengantarkan tamu ke *receptionist* dan proses reservasi dimulai dari sini. Segala pelayanan terbaik diberikan dari bagian *front office* karena bagian ini paling berperan penting mulai memberikan informasi mengenai hotel, memberikan keramahan dan kesopanan kepada seorang tamu. Pelayanan yang istimewa (nilai pelayanan yang benar-benar dialami konsumen melebihi

harapannya) atau sangat memuaskan merupakan suatu basis untuk penetapan harga premium. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan tinggi bagi pelanggannya dapat menetapkan suatu harga yang signifikan. Ini menadapat keuntungan yang sangat besar terhadap hotel. Apabila mereka mendapat pelayanan yang puas maka mereka tidak akan ragu datang ke hotel tersebut.

Kecepatan pelayanan yang diminta oleh pelanggan yaitu tarif lebih mahal dibebankan untuk pelayanan yang membutuhkan penyelesaian yang cepat. Kesigapan merupakan keahlian yang dipunyai oleh setiap karyawan hotel *The Hills* Bukittinggi. Setiap karyawan yang telah dijelaskan, mereka selalu sigap dan cepat melayani permintaan dari pelanggan. Ketika tamu mengalami kesulitan dalam pelayanan makanan di restoran, seorang karyawan langsung menjelaskan solusi dan pemahaman yang terbaik. Sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal tidak hanya potensial untuk penjualan yang sudah ada tetapi juga untuk produk-produk baru dari perusahaan.

Dalam poin pertama, bentuk fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pelayanan. Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Lokasi *The Hills* Bukittinggi yang terletak sangat strategis dibandingkan hotel-hotel lain. Terletak di area pasar atas Bukittinggi yang berdekatan dengan Jam Gadang yang menjadi pusat keramaian masyarakat. Area taman dan wilayah yang berada di *The Hills* terbuka luas dari pemandangan kasat mata. Dari luar hotel sudah terlihat keluasan sudut mata untuk memandang hotel. Pintu hotel terbuka tanpa ada pintu yang tertutup tujuannya mempersilahkan seluruh tamu yang

masuk tanpa memandang kasta. Kondisi yang tertata rapi di dalam hotel dengan ada kolam yang berbentuk bintang dengan ada air mancur kecil yang ada. Gambarnya tersaji di Lampiran. Budaya yang sangat ditonjolkan adalah budaya Minangkabau. Dengan menampilkan Rumah Gonjong adat khas Minangkabau, sehingga menjadi daya tarik dari hotel.

Poin Kedua, keakuratan pelayanan ditunjukkan melalui *Reliability* (keandalan). Kemampuan mulai berkomunikasi dan kesigapan dalam menangani tamu dengan sopan sudah nampak terpancar dari semua karyawan hotel. Menurut Tjiptono (2006:70) keandalan (*realibility*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Melayani tamu dari kedatangan ke hotel sampai kepergian dari hotel abis. Memberikan informasi yang tepat bagaimana hotel *The Hills* Bukittinggi secara terstruktur. Kemampuan berkomunikasi yang sangat baik menjadi ilmu yang sangat berguna bagi tamu. Apalagi dengan ditambah bisa berbahasa asing, menambah daya tarik kepada pelanggan. Kemampuan berkomunikasi dapat bersosialisasi dengan tamu, itu yang sangat diharapkan dari sebuah perusahaan jasa. Melihat Bukittinggi sebagai kota wisata, banyak para *tourist* yang berkunjung ke hotel *The Hills* Bukittinggi. Ini merupakan kesempatan yang sangat bagus untuk memperkenalkan hotel dan memperkenalkan kota Bukittinggi dan tempat wisata sehingga dapat menarik keuntungan bagi pihak hotel.

Pada poin ketiga, *responsiveness* atau ketanggapan, hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Menurut Tjiptono (2006:70) daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pada umumnya penelitian yang di observasi, kebanyakan banyak tamu yang bingung menggunakan fasilitas yang ada dalam Hotel. Seperti fasilitas *billiard*, pelanggan bingung untuk mulai menggunakan fasilitas ini bagaimana. Fasilitas kolam renang, harus kesapa melapornya. Dengan adanya daya tanggap yang dimiliki, para karyawan dengan cepat tanggap menghampiri para pelanggan yang kelihatan bingung dengan mengatakan “*excuse me, can I help you mr/ms*” atau “permisi, ada yang bisa saya bantu Pak/Bu”. Kalimat ini selalu sering terdengar di kalayak rami ketika menggunakan jasa hotel.

Poin kelima, Empati adalah kemampuan untuk merasakan perasaan orang lain. Selangkah lebih tinggi dari kasih sayang, di mana kita memahami perasaan orang lain atau mengapa mereka memiliki perasaan-perasaan tertentu. Empati adalah ketika Anda menempatkan diri dalam sebuah posisi untuk merasakan pengalaman yang dialami oleh orang lain. Menurut Tjiptono (2006:70) empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota

perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Inilah salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh karyawan yang ada di hotel. Harus bisa merasakan apa yang dibutuhkan oleh tamu yang ada di sekitar kita. jangan terlalu merepotkan atau membingungkan mereka, karena mereka yang ada di hotel ini mau menikmati suasana dan berlibur sehingga keperluan mereka dapat dibantu. Beberapa karyawan yang ada di hotel *The Hills* mereka selalu mengerti akan keperluan yang akan ada pada tamu. Mereka selalu melayani dengan adanya tamu maka hotel ini akan penuh dengan banyak keuntungan.

Kotler (2002, 43) juga mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sangat tepat jasa tidak berbentuk fisik. Dari pelayanan yang disajikan oleh para karyawan hotel, merupakan bentuk dari pelayanan jasa yang didasari dengan strategi yang sudah disusun oleh pihak hotel. Oleh sebab itu, jasa memiliki beberapa karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada cara memasarkannya.

Dalam hotel, jenis karakteristik jasa sangat beraneka ragam salah satu contohnya *personal service, profesional service, business service*. *Personal and profesional service* sangat berhubungan, *Personal Service*, yaitu jasa yang mengutamakan pelayanan orang dan perlengkapannya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam jasa ini adalah lokasi yang baik, menyediakan fasilitas dan suasana yang menarik serta nama baik yang bersangkutan, sedangkan *Profesional*

Service, yaitu jasa biasanya menunggu pelanggan di mana hal penting yang harus dipunyai adalah reputasi yang baik.

Personal service ini bagaimana cara karyawan memberikan *service* dari mereka mulai memasuki hotel sampai mereka meninggalkan hotel. 3 divisi yang sangat berperan adalah *Front Office*, *Food and Beverage Service & Food and Beverage Product*, and *Housekeeping*. Bagian *Front Office*, menangani tamu yang mulai masuk ke hotel *The Hills* Bukittinggi sampai mereka masuk kamar dan sampai meninggalkan hotel. Pelayanan jasa berupa keramahan, kesopanan, pelayanan kebutuhan sudah mulai ditampilkan kepada pelanggan atau tamu yang masuk ke dalam hotel. *Food and Beverage Service* berperan dalam memberikan kebutuhan makanan. *Service* ala hotel ini lebih banyak bertemakan *profesional selling*. Mereka menjual apa saja yang dibutuhkan konsumen untuk memuaskan kebutuhan makanan para tamu. Sedangkan *Housekeeping* berperan penting dalam kebersihan. Mulai dari kamar tamu, selalu dibersihkan baik sebelum tamu mulai memasuki hotel ataupun tamu telah meninggalkan hotel. Adapun kebersihan hotel lainnya dari luar hotel, *lobby* hotel, koridor hotel, dan lain-lain, selalu dijaga untuk menjaga kebersihan dan udara bersih yang diciptakan. Adapun *Business service*, ini ditujukan kepada klien hotel yang telah berlangganan kepada hotel ini. Fasilitas yang diberikan adalah ruangan *meeting* yang merupakan kebutuhan utama perusahaan datang ke hotel tersebut.

Adapun *hotel service*, Jasa-jasa yang ditawarkan seperti penyediaan fasilitas penyewaan kamar, ruang konferensi atau ruang sidang, penukaran valuta asing, pencucian pakaian dan lain-lain. Jasa menyediakan penjualan tiket ke

tempat rekreasi, *took souvenir* atau tempat bermain anak-anak. Jasa yang ditawarkan, seperti menyediakan penjualan karcis tempat hiburan, fasilitas restoran, penyewaan gedung. Penyediaan kamar ada seperti kamar *Superior*, *Delux*, *Suite*, dan *Excecutive Suite*. Adapun jasa perjalanan untuk rekreasi, hotel *The Hills* Bukittinggi bekerja sama dengan Biro perjalanan yang ada di Bukittinggi. Sedangkan untuk penyediaan ruang rapat selalu ada untuk perusahaan yang akan memakai fasilitas ini. Ruang rapat di dalam hotel ini dapat dikategorikan ke dalam ukuran *medium*. Adapun ukuran besar, pihak hotel selalu memakai Balai Sidang Bung Hatta. Balai sidang ini gedungnya terletak disamping hotel. Ini biasanya digunakan kalau ada rapat besar pemerintahan, atau *event* seperti wisuda, dan nikahan.