

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA HOTEL TIMIKA RAYA

Stepanus Sandy *¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
stepanussandy09@gmail.com

Asmaul Husna

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
asmaulhsnn@gmail.com

Neng Silly Mulyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Jambatan Bulan, Timika, Indonesia
nengsillyy29@gmail.com

Abstract

This research aims to determine strategies for improving service quality at the Timika Raya Hotel. The research method used is descriptive, which is a type of research that aims to describe or describe an incident or event. The descriptive method in this research was used to provide an overview of the strategy for improving service quality at the Timika Raya Hotel. In this research, the data collection techniques used were questionnaires and interviews. To find out what the hotel improvement strategy is, the analysis used in this research is a combination of Importance Performance Analysis (IPA) and Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT). Based on the results of the Importance Performance Analysis (IPA), the results of the research show that there are attributes included in quadrant A which are the main priority improvements that must be made by the Timika Raya Hotel to meet customer expectations because these attributes are important for hotel customers but are still not in accordance with customer expectations. Based on the results of the SWOT Analysis, the condition of the Timika Raya Hotel is in quadrant I, where the strategy that must be implemented when facing this situation is to support aggressive growth policies.

Keywords: Strategy, Service Improvement, Importance Performance Analysis (IPA), Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Hotel Timika Raya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu kejadian atau peristiwa. Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Hotel Timika Raya. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan pada hotel, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Strength*

¹ Korespondensi Penulis

Weakness Opportunity Threat (SWOT). Berdasarkan hasil dari *Importance Performance Analysis (IPA)* Hasil penelitian menunjukkan terdapat atribut-atribut yang masuk dalam kuadran A yang mana menjadi prioritas perbaikan utama yang harus dilakukan Hotel Timika Raya agar sesuai dengan harapan pelanggan karena atribut tersebut penting bagi pelanggan hotel namun masih belum sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan hasil Analisis SWOT kondisi pada Hotel Timika Raya berada pada kuadran I, dimana dalam Strategi yang harus diterapkan saat menghadapi situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kata Kunci : Strategi, Peningkatan Pelayanan, Importance Performance Analysis (IPA), Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT).

PENDAHULUAN

Dunia bisnis sangat berperan penting dalam suatu kehidupan manusia untuk menjadi lebih baik, dengan kondisi persaingan ekonomi yang semakin tinggi maka semakin banyak pula bisnis yang berpacu untuk mengembangkan atau meningkatkan bisnisnya. Ketika ingin melakukan suatu bisnis harus memikirkan apakah usaha tersebut akan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam bisnis juga terdapat suatu usaha yang menyediakan jasa misalnya bisnis perhotelan dimana dalam bisnis ini menyediakan sebuah jasa untuk para pelanggan yang akan berkunjung pada hotel tersebut.

Hotel merupakan bisnis dalam bidang jasa yang didalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menginginkannya, sarana penginapan ini biasa untuk kepentingan keluarga maupun hanya liburan semata. serta dapat dikatakan merupakan suatu bisnis yang banyak dijalankan oleh masyarakat karena terdapat begitu banyak peluang dalam bisnis hotel tersebut. Hotel merupakan salah satu penyedia tempat tinggal sementara bagi para wisatawan, dengan adanya hotel dapat mempermudah masyarakat yang ingin bepergian jauh, misalnya seperti karyawan yang mempunyai kesibukan mendadak di tempat kerja tetapi tempat kerja tersebut jauh dari tempat tinggalnya. Adanya hotel dapat memberikan kemudahan dan mampu memberikan kesan kepada konsumen dengan menawarkan tempat istirahat yang nyaman layaknya berada pada rumah sendiri. Moha & Loindong, (2016:575), hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan suatu pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar kepada para pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan Hotel Timika Raya sebagai subjek penelitian karena hotel tersebut merupakan salah satu hotel yang berkategori hotel melati.

Selain Hotel Timika Raya, adapun beberapa hotel lainnya yang berkategori Hotel Melati di kabupaten Mimika, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Hotel Melati di Kabupaten Mimika

No	Nama Hotel
1	Hotel Paparisa Amungsa
2	Hotel Samumambo
3	Hotel Timika indah
4	Noken Hotel Timika
5	Hotel Sawitto 2
6	Hotel Timika Raya

Sumber : Data diolah, 2023

Dari beberapa hotel melati yang ada di Kabupaten Mimika, masing – masing memiliki startegi bisnis yang berbeda-beda untuk meningkatkan kualitas pada hotelnya. Adapun tujuan strategi bisnis dari masing-masing hotel tersebut ialah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan akan tetap berada pada jalur yang benar serta sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya.

Strategi bisnis adalah serangkaian tindakan atau keputusan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Ada beberapa jenis strategi bisnis yang efektif, seperti pemasaran, pengembangan bisnis, dan lain-lain. Pemasaran adalah jenis strategi bisnis yang pertama, dimana perusahaan mengenali calon konsumen, mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka, dan melakukan riset untuk mengetahui siapa saja yang cocok menggunakan produk perusahaan. Pengembangan bisnis adalah proses menerapkan strategi efektif di seluruh perusahaan untuk mendorong pertumbuhan dan meningkatkan pendapatan. Suci, (2015:1) Strategi adalah sesuatu yang berkaitan dengan manajemen dalam suatu organisasi.

Untuk membuat strategi bisnis yang efektif, perusahaan harus memperhatikan beberapa komponen dan fungsi. Pertama, perusahaan harus memahami industri yang digelutinya dan persaingan di dalamnya. Kedua, perusahaan harus menentukan target audiens dan memahami permasalahan yang ingin diselesaikan dengan produknya. Ketiga, perusahaan harus memilih jenis strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan. Keempat, perusahaan harus membuat rencana bisnis yang tepat dan dirancang dengan tepat dan dirancang dengan tepat ketika memulai sebuah bisnis.

Untuk mencapai tujuan bisnis, perusahaan harus menerapkan strategi bisnis yang efektif. Dalam strategi bisnis, terdapat beberapa jenis bisnis yang efektif yang perlu diterapkan, seperti pemasaran dan pengembangan bisnis. Perusahaan harus

memperhatikan beberapa komponen dan fungsi dalam membuat strategi bisnis yang efektif, seperti memahami industri yang digelutinya, menentukan target audiens, memilih jenis strategi bisnis yang tepat, dan membuat rencana bisnis yang sesuai dengan harapan agar kedepannya ketika sudah menjalankan usaha bisnis, hasil yang diperoleh dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dalam usaha bisnis tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat berperan penting dalam pelayanan karena dengan memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik, pengunjung akan lebih tertarik untuk menginap pada hotel tersebut. Terlebih lagi jika di hotel tersebut terdapat begitu banyak fasilitas yang memadai. Kualitas pelayanan yang baik juga merupakan perlakuan karyawan terhadap pengunjung karena jika karyawan memberikan Kualitas pelayanan yang baik berupa penyampaian dan pemenuhan kebutuhan yang diperlukan oleh pengunjung dengan ramah maka pengunjung juga akan merasakan kepuasan tersendiri.

Unsur-unsur yang meliputi kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur dari pelayanan yang dilakukan meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Kelima indikator tersebut merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan. Riyadin, (2019:41) kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pada konsumen karena dengan bentuk pelayanan yang menarik maka masyarakat akan tertarik.

Dalam menjalankan usaha perhotelan ini, perusahaan harus bisa mengamati situasi dan kondisi para pengunjung hotel, sebab minat pengunjung merupakan salah satu faktor terpenting dalam proses penyaluran jasa di bidang perhotelan. Apabila pihak perusahaan tidak dapat menyeimbangkan situasi dan kondisi yang umumnya dilakukan oleh hotel – hotel lain, tidak menutup kemungkinan para pengunjung memilih hotel lain sebab pada hotel lain pengunjung lebih merasakan pelayanan yang diberikan lebih baik, fasilitas lebih memadai, dan juga suasana hotel yang tidak monoton sehingga pengunjung lebih tertarik.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, adapun permasalahan yang terjadi pada Hotel Timika Raya antara lain, karena minimnya pelanggan hotel yang menginap dalam setahun terakhir sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Data Pengunjung Pada Hotel Timika Raya
Pada Bulan Januari - Desember 2022

Tahun	Bulan	Pengunjung
2022	Januari	20 Pengunjung
2022	Februari	16 Pengunjung
2022	Maret	21 Pengunjung
2022	April	20 Pengunjung
2022	Mei	17 Pengunjung
2022	Juni	26 Pengunjung
2022	Juli	34 Pengunjung
2022	Agustus	21 Pengunjung
2022	September	19 Pengunjung
2022	Oktober	12 Pengunjung
2022	November	11 Pengunjung
2022	Desember	11 Pengunjung

Sumber : Timika Raya Kabupaten Mimika Tahun, 2023

Pada tabel ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung pada Hotel Timika Raya pada Tahun 2022 mengalami keadaan dimana naik turunnya jumlah pengunjung dan lebih dominan menurun daripada meningkat.

Dalam penelitian ini telah dilakukan wawancara dengan pemilik Hotel Timika Raya yang dialihkan langsung kepada pengurusnya dikarenakan pemilik Hotel tersebut sedang berada di luar kota. Adapun hasil wawancara yang peneliti dapatkan ialah sejarah hotel, jenis hotel, dan kelemahan hotel yaitu kurangnya kualitas pelayanan dari segi penampilan yang dapat mempengaruhi minat pengunjung, fasilitas yang kurang mendukung dan banyaknya pesaing di sekitar hotel yang membuat Hotel Timika Raya mengalami keadaan dimana naik turunnya jumlah pengunjung dan lebih dominan menurun daripada meningkat sehingga dalam hasil wawancara tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa kurangnya strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Hotel Timika Raya.

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat dilihat bahwa kurangnya strategi dalam peningkatan terhadap kualitas layanan yang mengakibatkan hotel tersebut ku kurang pengunjung. Maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian: "Analisis Strategi Peningkatan kualitas Pelayanan Pada Hotel Timika Raya"

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sugiyono (2013: 147), metode deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk menggambarkan berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul pada objek penelitian yang berupa analisis strategi dan Kualitas Pelayanan yang mana indikatornya terbagi menjadi 5 (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance & Empathy*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Tahap awal dalam penelitian ini yaitu memberikan gambaran secara deskriptif jawaban responden terkait strategi peningkatan kualitas pelayanan yang dikelompokkan berdasarkan lima (5) dimensi yaitu, *Tangibles, Reliability, Responsive, Assurance, dan Empathy*. Setiap dimensi kemudian dijabarkan kedalam pernyataan yang berkaitan dengan kinerja dan harapan berdasarkan pendapat pelanggan mengenai kualitas Pelayanan pada Hotel Timika Raya.

Analisis Tingkat Kesesuaian Variabel *Importance dan Performance*

Analisis tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui pencapaian kinerja Hotel Timika Raya, tingkat kesesuaian diperoleh dari perbandingan antara pelanggan atas kinerja hotel yang dirasakan terhadap kepentingan pelanggan hotel yang menggambarkan kinerja hotel yang dinilai dalam bentuk persen kesesuaian.

Berikut adalah perhitungan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan Hotel Timika Raya untuk masing-masing dimensi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*.

Tabel 5.1
Tingkat kesesuaian *Tangibles*

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Tangibles</i>			
1	Fisik tampilan bangunan maupun kamar pada Hotel Timika Raya yang sangat menarik	76	91	83%
2	Tersedianya perangkat teknologi pada kamar Hotel Timika Raya yang sangat memadai (Ac,kulkas,televisi dan telepon)	76	84	90%
3	Hotel Timika Raya memiliki fasilitas tempat parkir yang sangat memadai	78	81	96%
4	Karyawan pada Hotel Timika Raya memiliki penampilan yang sangat menarik	73	85	85%
	Total rata-rata	75	85	89%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian dimensi *Tangibles* adalah 89% dan atribut dimensi *Tangibles* yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut 1 yaitu Fisik tampilan bangunan maupun kamar pada Hotel Timika Raya yang sangat menarik dengan tingkat kesesuaian 83%.

Tabel 5.2
Tingkat kesesuaian *Reliability*

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Reliability</i>			
1	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai kebutuhan pelanggan	75	89	84%
2	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan rasa kepedulian atau simpati yang diberikan kepada pelanggan	74	81	91%

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Reliability</i>			
3	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan atau merespon pelanggan dengan sangat cepat	81	92	88%
	Total rata-rata	76	83	88%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian dimensi *Reliability* adalah 88% dan atribut dimensi *Reliability* yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut 1 yaitu karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai kebutuhan pelanggan 84%.

Tabel 5.3
Tingkat kesesuaian *Responsiveness*

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Responsiveness</i>			
1	Karyawan Hotel Timika Raya selalu cepat dan tanggap dalam merespon setiap keluhan maupun kebutuhan pelanggan	77	90	85%
2	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan	83	94	88%
	Total rata-rata	80	92	87%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian dimensi *Responsiveness* adalah 87% dan atribut dimensi *Responsiveness* yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut 1 karyawan Hotel Timika Raya selalu cepat dan tanggap dalam merespon setiap keluhan maupun kebutuhan pelanggan dengan tingkat kesesuaian 85%.

Tabel 5.4
Tingkat kesesuaian *Assurance*

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Assurance</i>			
1	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan respon dengan komunikasi yang baik kepada para pelanggan Hotel Timika Raya	81	87	93%
2	Karyawan Hotel Timika Raya selalu bersikap sopan kepada para pelanggan	78	94	83%
3	Karyawan Hotel Timika Raya memiliki pengetahuan yang sangat luas dalam menjawab setiap kebutuhan pelanggan	73	89	82%
	Total rata-rata	77	90	86%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian dimensi *Assurance* adalah 86% dan atribut dimensi *Assurance* yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut 3 Karyawan Hotel Timika Raya memiliki pengetahuan yang sangat luas dalam menjawab setiap kebutuhan pelanggan dengan tingkat kesesuaian 82%.

Tabel 5.5
Tingkat kesesuaian *Empathy*

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Empathy</i>			
1	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memahami setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	68	83	82%
2	Karyawan Hotel Timika Raya selalu peka dengan setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	82	86	95%
3	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan perhatian dengan bahasa tubuh yang sesuai dengan	68	82	84%

NO	PERNYATAAN	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
	<i>Empathy</i>			
	permasalahan pelanggan			
4	Karyawan selalu memberikan respon yang baik terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	77	97	79%
5	Karyawan selalu berusaha untuk mencari jalan keluar dalam membantu permasalahan pelanggan	83	87	95%
	Total rata-rata	75	87	87%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian dimensi *Empathy* adalah 87% dan atribut dimensi *Assurance* yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut 4 Karyawan selalu memberikan respon yang baik terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan 79%.

Tabel 5.6
Rata-Rata Kesesuaian Keseluruhan

No	Dimensi	Total Rata-Rata Kesesuaian
1	<i>Tangibles</i>	89%
2	<i>Reliability</i>	88%
3	<i>Responsiveness</i>	87%
4	<i>Assurance</i>	86%
5	<i>Empathy</i>	87%
	Rata-rata kesesuaian dimensi	87%

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa dari 5 dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*) kinerja hotel sendiri belum cukup memuaskan pelanggannya hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata kesesuaian dimensi *Reliability* dan *Empathy* masih dibawah nilai rata-rata untuk keseluruh 5 dimensi.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata kesesuaian keseluruhan untuk setiap dimensi adalah 87%, hal ini menunjukkan bahwa nilai kesesuaian (persen) perdimensi dengan nilai > 87% berada dalam kategori baik dan nilai kesesuaian < 87% dikategorikan kurang baik. Hal ini sejalan dengan Sukardi & Chodilis (2006:117), jika nilai skor rata-rata tingkat kesesuaian 100% dapat dikatakan bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan sudah baik dan hotel memiliki kinerja yang sudah mendekati harapan pelanggan.

Analisis Gap *Performance-Importance* (Gap P-I)

Gap analisis adalah analisis yang dibuat untuk mengukur kesenjangan antara kinerja suatu variabel dengan harapan pelanggan/konsumen terhadap variabel tersebut.

Berikut ini adalah hasil perhitungan gap P-I untuk masing-masing atribut, perdimensi maupun rata-rata keseluruhan sebagai berikut:

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.7
Perhitungan Gap *Performance-Importance* (Gap P-I) Dimensi *Tangibles*

Indikator	Mean Importance	Mean Performance	GAP
	Per-atribut	Per-atribut	
1	9,1	7,6	-1,5
2	8,4	7,6	-0,8
3	8,1	7,8	-0,3
4	8,5	7,3	-1,2
Mean Dimensi	8,52	7,57	-0,9

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata kesenjangan semua atribut dalam dimensi tangibles adalah -0,9 dengan kesenjangan tertinggi terletak pada atribut nomor 1 yaitu Fisik tampilan bangunan maupun kamar pada Hotel Timika Raya yang sangat menarik hal ini berarti atribut tersebut harus diprioritaskan perbaikannya.

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.8
Perhitungan Gap *Performance-Importance* (Gap P-I) Dimensi *Reliability*

Indikator	Mean Importance	Mean Performance	GAP
	Per-atribut	Per-atribut	
1	8,9	7,5	-1,4
2	8,1	7,4	-0,7
3	9,2	8,1	-1,1
Mean Dimensi	8,73	7,66	-1

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata kesenjangan semua atribut dalam dimensi reliability adalah -1 dengan gap tertinggi terletak pada 1 yaitu Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai kebutuhan pelanggan sebesar -1,4.

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.9
Perhitungan Gap *Performance-Importance* (Gap P-I) Dimensi *Responsiveness*

Indikator	Mean Importance	Mean Performance	GAP
	Per-atribut	Per-atribut	
1	9	7,7	-1,3
2	9,4	8,3	-1,1
Mean Dimensi	9,2	8	-1,2

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata kesenjangan semua atribut dalam dimensi responsiveness adalah -1,2 dengan gap tertinggi terletak pada 1 yaitu Karyawan Hotel Timika Raya selalu cepat dan tanggap dalam merespon setiap keluhan maupun kebutuhan pelanggan sebesar -1,3.

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.10

Perhitungan Gap Performance-Importance (Gap P-I) Dimensi Assurance

Indikator	Mean Importance	Mean Performance	GAP
	Per-atribut	Per-atribut	
1	8,7	8,1	-0,6
2	9,4	7,8	-1,6
3	8,9	7,3	-1,5
Mean Dimensi	9	7,7	-1,2

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata kesenjangan semua atribut dalam dimensi assurance adalah -1,2 dengan gap tertinggi terletak pada nomor 2 yaitu Karyawan Hotel Timika Raya selalu bersikap sopan kepada para pelanggan sebesar -1,6.

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.11

Perhitungan Gap Performance-Importance (Gap P-I) Dimensi Empathy

Indikator	Mean Importance	Mean Performance	GAP
	Per-atribut	Per-atribut	
1	8,3	6,8	-1,5
2	8,6	8,2	-0,4
3	8,2	6,9	-1,3
4	9,7	7,7	-2
5	8,7	8,3	-0,4
Mean Dimensi	8,7	7,5	-1,1

Sumber: Olah data analisis 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata kesenjangan semua atribut dalam dimensi empathy adalah -1,1 dengan gap tertinggi terletak pada nomor 4 yaitu Karyawan selalu memberikan respon yang baik terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan sebesar -2 yang harus diprioritaskan perbaikannya.

Pada tabel dibawah terdapat point mean importance dan mean performance yang mana nilai atau perhitungan dari masing-masing tabel tersebut didapatkan dari total rata-rata pada olah data IPA.

Tabel 5.12
Rata-Rata Keseluruhan Gap Performance-Importance (Gap P-I) Per Dimensi

Dimensi	Mean Importance	Mean Performance	GAP
Tangibles	8,52	7,57	-0,9
Reliability	8,73	7,66	-1
Responsiveness	9,2	8	-1,2
Assurance	9	7,7	-1,2
Empathy	8,7	7,5	-1,1
Rata-rata	8,83	7,68	-1,08

Sumber: Olah data analisis 2023

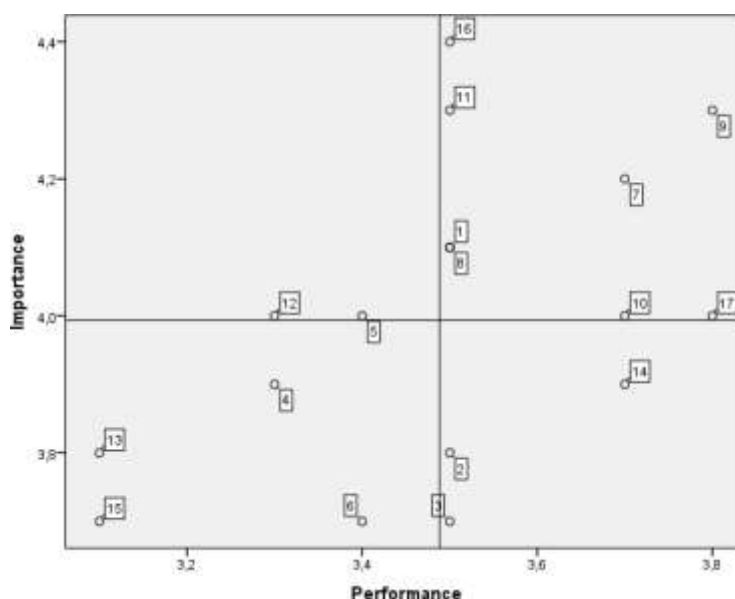
Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata gap untuk keseluruhan dimensi adalah -1,08 artinya ekspektasi pelanggan pada hotel dan apa yang dipresepsikan pelanggan tidak atau belum sesuai dengan harapan/kepentingan pelanggan hotel yang dapat dikatakan bahwa pelanggan kurang atau tidak puas terhadap kinerja hotel.

Importance dan Performance Analysis Methode (IPA)

Dalam metode analisis IPA ini responden diminta untuk dapat menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang terdapat pada atribut kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* yang akan diolah datanya dengan menggunakan spss 24 yang menyediakan analisis *graphs scatter/dot* yang hasilnya berupa gambar diagram kartesius.

Analisis pemetaan prioritas dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran bagi Hotel Timika Raya untuk memfokuskan dan memprioritaskan perbaikan pada atribut-atribut dari variabel kualitas pelayanan yang memerlukan tindakan perbaikan. Berikut ini adalah gambar hasil pembagian setiap atribut pada setiap kuadran yang diolah menggunakan SPSS 24

Gambar 5.1 Hasil pemetaan diagram kartesius IPA



Sumber: olah data SPSS 24 2023

Berdasarkan uraian gambar diagram kartesius diatas menunjukkan bahwa terdapat dua (2) atribut di kuadran A, delapan(8) atribut di kuadran B, empat (4) atribut di kuadran C dan 3 (tiga) atribut di kuadran D.

a. Kuadran A

Kuadran A berisi atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan, dimana pelanggan hotel sebagai responden yang menilai atribut-atribut sangat penting dan memiliki harapan yang tinggi namun kinerja yang belum maksimal. Adapun atribut-atribut tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah:

Tabel 5.13
Diagram Kartesius Pada Kuadran A

Atribut	Pernyataan
5	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai kebutuhan pelanggan
12	Karyawan Hotel Timika Raya memiliki pengetahuan yang sangat luas dalam menjawab setiap kebutuhan pelanggan

Sumber: Olah data analisis 2023

Dari 2 atribut yang ada di kuadran A diketahui bahwa atribut 5 bersumber dari *reliability* dan *assurance*.

b. Kuadran B

Kuadran B adalah atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan hotel yang kinerjanya dianggap telah memenuhi harapan mereka, karena itu Hotel Timika Raya harus terus mempertahankan serta meningkatkan kinerja pada atribut-atribut tersebut agar dapat terus memenuhi harapan pelanggan Hotel.

Tabel 5.14
Diagram Kartesius Pada Kuadran B

Atribut	Pernyataan
1	Fisik tampilan bangunan maupun kamar pada Hotel Timika Raya yang sangat menarik
7	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan atau merespon pelanggan dengan sangat cepat
8	Karyawan Hotel Timika Raya selalu cepat dan tanggap dalam merespon setiap keluhan maupun kebutuhan pelanggan
9	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan
10	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan respon dengan komunikasi yang baik kepada para pelanggan Hotel Timika Raya
11	Karyawan Hotel Timika Raya selalu bersikap sopan kepada para pelanggan
16	Karyawan selalu memberikan respon yang baik terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan

17	Karyawan selalu berusaha untuk mencari jalan keluar dalam membantu permasalahan pelanggan
----	---

Sumber: Olah data analisis 2023

Dari 8 atribut di kuadran B diketahui satu atribut dari dimensi *tangibles* yaitu atribut 1, satu atribut dari dimensi *reliability* yaitu atribut 7, dua atribut dari dimensi *responsiveness* yaitu atribut 8 dan 9, dan dua atribut dari dimensi *assurance* yaitu atribut 10 dan 11, dan dua atribut dari dimensi *empathy* yaitu atribut 16 dan 17.

c. Kuadran C

Kuadran C adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan hotel dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang termaksud dalam kuadran ini harus dipertimbangkan kembali oleh Hotel Timika Raya karena berpengaruh terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan Hotel.

Tabel 5.15
Diagram Kartesius Pada Kuadran C

Atribut	Pernyataan
4	Karyawan pada Hotel Timika Raya memiliki penampilan yang sangat menarik
6	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan rasa kepedulian atau simpati yang diberikan kepada pelanggan
13	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memahami setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan
15	Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan perhatian dengan bahasa tubuh yang sesuai dengan permasalahan pelanggan

Sumber: Olah data analisis 2023

Dari masing-masing atribut yang ada pada kuadran c diketahui satu atribut dari dimensi *tangibles* yaitu atribut 4, satu atribut dari dimensi *reliability* yaitu atribut 6, dan dua atribut dari dimensi *empathy* (empati) yaitu atribut 13 dan 15.

d. Kuadran D

Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran d dianggap tidak penting oleh pelanggan hotel yang dirasa terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran ini dapat dikurangi agar hotel dapat menghemat biaya.

Tabel 5.16
Diagram Kartesius Pada Kuadran C

Atribut	Pernyataan
2	Tersedianya perangkat teknologi pada kamar Hotel Timika Raya yang sangat memadai (Ac,kulkas,televisi dan telepon)
3	Hotel Timika Raya memiliki fasilitas tempat parkir yang sangat memadai
14	Karyawan Hotel Timika Raya selalu peka dengan setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan

Sumber: Olah data analisis 2023

Dari tiga atribut diatas diketahui bahwa dua atribut berasal dari dimensi *tangibles* yaitu atribut2 dan 3, dan satu atribut berasal dari dimensi *empaty* (empati) yaitu atribut 14.

Analisis SWOT

1. Identifikasi Faktor internal

a. Kekuatan (*Strenghts*)

- 1) Lokasi hotel dapat diakses dengan mudah
Lokasi mempermudah pelanggan untuk mengunjungi hotel karena berada di pusat kota yang dekat dari bandara maupun pusat perbelanjaan.
- 2) Hotel memiliki fasilitas tempat parkir yang sangat luas
Tersedianya lahan parkir yang luas sehingga dapat mempermudah pelanggan untuk memarkirkan kendaraannya tanpa takut bersenggolan dengan kendaraan lain.
- 3) Karyawan hotel memberikan penyampaian yang mudah dimengerti
Penyampaian yang baik dapat memberikan nilai tersendiri untuk karyawan dari pelanggan, karena ketika karyawan memberikan penyampaian yang sulit dimengerti akan membuat pelanggan merasa kurang nyaman.
- 4) Karyawan memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai harapan pelanggan
Memberikan pelayanan yang tepat dan benar merupakan suatu strategi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menghindari kaburnya pelanggan.
- 5) Memiliki harga sewa yang relatif murah dibanding dengan hotel lain
Harga yang disewakan sangat terjangkau sehingga membuat pelanggan tertarik untuk menginap di tengah banyaknya pesaing dengan beragam harga sewa.

b. Kelemahan

- 1) Fisik tampilan bangunan maupun kamar hotel kurang menarik
Bangunan hotel yang kurang menarik membuat pelanggan merasa bosan dengan tampilan maupun suasananya sehingga membuat pelanggan memilih hotel lain yang lebih menarik.
- 2) Kurangnya pembaharuan fasilitas yang memadai pada hotel
Kurangnya pembaharuan pada hotel seperti AC, kulkas dan Televisi yang membuat pelanggan kurang nyaman berada di kamar hotel.
- 3) Karyawan hotel memiliki penampilan yang kurang menarik
Penampilan merupakan hal yang penting dalam menarik pelanggan sehingga karyawan hotel perlu memperindah penampilannya dengan cara memiliki baju yang memperlihatkan bahwa orang tersebut merupakan karyawan hotel itu.
- 4) Kurangnya pengetahuan yang dikuasai karyawan sehingga tidak mampu memberikan informasi yang akurat
Pengetahuan yang dimiliki karyawan pada hotel harus luas sehingga ketika pelanggan menanyakan sesuatu, karyawan bisa menjelaskan dengan baik.

2. Identifikasi Faktor Eksternal

a. Peluang

- 1) Hotel berada di daerah yang berkembang dan berpotensi dalam peningkatan ekonomi

Ini menjadi salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan hotel karena lokasi hotel yang mudah dijangkau dan berada di tengah-tengah kota sehingga apabila pelanggan sedang menginap di hotel dan jika ingin berkunjung ke suatu tempat akan terasa lebih mudah.

- 2) Hotel bekerjasama dengan salah satu instansi penegak hukum
Merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan hotel dimana letak instansi tersebut berada di samping hotel sehingga dengan mudah menjalin kerjasama apabila ada anggota instansi tersebut butuh penginapan yang dekat dengan kantornya.
- 3) Memanfaatkan Masyarakat yang sering melakukan perjalanan
Memanfaat peluang dengan cara menarik pelanggan yang ingin berkunjung maupun yang berada pada kota tersebut dengan tujuan melakukan suatu pekerjaan yang tidak bisa jauh dari tempat kegiatan yang dilakukan.
- 4) Peningkatan akses internet di area sekitar hotel
Di era digital seperti sekarang, peningkatan akses internet merupakan salah satu hal yang penting karena akses internet yang lancar dapat mempermudah pengunjung dalam penggunaan internet.
- 5) Tersedianya gedung serba guna yang dapat disewakan untuk acara resepsi pernikahan maupun tempat berolahraga
Gedung serba guna Timika Raya sangat menguntungkan bagi pihak hotel Karena gedung tersebut dapat disewakan untuk berbagai acara termasuk cara pernikahan dan olahraga bulutangkis.

b. Ancaman

- 1) Banyaknya pesaing yang sejenis, menawarkan jasa yang sama
Banyaknya pesaing menjadi salah satu ancaman bagi Hotel Timika Raya dimana dapat mempengaruhi pelanggan untuk beralih tempat menginap apabila pesaing menyediakan fasilitas yang lebih canggih dan baru.
- 2) Kebiasaan masyarakat membuang sampah di sekitar hotel
Kebiasaan membuang sampah sembarangan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar akan berdampak buruk bagi hotel karena dapat menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung apabila melihat sampah yang berserakan.
- 3) Kurangnya jumlah pengunjung pada Hotel Timika Raya
Banyaknya hotel-hotel melati lainnya membuat Hotel Timika Raya menjadi sepi pengunjung.
- 4) Kurangnya pembaharuan tampilan hotel selama 3 tahun terakhir
Tampilan hotel yang sama dalam 3 tahun terakhir membuat pelanggan mencari suasana baru di hotel melati lainnya. Hal ini perlu diperhatikan oleh pengelola Hotel Timika Raya demi kemajuan hotel tersebut.

Perhitungan Bobot, Rating dan Skor Pada Tabel IFAS dan EFAS

Setelah melakukan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada lingkup peningkatan pelayanan pada Hotel Timika Raya maka dilakukan perhitungan bobot, rating dan skor pada tabel IFAS dan EFAS pada masing-masing faktor yang terpisah.

Bobot ditentukan berdasarkan urgensi penanganan dan rating ditentukan berdasarkan penilaiannya kondisi saat ini dengan skala 1-5. Untuk penentuan bobot (urgensi penanganan) pada faktor internal dan faktor eksternal pernyataan skala (1= sangat kurang penting, 5= sangat penting) yang mana nilai bobot tidak boleh lebih dari 1.

Pilihan nilai untuk bobot sebagai berikut:

- Nilai 1 = sangat kurang penting
- Nilai 2 = kurang penting
- Nilai 3 = cukup penting
- Nilai 4 = penting
- Nilai 5 = sangat penting

Penentuan rating pada faktor kelemahan dan ancaman dilakukan dengan kebalikan dari penentuan bobot pada faktor kekuatan dan peluang dengan pemberian nilai dari skala (-1 = sangat setuju dan -5 = sangat kurang setuju) pemberian nilainya sebagai berikut:

- Nilai -1 = sangat setuju
- Nilai -2 = setuju
- Nilai -3 = cukup setuju
- Nilai -4 = kurang setuju
- Nilai -5 = sangat kurang setuju

Perhitungan skor diperoleh dari hasil nilai bobot dikali dengan nilai rating. Berikut adalah hasil perhitungan bobot, rating dan skor pada masing-masing faktor.

Tabel 5.17
IFAS (Kekuatan dan Kelemahan)

No	Faktor-Faktor	Jumlah Bobot (a ₁)	Jumlah Rating (a ₂)	Bobot SWOT (a ₁ / Total Bobot)	Rating SWOT (a ₂ /10)	Skor SWOT (Bobot x Rating)
A. Kekuatan (S)						
1	Lokasi hotel dapat diakses dengan mudah	50	51	0,209	4,6	0,962
2	Hotel memiliki fasilitas tempat parkir yang sangat luas	50	51	0,209	4,6	0,962
3	Karyawan hotel memberikan penyampaian yang mudah dimengerti	48	37	0,200	3,3	0,662
4	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai harapan pelanggan	46	38	0,192	3,4	0,654
5	Memiliki harga sewa yang relatif murah dibanding dengan hotel lain	45	47	0,188	4,2	0,790
Total skor kekuatan		239	224			4,031
B. Kelemahan (W)						
1	Fisik tampilan bangunan maupun kamar hotel kurang menarik	39	-18	0,251	-1,6	-0,402
2	Kurangnya pembaruan fasilitas yang memadai pada hotel	38	-21	0,245	-1,9	-0,465
3	Karyawan hotel memiliki penampilan yang kurang menarik	40	-24	0,258	-2,1	-0,541
4	Kurangnya pengetahuan yang dikuasai karyawan sehingga tidak	38	-20	0,245	-1,8	-0,441

	mampu memberikan informasi yang akurat					
Total skor kelemahan		155	-83			-1,851
Total				1		2,18

Sumber: Olah data analisis 2023

Keterangan:

a_1 = Jumlah bobot pada masing-masing faktor

a_2 = Jumlah rating pada masing-masing faktor

10 = banyaknya jumlah responden

Total = Jumlah keseluruhan faktor-faktor

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 5.17 IFAS (Kekuatan dan Kelemahan). Pada tabel kekuatan berada pada titik 4,031 dan pada tabel kelemahan berada pada titik -1,851 berdasarkan penilaian kondisi saat ini dan urgensi penanganan pada peningkatan kualitas pelayanan di Hotel Timika Raya.

Tabel 5.18
EFAS (Peluang dan Ancaman)

No	Faktor-Faktor	Jumlah Bobot (a_1)	Jumlah Rating (a_2)	Bobot SWOT (a_1 / Total Bobot)	Rating SWOT (a_2 /10)	Skor SWOT (Bobot x Rating)
A. Peluang						
1	Hotel berada di daerah yang berkembang dan berpotensi dalam peningkatan ekonomi	48	45	0,209	4,0	0,838
2	Hotel berkerjasama dengan instansi penegak hukum	49	49	0,213	4,4	0,941
3	Memanfaatkan masyarakat yang sering melakukan perjalanan	50	52	0,218	4,7	1,026
4	Peningkatan akses internet di area sekitar hotel	42	46	0,183	4,1	0,751
5	Tersedianya gedung serbaguna yang dapat disewakan untuk acara resepsi pernikahan maupun tempat berolahraga	40	46	0,174	4,1	0,715
Total Skor Peluang		229	238			4,273
B. Ancaman						
1	Banyaknya pesaing yang sejenis, menawarkan jasa yang sama	49	-17	0,253	-1,5	-0,380
2	Kebiasaan masyarakat membuang sampah disekitar hotel	47	-22	0,243	-2	-0,487
3	Kurangnya jumlah pengunjung pada Hotel Timika Raya	49	-23	0,253	-2,1	-0,533
4	Kurangnya pembaharuan tampilan hotel selama 3 tahun terakhir	48	-18	0,248	-1,6	-0,397

Total Skor Ancaman	193	-80			-1,798
Total			1		2,475

Sumber: Olah data analisis 2023

Keterangan:

a_1 = Jumlah bobot pada masing-masing faktor

a_2 = Jumlah rating pada masing-masing faktor

10 = banyaknya jumlah responden

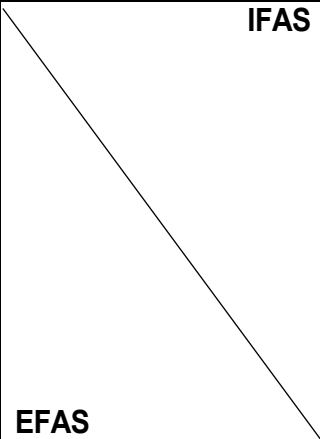
Total = Jumlah keseluruhan faktor-faktor peluang

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 5.18 EFAS (Peluang dan Ancaman). Pada tabel peluang berada pada titik 4,273 dan pada tabel ancaman berada pada titik -1,798 berdasarkan penilaian kondisi saat ini dan urgensi penanganan pada peningkatan kualitas pelayanan di Hotel Timika Raya.

Matriks SWOT dan Diagram SWOT

Setelah perhitungan bobot, rating dan skor dan membuat tabel IFAS dan EFAS untuk masing-masing faktor maka akan ditentukan strategi Matrik SWOT yaitu sebagai berikut:

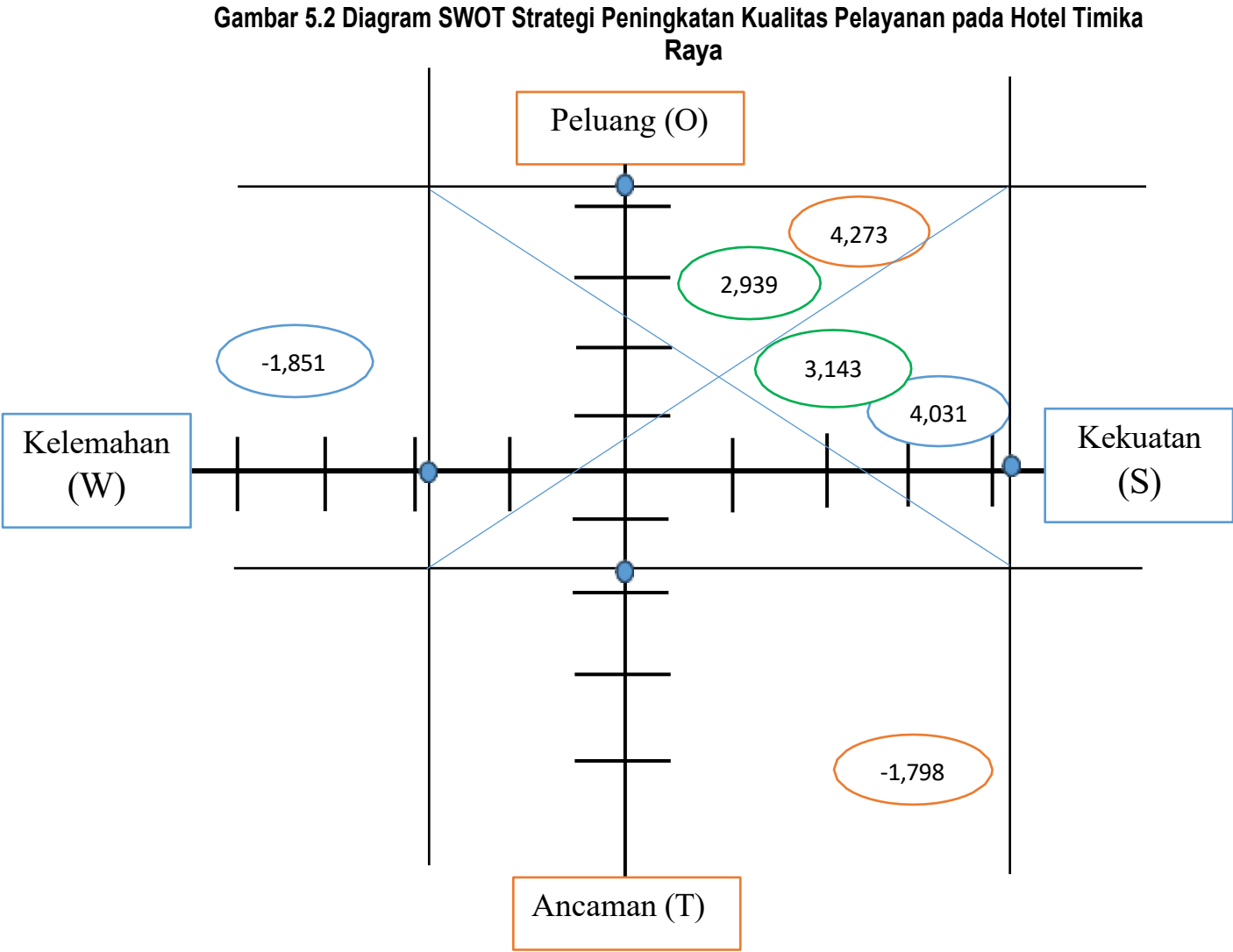
Tabel 5.19
Matriks Analisis SWOT Peningkatan Hotel Timika Raya

<div style="text-align: center;"> IFAS  </div>	S (Strength) <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi hotel dapat diakses dengan mudah 2. Fasilitas tempat parkir yang sangat luas 3. Penyampaian yang mudah dimengerti pelanggan 4. Pelayanan yang tepat dan benar kepada pelanggan 5. Harga sewa yang relatif murah dibanding hotel lain 	W (Weakness) <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan bangunan hotel yang kurang menarik 2. Kurangnya pembaharuan fasilitas yang memadai pada hotel 3. Penampilan karyawan yang kurang menarik 4. Kurangnya pengetahuan yang dikuasai karyawan
	O (Opportunity) <ol style="list-style-type: none"> 1. Hotel berada di daerah yang berkembang 2. Bekerjasama dengan instansi penegak hukum 3. Memanfaatkan masyarakat yang bepergian 4. Peningkatan internet pada hotel 5. Tersedianya Gedung serbaguna 	Strategi SO <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan lokasi hotel dan fasilitas lahan parkir agar menarik pelanggan. (S1,2 untuk O1) 2. Memberikan penyampaian dan pelayanan yang tepat kepada pelanggan agar terus menjalin kerjasama yang baik (S3,4 untuk O2) 3. Memanfaatkan harga sewa dengan meningkatkan akses internet pada lingkungan Hotel Timika Raya yang dapat diakses pula hingga ke gedung serbaguna (S5 untuk O4)
EFAS		Strategi WO <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembaharuan hotel, tampilan bangunan dan terus menjaga kebersihan hotel karena berada pada daerah yang berkembang. (S1,2 untuk O1,3) 2. Meningkatkan pengetahuan karyawan tentang cara untuk menggunakan akses internet dengan penyampaian yang ramah. (S4 untuk O2,5)
T (Threat)	Strategi ST	Strategi WT

1. Banyaknya pesaing sejenis 2. Membuang sampah diarea hotel 3. Kurangnya jumlah pengunjung pada hotel 4. Kurangnya pembaharuan tampilan hotel selama 3 tahun terakhir	1. Meningkatkan penyampaian yang mudah dimengerti untuk mengatasi kurangnya pengunjung. (S3,untuk T3) 2. Memberikan pelayanan yang efektif kepada pelanggan agar mampu mengatasi pesaing sejenis. (S4 untuk O1) 3. Menambahkan harga sewa agar bisa meningkatkan pembaharuan tampilan hotel. (S5 untuk O4)	1. Meningkatkan tampilan bangunan hotel dan fasilitas yang memadai agar mampu bersaing dengan pesaing sejenis. (S1,2 untuk T1) 2. Meningkatkan penampilan karyawan agar pengunjung merasa nyaman dipandang dan ingin berkunjung Kembali. (S3 untuk T3) 3. Memperluas pengetahuan karyawan agar mampu memiliki ide untuk memperbaharui tampilan hotel menjadi lebih menarik. (S4 untuk T4)
---	--	---

Sumber: Olah data analisis 2023

Setelah menentukan strategi dalam matriks SWOT maka dapat ditentukan kombinasi dari faktor internal maupun eksternal dalam diagram SWOT yang dijelaskan dalam gambar berikut:



Sumber: Olah data analisis 2023

Dari hasil diagram diatas menunjukkan bahwa nilai skor faktor kekuatan dan kelemahan berada pada titik 4,031 dan -1,851 sedangkan nilai skor faktor peluang dan ancaman berada pada titik 4,273 dan -1,851 dan dari hasil perhitungan persamaan linear berada pada titik 2,939 dan 3,143. Dari keseluruhan nilai skor tersebut terbentuklah strategi yang dapat diambil yaitu strategi SO dimana strategi ini disusun dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan dan berada pada titik kuadran I yang merupakan situasi yang paling menguntungkan bagi Hotel Timika Raya karena terdapat peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan saat menghadapi situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Pembahasan

Untuk mengetahui strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Hotel Timika Raya dengan menggunakan analisis IPA dan SWOT, dikemukakan hasil sebagai berikut:

Hasil perhitungan pada analisis IPA menunjukkan bahwa terdapat atribut-atribut yang masuk dalam kuadran A yang mana menjadi prioritas perbaikan utama yang harus dilakukan Hotel Timika Raya agar sesuai dengan harapan pelanggan karena atribut tersebut penting bagi pelanggan hotel namun masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.

Berikut merupakan hal yang perlu dilakukan perbaikan pada tiap atribut yang menjadi prioritas utama:

- a. Karyawan Hotel Timika Raya selalu memberikan pelayanan yang tepat dan benar sesuai kebutuhan pelanggan
- b. Karyawan Hotel Timika Raya memiliki pengetahuan yang sangat luas dalam menjawab setiap kebutuhan pelanggan.

Sedangkan untuk mengetahui hasil perhitungan menggunakan analisis SWOT dapat dilakukan dengan mengambil strategi yang tepat dengan cara mengidentifikasi faktor-faktor yang terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Setelah diidentifikasi faktor-faktor tersebut kemudian menentukan alternatif strategi pada matriks SWOT dan menentukan titik pada garis SWOT, maka strategi yang dapat diambil yaitu strategi SO dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memanfaatkan lokasi hotel dan fasilitas lahan parkir agar menarik pelanggan.
Salah satu strategi yang dapat dijadikan peluang bagi Hotel Timika Raya ialah lokasi hotel yang berada di tengah kota dan memiliki lahan parkir yang luas sehingga mempermudah pelanggan apabila memarkirkan kendaraannya tanpa takut kendaraannya tidak mendapatkan lahan parkir. Dengan menerapkan strategi ini maka dapat memberikan keuntungan dan menarik perhatian pelanggan agar mau berkunjung Kembali ke Hotel Timika Raya.
- b. Memberikan penyampaian dan pelayanan yang tepat kepada pelanggan agar terus menjalin kerjasama yang baik.
Salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan pelayanan pada suatu hotel adalah dengan memberikan penyampaian yang baik kepada setiap pelanggan, baik pelanggan tetap maupun pelanggan tidak tetap agar setiap pelanggan merasa nyaman dan lebih mempererat kerjasamanya karena mendapatkan pelayanan yang baik.
- c. Memanfaatkan harga sewa dengan meningkatkan akses internet pada lingkungan Hotel Timika Raya yang dapat diakses pula hingga ke gedung serbaguna.

Salah satu cara yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan ialah dengan cara memperbaharui segala fasilitas hotel termasuk peningkatan akses internet. Akses internet yang lancar dapat mempermudah pelanggan dalam mengerjakan pekerjaan yang sedang pelanggan kerjakan dengan menggunakan akses internet yang disediakan hotel sehingga pelanggan tidak merasa terganggu dengan akses internet yang lambat karena telah dilakukan peningkatan akses internet.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan terdapat atribut-atribut yang masuk dalam kuadran A yang mana menjadi prioritas perbaikan utama yang harus dilakukan Hotel Timika Raya agar sesuai dengan harapan pelanggan karena atribut tersebut penting bagi pelanggan hotel namun masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.
- b. Hasil analisis SWOT mengidentifikasi hasil olah data pada Hotel Timika Raya berada strategi SO dimana strategi ini disusun dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan dan berada pada titik kuadran I yang merupakan situasi yang paling menguntungkan bagi Hotel Timika Raya karena terdapat peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan saat menghadapi situasi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak Hotel Timika Raya sebagai berikut:

- a. Hotel Timika Raya perlu meningkatkan dan memperbaharui tampilan bangunan hotel, memberikan penampilan yang terbaik pada karyawannya serta melengkapi fasilitas-fasilitas atau memperbaharui fasilitas pada kamar hotel agar pelanggan merasa nyaman.
- b. Penting bagi manajemen Hotel Timika Raya untuk tetap bertahan dalam menghadapi situasi ini sambil mengurangi kelemahan dan meningkatkan kekuatannya agar mampu menghadapi ancaman yang berada disekitar hotel dengan memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreadmaja. (2022). *Strategi Pengembangan Prasarana dan Sarana Pariwisata Pulau Karampuang, Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat*. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Anggraeni, dita putri, Kumadji, S., & Sunarti. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171–177. <https://www.neliti.com/publications/87178/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-survei-pada-p>
- Anugrah, K., & Sudarmayasa, I. wayan. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi*. Ideas Publishing, Gorontalo.
- DJ, Y. R. (2019). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(1), 889–896. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i1.229>
- Ida Ayu Kade Winda Wikantini, N. D. A. U. (2020). Strategi Peningkatan Keterampilan Pramusaji di Makase Restaurant. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(2), 42–50. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i2.28992>
- Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No. 14/U/II/88 Tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan

Penggolongan Hotel.

- Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1251–1259. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Moclin, A., Rorong, ari j, & Kolondam, helly f. (2021). Strategi Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Tengah Pandemi COVID-19 Di Kantor Desa Pusunge Kecamatan Tabukan Utara Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(111), 107–115. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+Pemerintah+Desa+Dalam+Meningkatkan+Kualitas+Pelayanan+Publik+Di+Tengah+Pandemi+COVID-19+Di+Kantor+Desa+Pusunge+Kecamatan+Tabukan+Utara+Kabupaten+Kepulauan+Sangihe&btnG=
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>
- Mou, L., Mahmud, N., & Agustan Arifin, A. (2021). Kajian Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 140–149. <https://doi.org/10.33387/cp.v3i1.2264>
- Ramdan, U. sahrul. (2020). *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual-Importance Performance Analysis*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Riani, ni ketut. (2021). STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443–2452. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/489>
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50. <http://fe.umm metro.ac.id/ejournal/index.php/JS/article/view/330>
- Suci, R. puji. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suhada, & Putra, A. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Nurihsan Palembang. *Media Wahana Ekonomika*, 13(2), 100–114. https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAMQw7AJahcKEwjQpJno_79AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fjurnal.univpgri-palembang.ac.id%2Findex.php%2FEkonomika%2Farticle%2Fdownload%2F2726%2F2537&psig=AOvVaw3S0j8fEto
- Sukardi, & Chodilis, C. (2006). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Cornet Produksi PT. CIP, Denpasar, Bali. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, Vol.18 (2), 106–117. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Tingkat+Kepuasan+Pelanggan+Terhadap+Produk+Cornet+Produksi+PT.+CIP%2C+Denpasar%2C+Bali&btnG=
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. UMSIDA Press.
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5), 27–36. <https://www.neliti.com/publications/188442/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-tamu-hotel-studi-ten>
- Wardi, Y. (2016). *Pemasaran Jasa Realistis di Indonesia*. Sukabina Press, Padang.
- Wibowati, J. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Adminika*, 7(1), 94–110. <http://journal.poltekanika.ac.id/index.php/adm/article/view/266>
- Wina. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI PADA PT ALPHA CENTRAL PROPERTINDO*. Universitas Putera Batam.