

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HUNIAN DI HOTEL GRAN PURI MANADO

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*

Oleh

**VALEINE MATSUKO WAROUW
NIM. 20053108**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
2025**

Valeine Matsuko Warouw, 2025 “**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Di Hotel Grand Puri Manado**”. Di bawah bimbingan Meiske Wisye Manopo, SE,.M.Si dan Drs. Laurens Ponggohong,M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado, dengan fokus pada indikator harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, promosi dan strategi, serta faktor eksternal. Tingkat hunian kamar merupakan salah satu tolok ukur penting dalam kinerja hotel, sehingga memahami faktor-faktor yang memengaruhinya menjadi kunci dalam perumusan strategi manajemen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajemen hotel, karyawan, serta tamu, dilengkapi observasi langsung di area hotel dan dokumen internal seperti laporan okupansi kamar dan data pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kamar berpengaruh terhadap minat tamu untuk menginap, di mana tamu cenderung membandingkan tarif dengan fasilitas yang didapatkan. Kualitas pelayanan menjadi faktor dominan, karena keramahan dan profesionalisme staf terbukti meningkatkan kepuasan tamu. Fasilitas hotel dinilai masih perlu pembaruan, mengingat beberapa sarana sudah tidak up to date, seperti AC yang kurang berfungsi optimal. Lokasi hotel yang strategis di pusat kota menjadi salah satu keunggulan dalam menarik tamu, meskipun aksesibilitas lalu lintas sering menjadi kendala. Dari sisi promosi, strategi pemasaran digital masih dianggap kurang maksimal dalam menjangkau calon tamu baru. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perkembangan pariwisata, dan kebijakan pemerintah juga memengaruhi fluktuasi tingkat hunian kamar. Temuan ini menegaskan bahwa tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan, memperbarui fasilitas, serta memperkuat strategi pemasaran yang adaptif, sehingga dapat meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

Kata kunci: Tingkat Hunian Kamar, Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, Promosi, Hotel.

Valeine Matsuko Warouw, 2025 **"Analysis of Factors Influencing the Occupancy Rate at the Grand Puri Manado Hotel."** Under the guidance of Meiske Wisye Manopo, SE, M.Si, and Drs. Laurens Ponggohong, M.Si

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the occupancy rate at the Gran Puri Manado Hotel, focusing on indicators such as room rate, service quality, facilities, location, promotions and strategies, and external factors. Room occupancy rate is an important measure of hotel performance, so understanding the factors that influence it is key to formulating management strategies. The research method used was qualitative with a descriptive approach. Data were obtained through in-depth interviews with hotel management, employees, and guests, supplemented by direct observation in the hotel area and internal documents such as room occupancy reports and marketing data. The results show that room rate influences guest interest in staying, as guests tend to compare the rate with the facilities provided. Service quality is a dominant factor, as the friendliness and professionalism of the staff have been shown to increase guest satisfaction. The hotel's facilities are considered to still need updating, given that some facilities are outdated, such as suboptimal air conditioning. The hotel's strategic location in the city center is a key factor in attracting guests, although traffic accessibility is often a challenge. In terms of promotion, digital marketing strategies are still considered less than optimal in reaching potential new guests. External factors such as economic conditions, tourism development, and government policies also influence fluctuations in room occupancy rates. These findings confirm that room occupancy rates at the Gran Puri Manado Hotel are influenced by a combination of internal and external factors. This research is expected to provide input for hotel management in improving service quality, updating facilities, and strengthening adaptive marketing strategies, thereby increasing competitiveness amidst the increasingly fierce competition in the hotel industry.

Keywords: Room Occupancy Rate, Price, Service Quality, Facilities, Location, Promotion, Hotel.

MOTTO

Jesus Christ My Living Hope

**“Jangan Takut Akan Masa Depanmu, Dia Yang Berjanji Dia Juga Yang Akan
Menepati Tepat Pada Waktunya.”**

(Ulangan 31:6)

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

(Amsal 23:18)

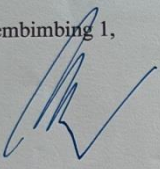
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

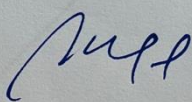
Skripsi Penelitian oleh Valeine Matsuko Worouw

Telah disetujui dan diuji

Manado, September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,

Meiske Wisye Manopo, SE.,M.Si
NIP. 196312131994032001

Dosen Pembimbing 2

Drs. Laurens Ponggohong, M.Si
NIP. 1961020881988111001

Ketua Panitia Seminar Skripsi,


Juliet P. T. Makinggung, SE.,M.Si
NIP. 197307222002122001

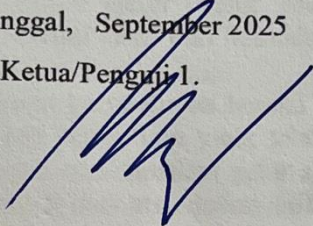
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
HUNIAN DI HOTEL GRAN PURI MANADO

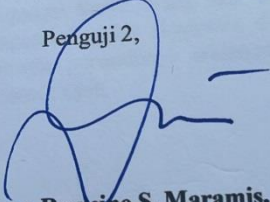
Oleh

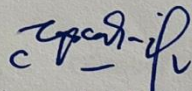
VALEINE MATSUKO WAROUW

NIM. 20053108

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah
Satu Persyaratan Melaksanakan Penelitian Untuk Memperoleh
Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada tanggal, September 2025
Ketua/Penguji 1.

Meiske Wisye Manopo, SE., M.Si
NIP. 196312131994032001

Penguji 2,

Diana Rowaine S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

Penguji 3,

Cysca A.J Langi, SE., M.Si
NIP. 1969061319994032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Diana Rowaine S. Maramis, SE., M.Si
NIP. 197209152002122001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Valeine Matsuko Warouw
NIM : 20053108
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Diploma IV

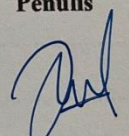
Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang penulis akui sebagai tulisan atau pikiran dari penulis sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, maka penulis bersedia ditindak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



BIOGRAFI

Nama Lengkap : Valeine Matsuko Warouw
NIM : 20053108
Tempat Tanggal Lahir : Manado, 25 Maret 2003
Agama : Kristen
Alamat Tempat Tinggal : Desa Kali, Kec. Pineleng
Riwayat Pendidikan : SD GMIM 2 Kali
SMP Kristen Kali
SMK Negeri 1 Manado
Orang Tua
Nama Ibu : Irma Lumansik
Nama Ayah : Jhon Warouw
Alamat : Desa Kali, Kec. Pineleng

Manado, September 2025
Penulis

Valeine Matsuko Warouw
NIM. 20053108

KATA PENGANTAR

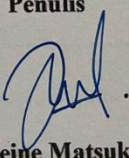
Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan pedoman pembuatan skripsi sesuai yang diharapkan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang dilaksanakan oleh Politeknik Negeri Manado. Selama itu juga, skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Dalam skripsi ini membahas tentang Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Di Hotel Gran Puri Manado. Dengan selesainya skripsi ini dan sampai akan menyusun skripsi, penulis sadar bahwa begitu banyak bantuan yang telah diterima oleh penulis, karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Dra.Maryke Alelo,MBA Sebagai Direktur Polteknik Negri Manado.
2. Dr.Diane Tangian,SH.,M.Si Sebagai Wakil Drektur Bidang Akedemik.
3. Selvie R.Kalele,SE.,M.Si Sebagai Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum.
4. Rudolf Estephanus Golioth Mait,ST., MT Sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Juliet P.T Makinggung,SE.,M.Si Sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama & Selaku Ketua Panitia Skripsi.
6. Diana Roweina S.Maramis,SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
7. Arifmanuel Kolondam,SE.,MM selaku Sekretaris Jurusan Adminitrasi Bisnis.

8. Precylia Ribka Raming,SE.,MM selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis D4.
9. Vekky Supit, SE,. M.Si selaku Sekretaris Skripsi.
10. Meiske Wisye Manopo,SE.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing 1 Skripsi.
11. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si sebagai Dosen Pembimbing 2 Skripsi.
12. Papa Jhon Warouw, dan Mama Irma Lumansik yang telah memberikan motivasi, semangat serta dukungan dalam penyelesaian proposal penelitian ini, baik secara materi maupun non materi.
13. Seluruh keluarga tercinta oma dan opa, paman, tante yang selalu memberi doa dan menyayangi penulis dengan tulus.
14. Wiwi Datu, Cindy Lambaihang, Jacey Lumintang, Fanesa Mootinelo, Nurleila Suleman, Puji sebagai orang yang membantu penulis dalam segala aspek sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis sangat menyadari masih terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan adanya pihak yang berkenan untuk dapat menyempurnakannya lewat kritik dan saran yang konstruktif sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan lebih sempurna. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan juga dapat berguna sebagai bahan referensi dalam penyelesaian karya ilmiah di masa yang akan datang.

Manado, September 2025
Penulis

Valeine Matsuko Warouw
NIM. 20053108

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Fokus Dan Subfokus Penelitian.....	5
1.4 Pembatasan Masalah	6
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Tujuan Umum.....	7
1.6.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	11
2.1. Landasan Teori	11

2.1.1	Hotel.....	11
2.1.2	Fasilitas Hotel.....	12
2.1.3	Pemasaran	15
2.1.4	Kualitas Pelayanan	19
2.1.5	Harga Kamar	20
2.1.6	Tingkat Hunian Kamar	22
2.2	Kerangka Pikir	25
2.3	Hasil Penelitian Relevan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian	29
3.2	Latar Penelitian.....	29
3.3	Metode dan Jenis Penelitian.....	31
3.4	Subjek Penelitian	32
3.5	Sumber Data	34
3.5.1	Data Primer	34
3.5.2	Data Sekunder	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7	Prosedur Analisis Data	40
3.8	Pemeriksaan Keabsahan Data	41
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		49
4.1	Sejarah Perusahaan	49
4.2	Lokasi dan Telepon Instansi.....	51
4.3	Visi dan Misi	51
4.4	Makna dan Logo Perusahaan	52
4.5	Sumber Daya Perusahaan.....	54

4.6 Struktur Organisasi Perusahaan	55
4.7 Uraian Kerja (job description).....	55
4.8 Produk Layanan.....	59
BAB V HASIL TEMUAN PENELITIAN.....	74
5.1 Hasil Temuan Penelitian	74
5.2 Pembahasan Temuan Penelitian	75
5.2.1 Temuan Penelitian Mengenai Harga Kamar	75
5.2.2 Pembahasan Temuan Penelitian Mengenai Harga Kamar	77
5.2.3 Temuan Penelitian Mengenai Kualitas Pelayanan	78
5.2.4 Pembahasan Mengenai Temuan Kualitas Pelayanan	80
5.2.5 Temuan Penelitian Mengenai Fasilitas	80
5.2.6 Pembahasan Temuan Penelitian Mengenai Fasilitas	82
5.2.7 Temuan Penelitian Mengenai Promosi dan Strategi.....	82
5.2.8 Pembahasan Temuan Penelitian Promosi dan Strategi.....	84
5.2.9 Faktor-faktor yang Mendukung dan Menghambat Tingkat Hunian Kamar di Hotel Gran Puri Manado.....	84
5.3 Implementasi Temuan Penelitian	86
BAB VI PENUTUP	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN UJI KEABSAAN DATA.....	93
LAMPIRAN REDUKSI DATA.....	94
WAWANCARA PENELITIAN	96
DOKUMENTASI.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Hasil Penelitian Relevan	26
2.	Informan Penelitian	33
3.	Pimpinan di Hotel Gran Puri Manado	54
4.	Jawaban informan.....	76
5.	Jawaban informan.....	78
6.	Jawaban informan.....	80
7.	Jawaban informan.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir	26
2.	Logo Hotel Gran Puri Manado	52
3.	Stuktur organisasi perusahaan	55
4.	Kamar Superior Club Double	60
5.	Kamar Club Double	61
6.	Kamar Superior	63
7.	Deluks Club Double	64
8.	KamarSuperior – Bebas Asap Rokok	66
9.	Kamar Deluks – Bebas Asap Rokok	67
10.	Kamar Suite Junior - Bebas Asap Rokok.....	69
11.	Kamar Suite Junior Queen - Boleh Merokok.....	70
12.	Kamar Suite King - Boleh Merokok.....	71
13.	Fasilitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1. Uji Keabsahan Data		92
2. Reduksi Data		93
3. Wawancara Penelitian		95
4. Dokumentasi		60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perkembangan pariwisata dan perekonomian daerah. Menurut Kotler dan Keller (2016), hotel adalah lembaga penyedia jasa akomodasi yang menawarkan layanan dan kenyamanan bagi tamu untuk memenuhi kebutuhan selama mereka berada jauh dari rumah. Dalam industri perhotelan, keberhasilan suatu hotel dapat dilihat dari tingkat hunian kamar (room occupancy rate), yang menggambarkan seberapa efektif hotel dalam menarik dan mempertahankan tamu. Sulastiyono (2011:76) menjelaskan bahwa tingkat hunian kamar mencerminkan kemampuan hotel dalam memasarkan produknya secara optimal. Semakin tinggi tingkat hunian kamar, semakin baik pula kinerja dan daya saing hotel tersebut di pasar jasa akomodasi.

Hotel Gran Puri Manado merupakan salah satu hotel berbintang empat yang telah lama beroperasi di Kota Manado dan memiliki kontribusi penting dalam mendukung kegiatan pariwisata maupun bisnis. Namun, seiring dengan meningkatnya persaingan antarhotel di kawasan ini, tingkat hunian kamar Hotel Gran Puri Manado mengalami fluktuasi yang menunjukkan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya. Berdasarkan hasil pengamatan awal, permasalahan utama yang muncul berkaitan dengan harga kamar yang belum sesuai dengan kondisi fasilitas dan layanan, kualitas fasilitas yang sudah

tidak up to date, promosi yang belum optimal, serta pelayanan yang dinilai belum konsisten dalam memberikan kepuasan kepada tamu.

Dari sisi harga kamar, tamu sering menilai bahwa tarif yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas fasilitas dan layanan yang diterima. Menurut Lupiyoadi (2014), harga yang ditetapkan harus mencerminkan nilai dan manfaat yang dirasakan pelanggan; jika tidak, maka hal tersebut dapat memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Ketidaksesuaian harga dengan kondisi aktual hotel dapat menurunkan minat tamu untuk menginap atau melakukan kunjungan ulang.

Faktor fasilitas hotel juga menjadi permasalahan yang menonjol. Beberapa fasilitas seperti pendingin ruangan (AC), perabot kamar, dan area publik mulai menunjukkan tanda-tanda penurunan fungsi dan tampilan yang sudah ketinggalan zaman. Menurut Lovelock dan Wirtz (2016), fasilitas fisik merupakan salah satu elemen utama yang membentuk persepsi kualitas jasa, karena berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Fasilitas yang kurang memadai akan menurunkan citra hotel dan berdampak pada berkurangnya loyalitas tamu.

Selain itu, strategi promosi dan pemasaran di Hotel Gran Puri Manado masih tergolong konvensional dan belum memanfaatkan potensi media digital secara maksimal. Padahal, dalam era digitalisasi saat ini, promosi melalui media sosial dan platform online travel agent (OTA) menjadi faktor kunci dalam

meningkatkan visibilitas dan minat calon tamu. Tjiptono (2017) menegaskan bahwa kegiatan promosi yang tepat dapat membangun kesadaran merek, menciptakan citra positif, dan meningkatkan permintaan terhadap produk jasa.

Selanjutnya, aspek kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh penting terhadap keputusan tamu untuk menginap. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama dalam model SERVQUAL, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Kinerja hotel dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional sangat menentukan kepuasan serta loyalitas tamu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penurunan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado disebabkan oleh belum optimalnya pengelolaan empat faktor utama, yaitu harga kamar, fasilitas, promosi, dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh keempat faktor tersebut dalam menentukan tingkat hunian kamar, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi pihak manajemen hotel agar dapat meningkatkan daya saing, memperkuat citra positif, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu di masa mendatang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang berhubungan dengan tingkat hunian kamar di Gran Puri Hotel Manado sebagai berikut:

1. Harga kamar yang diterapkan belum sepenuhnya sesuai dengan kondisi dan kualitas fasilitas yang tersedia, sehingga menimbulkan persepsi nilai yang kurang seimbang di mata tamu.
2. Fasilitas hotel sudah mulai usang dan kurang modern, seperti pendingin ruangan, furnitur, serta perlengkapan kamar yang tidak lagi memberikan kenyamanan optimal bagi tamu.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan belum konsisten di semua bagian, khususnya dalam hal kecepatan, keramahan, dan ketepatan pelayanan kepada tamu.
4. Promosi dan strategi pemasaran masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan secara maksimal media digital maupun platform pemesanan daring, sehingga jangkauan pasar hotel menjadi terbatas.
5. Tingkat hunian kamar mengalami penurunan karena belum optimalnya pengelolaan faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap minat dan kepuasan tamu.

1.3 Fokus Dan Subfokus Penelitian

a. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado dengan menitikberatkan pada empat aspek utama, yaitu harga kamar, fasilitas, promosi, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana kesesuaian harga dengan kondisi fasilitas, efektivitas promosi dalam menarik tamu, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel dalam meningkatkan kepuasan dan minat tamu untuk menginap kembali.

b. Sub Fokus Penelitian

Sub fokus pada penelitian ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu :

1. Harga Kamar

Menelaah kesesuaian antara harga kamar yang ditetapkan dengan kualitas fasilitas dan pelayanan yang diberikan, serta bagaimana persepsi tamu terhadap nilai yang mereka dapatkan dari harga tersebut.

2. Fasilitas Hotel

Menganalisis kondisi dan kelayakan fasilitas yang tersedia di Hotel Gran Puri Manado, termasuk kenyamanan, kelengkapan, dan modernitasnya dalam mendukung pengalaman menginap tamu.

3. Promosi dan Strategi Pemasaran

Mengkaji efektivitas strategi promosi yang dijalankan oleh pihak hotel, baik secara konvensional maupun digital, dalam meningkatkan minat tamu dan memperluas pangsa pasar.

4. Kualitas Pelayanan

Menilai mutu pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel, mencakup sikap, kecepatan, ketepatan, serta kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkesan bagi tamu. Harga Kamar (*Room Rate*).

1.4 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado, meliputi harga kamar, fasilitas hotel, promosi, dan kualitas pelayanan. Penelitian tidak membahas faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, maupun persaingan antarhotel secara mendalam. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana keempat faktor tersebut memengaruhi minat tamu untuk menginap serta tingkat kepuasan yang dirasakan selama menggunakan layanan hotel. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen dan tamu hotel yang memiliki pengalaman langsung terhadap layanan yang diberikan.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, fokus, sub fokus, serta pembatasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kesesuaian harga kamar yang diterapkan dengan kondisi fasilitas dan kualitas pelayanan yang diterima oleh tamu di Hotel Gran Puri Manado?
2. Bagaimana kondisi dan kelayakan fasilitas hotel dalam menunjang kenyamanan serta pengalaman menginap tamu di Hotel Gran Puri Manado?
3. Bagaimana efektivitas promosi dan strategi pemasaran yang dilakukan pihak hotel dalam menarik minat tamu dan meningkatkan tingkat hunian kamar?
4. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas tamu di Hotel Gran Puri Manado?

1.6 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.6.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado, dengan menitikberatkan pada empat aspek utama yaitu harga kamar, fasilitas, promosi, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang

komprehensif mengenai bagaimana keempat faktor tersebut saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan tamu untuk menginap, tingkat kepuasan yang dirasakan, serta loyalitas terhadap hotel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pihak manajemen hotel dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja, daya saing, serta upaya mempertahankan eksistensi hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

1.6.2 Tujuan Khusus

1. Menganalisis kesesuaian harga kamar yang ditetapkan oleh Hotel Gran Puri Manado dengan kondisi fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan, serta dampaknya terhadap minat dan kepuasan tamu.
2. Mengidentifikasi kondisi dan kelayakan fasilitas hotel yang tersedia, termasuk kenyamanan, kebersihan, kelengkapan, dan kemutakhiran sarana pendukung yang memengaruhi pengalaman menginap tamu.
3. Menilai efektivitas strategi promosi dan pemasaran yang dijalankan oleh manajemen hotel, baik melalui metode konvensional maupun digital, dalam menarik minat tamu dan meningkatkan tingkat hunian kamar.
4. Menelaah kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel, mencakup aspek kecepatan, keramahan, ketepatan, dan sikap profesional yang berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas tamu.

1.6.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk guna memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan misalnya, peneliti, pembaca lainnya, kampus dan Luwansa Hotel Manado. Ada pun manfaat dari penelitian ini dilakukan adalah:

1. Bagi Peneliti dan Pembaca Lainnya.

Penelitian ini memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman penulis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di hotel, khususnya pada Gran Puri Hotel Manado. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang relevan dalam bidang manajemen perhotelan, pemasaran jasa, maupun pariwisata. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik mendalami topik serupa.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini dapat menambah kontribusi ilmiah dalam bidang ilmu manajemen, khususnya manajemen perhotelan, serta menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Institusi pendidikan juga memperoleh manfaat berupa penguatan kualitas akademik melalui karya penelitian mahasiswa yang relevan dengan kondisi industri pariwisata lokal, sehingga memperkuat hubungan antara teori yang diajarkan di kampus dengan praktik nyata di lapangan.

3. Bagi Hotel Gran Puri Manado

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi pihak manajemen Gran Puri Hotel Manado dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan penting terhadap tingkat hunian kamar. Dengan memahami variabel seperti harga, pelayanan, fasilitas, lokasi, promosi, dan faktor eksternal, pihak hotel dapat merumuskan strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan tingkat hunian kamar, kepuasan tamu, serta daya saing hotel di tengah persaingan industri perhotelan di Kota Manado.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Hotel

Dalam mengembangkan industri pariwisata, hotel merupakan salah satu sarana pokok dalam menyediakan penginapan, hotel memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengemukakan bahwa hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan orang yang sedang dalam perjalanan. (Widjaya, 2005:3). K. Kraph yang menjabat Direktur Lembaga Riset Pariwisata Universitas Bern di Swiss mendefinisikan hotel sebagai sebuah gedung (bangunan) yang menyediakan penginapan, makanan dan pelayanan yang bersangkutan dengan menginap serta makan itu bagi mereka yang mengadakan perjalanan. Surat Keputusan Menteri (Perhubungan Republik Indonesia, 1970) No. SK.241/H/70 Tahun 1970 menyebutkan hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi) serta menyajikan hidangan serta fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat comfort dan bertujuan komersial.

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia Nomor PM86/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyediaan Akomodasi menjelaskan bahwa hotel adalah penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan-kegiatan hiburan dan/atau fasilitas-fasilitas lainnya. Sedangkan (Sulastiyono, 2011) menyatakan bahwa hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

2.1.2 Fasilitas Hotel

Fasilitas menurut (Sulastiyono, 2011) adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama mereka tinggal di hotel.

1. Jenis-jenis Fasilitas Jenis-jenis fasilitas menurut (Haryono, 2015) dapat berupa :
 - a. Kamar hotel dengan segala perlengkapan yang terdapat di dalamnya dan ini menjadi fasilitas utama,

- b. Restoran dengan berbagai jenis produk makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung pelayanan penyajian makanan dan minuman dengan baik,
 - c. Fasilitas-fasilitas olahraga seperti kolam renang, lapangan tenis, tempat fitness, dan
 - d. Tempat hiburan seperti karaoke dan lain-lain.
2. Jenis Fasilitas Kamar Hotel (Meskardo, 2015) menjelaskan jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan tingkatannya yaitu :
- a. Standard room. Tipe kamar hotel ini biasanya memiliki harga sewa paling murah.
 - b. Superior room atau premium room. Kamar jenis ini biasanya seperti kamar standar yang ukuran dan fasilitasnya lebih atau merupakan kamar khusus dengan lokasi yang lebih baik.
 - c. Deluxe room, Kamar ini biasanya berkelas karena perbedaan di desain dan penampilan serta lokasi. Ada beberapa hotel yang menerapkan tipe deluxe di bawah kamar superior.
 - d. Junior suite room. Kamar jenis ini mempunyai ruangan yang besar dengan fasilitas ruang tidur dan ruang duduk terpisah.
 - e. Suite room. Kamar tipe suite dapat dikatakan seperti apartemen kecil dalam sebuah hotel. Ukuran yang jauh lebih besar dari ukuran standar seperti ruang tidur, ruang tamu dan ruang memasak sendiri.

- f. Presidential atau penthouse room, Jenis kamar yang termahal dari suatu hotel dan sebagian besar memiliki fasilitas terbaik.

(Meskardo, 2015) juga menjelaskan jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan jumlah ranjang yaitu:

1) Single room.

Tipe kamar ini dilengkapi sebuah tempat tidur berukuran single untuk satu orang.

2) Twin room.

Tipe kamar jenis ini dilengkapi dengan dua buah tempat tidur yang masing-masing berukuran single.

3) Double room.

Tipe kamar hotel yang dilengkapi dengan satu ranjang atau tempat tidur dengan ukuran besar atau double.

4) Triple room atau family room,

Kamar jenis ini diperuntukkan untuk keluarga yang dilengkapi dengan dua jenis tempat tidur, biasanya satu tempat tidur jenis double dan satu buah tempat tidur berukuran single.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain Fasilitas

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan desain fasilitas menurut (Tjiptono, 2011) yaitu:

- 1) Sifat dan tujuan organisasi. Sifat dan tujuan seringkali menentukan berbagai ketentuan desainnya. Sebagai contoh, desain tempat penginapan perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai.
- 2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang dan tempat. Setiap perusahaan membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya.
- 3) Fleksibilitas. Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah sehingga resiko keusangan relatif besar.
- 4) Faktor estetis fasilitas yang tertata rapi, menarik, dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan.
- 5) Masyarakat dan lingkungan sekitar. Masyarakat dan lingkungan sekitar memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.
- 6) Biaya konstruksi dan operasi. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

2.1.3 Pemasaran

Salah satu bagian yang memiliki peran sangat penting dalam suatu perusahaan adalah bagian pemasaran, karena pemasaran memiliki fungsi utama untuk menguasai pasar dengan cara mencari dan memperbanyak konsumen, selain juga mempertahankan konsumen yang ada. Pemasaran juga menjadi ujung tombak, agar perusahaan dapat tetap bertahan hidup dan berkembang dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh sebab itu untuk mencapai tujuan

perusahaan seorang pemasar harus dapat menyusun suatu strategi jitu dan wajib memahami berbagai permasalahan yang ada di bidangnya. Ada beberapa literatur yang menjelaskan pengertian pemasaran.

Menurut (Alma, 2009), pemasaran adalah suatu rangkaian manajemen mulai dari proses mengidentifikasi dan mengantisipasi sampai dengan memuaskan pelanggan yang dilakukan secara menguntungkan. Sementara (Kotler & Keller, 2010) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Selain itu, (Danang, 2014) mengemukakan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan ber dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Dengan demikian jelas bahwa pemasaran telah didefinisikan berbagai cara oleh para ahli dan definisi tersebut tidak bersifat konstan, melainkan mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan dan evolusi itu sendiri. Dari uraian para ahli di atas dapat dijelaskan beberapa kesimpulan, yaitu:

- a. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

- b. Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa.
- c. Pemasaran berorientasi pada langganan yang ada dan potensial.
- d. Pemasaran tidak hanya bertujuan memuaskan kepentingan langganan saja akan tetapi juga memerhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, seperti kesejahteraan sosial karyawan, kepentingan masyarakat sekitarnya, kepentingan para pemegang saham, pencemaran lingkungan dan lain-lain.
- e. Program pemasaran itu mulai dengan sebuah ide tentang produk baru (barang, jasa, ide pribadi atau tempat) dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan.

1) Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa tidak bisa dipisahkan dengan pemasaran barang atau produk, akan tetapi antara barang dan jasa sering kali saling melengkapi diantara keduanya. Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa kembang. Oleh karena itu seorang pemasar sering kali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang sering kali disertai dengan jasa-jasa tertentu dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya. Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan

kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Tjiptono, 2011).

2) Bauran Pemasaran

Istilah bauran pemasaran sering disebut juga dengan marketing mix, hal ini dikarenakan karena bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing agar ditemukan kombinasi yang maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Kegiatan-kegiatan marketing tersebut terdiri dari 4 masalah yang biasa terjadi dalam pemasaran, yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *placement*. Lebih jelas tentang definisi dari marketing mix menurut beberapa ahli pemasaran antara lain: “Kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu produk, harga, promosi dan sistem distribusi” (Swastha, 2009). Sedangkan (Kotler Dan Amstrong, 2012) mendefinisikan bauran pemasaran (marketing mix) adalah merupakan alat yang baik untuk mengatur produk, harga, promosi, distribusi, kombinasi terhadap produk yang merupakan respon dari target pasar. Kita menyadari bahwa karakteristik jasa berbeda dengan karakteristik produk manufaktur maka pendekatan pemasaran (4P) atau bauran pemasaran (*product*, *price*, *promotion* dan *place*) dirasa terlalu sempit, maka beberapa pakar pemasaran memperluas bauran pemasaran untuk jasa dengan menambah *people*, *proccess*, dan *costumer service* karena jasa sebagian besar diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan dan motivasi pegawai dapat membuat perbedaan besar dalam kepuasan pelanggan. Idealnya pegawai harus

memperhatikan kompetensi, sikap memperhatikan, responsif, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah dan niat baik.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima. Menurut Kotler dan Keller (2016:155) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap 5 (lima) indikator spesifik dari kinerja pelayanan. Adapun kelima indikator kualitas pelayanan tersebut yang dijelaskan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:137) sebagai berikut :

1. Berwujud (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat

kesalaahn apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

3. Daya Tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan memproses permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (Assurance), berkenaan dengan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.
5. Empati (Emphaty), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.1.5 Harga Kamar

Michael J.Etzel dalam (Danang, 2014) menyebutkan bahwa harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dollar=\$) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar (*price is value expressed in terms of dollars or monetary medium of exchange*). Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. (Tjiptono, 2015) mengartikan secara sederhana

istilah harga sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga juga mempunyai arti jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapat suatu produk.

Keputusan penetapan harga (Tjiptono, 2015) merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran.

Dalam strategi penentuan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Oleh karena itu tinjauan di sini berawal dari segi manajemen perusahaan yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapan harga. Tujuan penetapan harga menurut (Tjiptono, 2011) pada dasarnya terdapat empat jenis penetapan harga yaitu :

1. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga

Penetapan harga menurut (Tjiptono, 2011) secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

- a. Penetapan harga berbasis permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan

referensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan.

- b. Penetapan Harga Berbasis Biaya adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.
- c. Penetapan Harga Berbasis Laba yaitu menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.
- d. Penetapan Harga Berbasis Persaingan yaitu apa yang dilakukan pesaing.

2.1.6 Tingkat Hunian Kamar

Produk utama dari sebuah hotel adalah jasa penyewaan kamar. Sugiarto dalam (Sumarcaya, 2013) menyatakan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual jika dibandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang tersedia. Damardjati dalam (Anisa, 2015) menyebutkan bahwa tingkat hunian kamar adalah kamar-kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu kemudian dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar tersedia yang diperhitungkan dalam jangka waktu harian, bulanan atau tahunan.

Tingkat hunian kamar yang tinggi akan dapat memberikan keuntungan dan penghasilan yang tinggi bagi hotel tersebut. Hal ini dikarenakan kamar sebagai produk utama yang memberikan profit margin yang paling tinggi dibandingkan dengan produk-produk hotel yang lain seperti laundry, bar, restoran, room service dan lain sebagainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual, jika dibandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual.

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar

Dalam menjual produk-produknya sebuah hotel harus memperhatikan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki agar hotel tersebut dapat mengelolanya menjadi suatu kekuatan atau daya tarik bagi tamu. Hal ini bertujuan agar hunian kamar yang dimiliki sekurang-kurangnya mampu mencapai target tingkat hunian yang diharapkan untuk memberikan keuntungan bagi hotel tersebut. Oka A Yoeti dalam (Nasution, 2014) menuliskan bahwa harga, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Sedangkan menurut Suarthana dalam (Wijaya & Santoso, 2018) faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar dan promosi. Any Setiawati dalam (Sumarcaya, 2013) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada suatu hotel yaitu:

a. Lokasi hotel

Lokasi hotel berperan sangat besar dalam keberhasilan menarik minat tamu yang datang. Lokasi hotel yang strategis sangat memberikan keuntungan bagi pihak hotel karena pada umumnya tamu mencari hotel yang berlokasi di kawasan tertentu yang memiliki daya tarik. Misalnya sebuah hotel berlokasi di kawasan wisata, pusat perbelanjaan, pusat kota, pusat hiburan, dan memiliki aksesibilitas yang tinggi dengan tempat-tempat seperti bandara. Lokasi hotel yang strategis dapat memberikan keuntungan berupa posisi tawar yang lebih baik dalam menetapkan harga kamarnya. Sehingga dengan lokasi yang strategis membuat tamu menjadi lebih lama tinggal. Hal ini dapat memberikan kontribusi yang besar bagi tingkat hunian kamar pada hotel tersebut.

- b. Pelayanan hotel Hotel perlu menetapkan standar pelayanan kepada tamu yang datang sehingga tamu merasa diperhatikan dan mendapat pelayanan yang istimewa. Standar pelayanan suatu hotel harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi para tamu yang menginap di hotel tersebut.
- c. Harga kamar Pada dasarnya penetapan harga kamar adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa maka dalam penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pemberian pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan bagi tamu yang datang dan menginap di hotel tersebut. Harga kamar hotel satu dengan hotel lainnya adalah berbeda. Harga

kamar sebuah hotel ditentukan berdasarkan luas dan kualitas kamar, fasilitas, keadaan, dan lainnya.

- d. Promosi Pada dasarnya bertujuan untuk menginformasikan kepada banyak orang bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Pernyataan ini dapat dimengerti bahwa promosi sangat penting artinya dalam menentukan keberhasilan menjual kamar dari sebuah hotel melalui media-media promosi agar calon tamu dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari produk yang ditawarkan oleh sebuah hotel, sehingga menarik minat mereka untuk berkunjung dan menginap.

2.2 Kerangka Pikir





Gambar 1

Kerangka Pikir

Sumber. Data Olahan Penulis 2025

2.3 Hasil Penelitian Relevan

Tabel 1

Hasil Penelitian Relevan

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ika Devi Widyaningrum (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat	Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2	Sartika Moha & Sjudry Loindong (2016)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado	Kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Marcelitha T. Montolalu (2013)	Dampak Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Swiss-BelHotel Maleosan Manado	Kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4	Ni Luh Sili Antari, I Putu Santika & Gusti Putu Eka Mahardika (2017)	Peran Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (The Shanti Residences and Resorts Bali)	Kualitas layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
5	Risma Nur Maulidya, Ahmad Mulyadi Kosim & Abrista Devi (2019)	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor	Etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

6	Nurmalita Sekar Smardhana & Harrie Lutfie (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan di The 101 Hotel Bandung Dago	Kualitas layanan dan fasilitas fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7	Rianto Nurcahyo, Annisa Fitriyani & Irma Nur Hudda (2017)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Borobudur Jakarta	Fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang berdampak pada loyalitas pelanggan.
8	Eka Kesuma, Amri & M. Shabri (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh	Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan.
9	Bambang Purwoko (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas serta Kepercayaan Wisatawan Asing di Jawa Timur	Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan wisatawan asing.

Sumber. Data olahan Penulis 2025

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Hotel Gran Puri Manado, Jl. Sam Ratulangi No.458, Ranotana, Kec. Sario, Kota Manado, Sulawesi Utara 95116. Waktu yang digunakan peneliti selama melaksanakan penelitian yaitu selama 6 bulan mulai dari bulan januari sampai juli 2025.

3.2 Latar Penelitian

Gran Puri Hotel Manado merupakan salah satu hotel berbintang empat yang berlokasi di pusat Kota Manado, tepatnya di Jalan Sam Ratulangi, kawasan strategis yang menjadi jalur utama menuju pusat pemerintahan, bisnis, dan destinasi wisata. Keberadaan hotel ini memiliki peran penting dalam mendukung kebutuhan akomodasi, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, serta

bagi tamu yang datang untuk keperluan bisnis, rapat, maupun kegiatan resmi lainnya.

Sebagai hotel berbintang dengan fasilitas yang lengkap, Gran Puri Hotel Manado menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat hunian kamar (occupancy rate). Persaingan ketat dengan hotel-hotel lain di Kota Manado, terutama yang juga berada di pusat kota, membuat manajemen perlu terus berinovasi dalam strategi pemasaran, peningkatan kualitas pelayanan, serta penyesuaian harga kamar. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, perkembangan sektor pariwisata di Sulawesi Utara, serta kondisi ekonomi masyarakat turut memberikan pengaruh terhadap jumlah tamu yang menginap.

Berdasarkan laporan data hunian kamar, tingkat hunian di Gran Puri Hotel Manado mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada periode tertentu, hotel mencatat tingkat hunian yang cukup tinggi, terutama saat musim liburan atau ketika ada kegiatan skala besar di Kota Manado. Namun, pada periode lain, terjadi penurunan yang cukup signifikan akibat meningkatnya persaingan serta dinamika eksternal yang memengaruhi permintaan pasar. Kondisi inilah yang menjadi salah satu alasan penelitian ini dilakukan, agar dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar secara lebih mendalam.

Dengan menempatkan Gran Puri Hotel Manado sebagai lokasi penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai hubungan antara faktor internal (harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, dan

promosi) serta faktor eksternal (kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan tren pariwisata) terhadap tingkat hunian kamar. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada relevansi dan signifikansi hotel tersebut sebagai bagian dari perkembangan industri perhotelan di Kota Manado yang semakin dinamis.

3.3 Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Gran Puri Hotel Manado, bukan pada pengukuran angka semata. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha menggali data secara rinci mengenai pengalaman, pandangan, serta strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen hotel dalam menghadapi tantangan terkait tingkat hunian kamar.

Pendekatan deskriptif digunakan karena penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi yang terjadi di lapangan. Penelitian ini tidak berusaha menguji hipotesis dengan metode statistik, melainkan mendeskripsikan fenomena berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, penelitian ini mampu mengungkap hubungan antara faktor internal seperti harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, promosi, serta faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan tren pariwisata terhadap tingkat hunian kamar di Gran Puri Hotel Manado.

3.4 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan Gran Puri Hotel Manado yang terlibat langsung dalam operasional layanan hotel, termasuk manajemen front office, manajemen kamar, serta staf layanan makanan dan minuman, yang dijadikan sebagai informan. Dalam penelitian kualitatif, tidak digunakan populasi secara keseluruhan, karena penelitian ini berfokus pada kasus tertentu di situasi sosial tertentu. Oleh karena itu, hasil kajian penelitian ini tidak berlaku secara general untuk seluruh populasi, tetapi dapat ditransfer pada situasi serupa di hotel lain yang memiliki karakteristik dan kondisi yang sama.

Menurut Sugiyono (2015:364), sampel dalam penelitian kualitatif bukan disebut responden, melainkan narasumber, partisipan, atau informan, yang dipilih berdasarkan kemampuan memberikan informasi terkait masalah penelitian. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling, yaitu teknik dimana setiap individu tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel (Santoso, 2012:49). Lebih spesifik, penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan subjek penelitian berdasarkan tujuan penelitian dan relevansi terhadap topik yang diteliti (Satori & Komariah, 2014:47-48).

Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada tanggung jawab pekerjaan, keterlibatan dalam layanan operasional hotel, serta kemampuan mereka dalam memberikan informasi terkait faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar, baik dari aspek internal seperti harga kamar, kualitas pelayanan,

fasilitas, lokasi, promosi, maupun aspek eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan tren pariwisata.

Tabel 2
Informan Penelitian

No	Keterangan	Informan
1	Acounting	1 Informan
2	Front Office	3 Informan
3	F&B & FBS	3 Informan
4	Tamu	3 Informan
Jumlah		10 Informan

Sumber : Hasil olahan data penulis 2025

Dalam penelitian ini, pemilihan informan didasarkan pada pekerjaan dan tanggung jawab informan, masalah yang diteliti, dan tanggapan informan lain terhadap kemampuan dan pengetahuan mereka. Oleh Karena itu teknik pengumpulan datanya melalui sampling, yaitu mengidentifikasikan kasus-kasus tertentu melalui sejumlah orang yang dihubungi secara berangkai. Selain itu, juga menggunakan teknik opportunistic sampling. Yaitu orang-orang dengan tidak menutup kemungkinan adanya informan lainnya yang bisa memberikan keterangan lebih lanjut.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan para informan yang memiliki keterkaitan erat dengan operasional Hotel Gran Puri Manado, baik dari pihak manajemen, staf, maupun tamu yang pernah menginap. Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian serta memiliki pengetahuan dan pengalaman yang dapat mendukung jawaban atas fokus kajian. Informan yang diwawancarai antara lain General Manager, yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai arah kebijakan dan strategi manajemen hotel dalam menghadapi persaingan industri perhotelan. Selanjutnya, Director of Sales & Marketing memberikan informasi mengenai strategi promosi, pemasaran digital, serta kerja sama dengan instansi dan perusahaan swasta yang berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

Selain itu, Front Office Manager menjelaskan mengenai proses reservasi, pola check-in dan check-out tamu, serta keluhan yang sering muncul terkait pelayanan di bagian penerimaan tamu. Food & Beverage Manager memberikan gambaran mengenai kontribusi layanan makanan dan minuman, termasuk banquet, restoran, dan event, yang menjadi salah satu penunjang tingkat hunian kamar. Dari sisi operasional kamar, Housekeeping Manager menyampaikan kondisi fasilitas kamar, standar kebersihan, serta faktor kenyamanan yang dirasakan langsung oleh tamu. Adapun HR Manager memberikan informasi

mengenai kesiapan, kompetensi, serta kinerja sumber daya manusia dalam menjaga kualitas pelayanan. Di sisi lain, Financial Controller atau Accounting Manager menjelaskan mengenai kondisi pendapatan hotel, perbandingan okupansi dengan tahun sebelumnya, serta dampaknya terhadap kinerja finansial hotel.

Tidak hanya dari pihak internal, data primer juga diperoleh dari tamu hotel yang menjadi pengguna langsung layanan Gran Puri Manado. Tamu memberikan penilaian mengenai pengalaman menginap, termasuk persepsi mereka terhadap harga kamar, kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, lokasi hotel, dan efektivitas promosi. Dengan demikian, data primer ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi tingkat hunian kamar, sesuai dengan indikator penelitian yaitu harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas hotel, lokasi dan aksesibilitas, strategi promosi dan pemasaran, serta faktor eksternal.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai sumber resmi yang dapat mendukung dan melengkapi data primer. Sumber-sumber tersebut meliputi dokumen internal hotel, laporan kinerja tahunan, data tingkat hunian kamar, catatan pendapatan, serta arsip mengenai program promosi dan kerja sama yang dilakukan oleh Hotel Gran Puri Manado. Data ini membantu peneliti untuk memahami tren okupansi kamar dari tahun ke tahun, terutama dalam melihat perbandingan sebelum dan sesudah adanya kebijakan tertentu maupun kondisi eksternal yang memengaruhi industri perhotelan. Selain itu, data sekunder juga

mencakup laporan kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh pihak hotel, baik melalui media cetak, media elektronik, maupun platform digital, sehingga dapat diketahui sejauh mana strategi promosi telah berkontribusi terhadap peningkatan jumlah tamu.

Selain dari dokumen internal, data sekunder juga dihimpun dari literatur akademik berupa buku, artikel ilmiah, jurnal penelitian, serta laporan studi terdahulu yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar hotel. Kajian pustaka ini berfungsi sebagai acuan teoritis yang dapat memperkuat analisis hasil temuan lapangan. Penelitian-penelitian terdahulu, baik yang dilakukan di tingkat lokal maupun nasional, memberikan gambaran mengenai pola yang umum terjadi di industri perhotelan, misalnya terkait pengaruh harga kamar, kualitas pelayanan, promosi, dan fasilitas hotel terhadap minat tamu untuk menginap.

Di samping itu, data sekunder juga bersumber dari publikasi resmi pemerintah, seperti data Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai tingkat hunian kamar (TPK) hotel berbintang di Kota Manado dan Sulawesi Utara secara umum. Data ini memberikan pembandingan terhadap kondisi okupansi Hotel Gran Puri Manado dalam konteks industri perhotelan di wilayah tersebut. Informasi lain diperoleh dari berita media massa, laporan pariwisata daerah, serta situs resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menyajikan perkembangan tren pariwisata, jumlah kunjungan wisatawan, dan tingkat permintaan akomodasi di kawasan Sulawesi Utara.

Dengan menggabungkan data sekunder dari berbagai sumber ini, penelitian dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor eksternal yang turut memengaruhi kinerja Hotel Gran Puri Manado. Data sekunder menjadi penting karena tidak hanya memberikan latar belakang kondisi industri perhotelan, tetapi juga memperkuat validitas hasil temuan dari wawancara langsung dengan informan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Stainback dalam Sugiyono (2015:379), dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, serta berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Pada penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di Hotel Gran Puri Manado dengan tujuan untuk memahami kondisi nyata terkait tingkat hunian kamar, kualitas pelayanan, serta fasilitas hotel. Observasi dilakukan di beberapa bagian yang berhubungan langsung dengan indikator penelitian, yaitu:

a) Front Office, peneliti mengamati aktivitas resepsionis dalam menangani reservasi, check-in, dan check-out tamu. Aktivitas ini menunjukkan peran penting front office dalam menjaga kepuasan tamu dan kelancaran layanan.

- b) Housekeeping, pengamatan dilakukan terhadap staf housekeeping yang bertugas menjaga kebersihan, kenyamanan, serta kerapian kamar. Hal ini berhubungan langsung dengan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.
- c) Food & Beverage (F&B), observasi dilakukan pada layanan restoran dan banquet. Peneliti mengamati kesiapan staf F&B dalam menyajikan makanan dan minuman, serta melayani kebutuhan tamu baik secara individu maupun dalam event.
- d) Fasilitas Pendukung, seperti kolam renang, ruang pertemuan, serta area umum hotel, juga diamati untuk mengetahui sejauh mana fasilitas dapat menunjang minat tamu dalam menginap.

Dengan demikian, hasil observasi memberikan gambaran nyata mengenai operasional Hotel Gran Puri Manado, serta memperlihatkan keterkaitan antara pelayanan, fasilitas, dan tingkat hunian kamar.

2. Wawancara

Menurut Hardani et al. (2020), penelitian kualitatif menekankan pada proses dan makna yang muncul dari pengalaman sosial yang tidak dapat diukur secara ketat, melainkan dipahami melalui interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada informan yang berperan langsung dalam operasional hotel, seperti General Manager, Front Office Manager, Housekeeping Manager, Food & Beverage Manager, serta tamu hotel.

Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk memperoleh data spesifik terkait indikator penelitian, seperti pengaruh harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, dan strategi promosi terhadap tingkat hunian kamar. Selain itu, wawancara semi-terstruktur juga digunakan agar peneliti dapat menggali informasi tambahan terkait pengalaman informan, strategi manajemen hotel, serta kendala yang dihadapi dalam menjaga okupansi kamar.

Seluruh hasil wawancara dicatat dan direkam, kemudian dilakukan konfirmasi ulang (member check) kepada informan untuk memastikan keakuratan informasi. Data wawancara ini menjadi sumber utama untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tertulis maupun visual yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi yang digunakan mencakup laporan tingkat hunian kamar, data pendapatan hotel, arsip kegiatan promosi, catatan keuangan, serta laporan tahunan hotel. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan data dari instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Pariwisata, untuk memperkuat hasil penelitian.

Metode ini menghasilkan data yang lebih objektif karena didasarkan pada catatan dan dokumen resmi yang telah ada, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pembandingan serta pelengkap terhadap data hasil observasi dan wawancara. Dengan demikian, dokumentasi membantu peneliti memperoleh

gambaran yang lebih utuh mengenai kondisi operasional dan kinerja Hotel Gran Puri Manado.

3.7 Prosedur Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles & Huberman (1994) yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Prosedur ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada penggalian makna dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Reduksi Data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, hasil observasi lapangan, serta dokumen hotel diseleksi, dipilah, dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Informasi yang tidak relevan disisihkan, sedangkan data yang berkaitan dengan indikator penelitian, yaitu harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, strategi promosi, serta faktor eksternal, dipertahankan. Proses reduksi ini bertujuan untuk memfokuskan data agar lebih mudah dianalisis secara mendalam.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah direduksi, data disajikan dalam bentuk tabel, matriks, narasi deskriptif, maupun kutipan langsung dari informan. Penyajian ini dilakukan untuk memudahkan peneliti memahami pola hubungan antara indikator

penelitian dengan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado. Misalnya, jawaban dari berbagai informan mengenai kualitas pelayanan disusun dalam tabel, lalu dianalisis untuk menemukan kesamaan pandangan maupun perbedaan pendapat.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan sementara dari pola-pola data yang telah tersaji. Kesimpulan tersebut kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses verifikasi juga dilakukan dengan member check, yaitu mengonfirmasi hasil wawancara kepada informan agar data yang digunakan benar-benar valid. Hasil akhir dari proses ini berupa kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado.

Dengan demikian, prosedur analisis data dalam penelitian ini bersifat siklus, dimana reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dilakukan secara berulang hingga diperoleh gambaran yang utuh, konsisten, dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

3.8 Pemeriksaan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif berarti memverifikasi bahwa data yang ditemukan di lapangan benar atau valid (Sugiyono, 2019:365). Apabila hasil penelitian dianggap valid, maka data tersebut konsisten dengan

kondisi lapangan saat ini. Menurut Sugiyono (2015:92), teknik pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui empat kriteria, yaitu kredibilitas (*credibility*), transferabilitas (*transferability*), dependabilitas (*dependability*), dan konfirmabilitas (*confirmability*).

1. Kredibilitas (Credibility)

Uji kredibilitas merupakan uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif (Prastowo, 2012:266). Kredibilitas data dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi mengenai harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, promosi, dan faktor eksternal benar-benar akurat, valid, dan dapat dipercaya. Peneliti menggunakan strategi triangulasi sumber, triangulasi metode, serta konfirmasi informan. Misalnya, informasi mengenai kualitas pelayanan diperoleh dari wawancara tamu hotel, observasi langsung di Front Office, serta dokumen internal mengenai standar operasional pelayanan. Dengan cara ini, konsistensi data dapat dipertanggungjawabkan.

2. Transferabilitas (Transferability)

Sugiyono (2015:376) menyatakan bahwa uji transferabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan pada konteks lain yang memiliki kesamaan karakteristik. Penelitian ini memberikan deskripsi rinci terkait kondisi Hotel Gran Puri Manado, termasuk profil hotel, strategi pelayanan, serta faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar. Dengan deskripsi

yang jelas, pembaca atau peneliti lain dapat menilai apakah hasil penelitian ini dapat ditransfer pada konteks hotel lain di Manado atau kota lain dengan kondisi serupa, sehingga meningkatkan kegunaan hasil penelitian.

3. Dependabilitas (Dependability)

Uji dependabilitas dalam penelitian kualitatif setara dengan uji reliabilitas pada penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2015:377). Dependabilitas dilakukan dengan cara mengaudit seluruh proses penelitian mulai dari perencanaan, pengumpulan data, analisis, hingga penarikan kesimpulan. Peneliti mencatat setiap tahap secara sistematis, termasuk catatan wawancara dengan General Manager, Front Office Manager, Food & Beverage Manager, hingga tamu hotel. Hal ini memastikan bahwa penelitian dapat ditelusuri kembali dan menghasilkan data yang konsisten apabila dilakukan ulang dalam konteks serupa.

4. Konfirmabilitas (Confirmability)

Uji konfirmabilitas bertujuan memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar objektif dan didasarkan pada data, bukan opini pribadi peneliti (Sugiyono, 2015:377). Setiap data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen internal, seperti laporan tingkat hunian kamar dan data keuangan hotel, disimpan serta dianalisis secara sistematis. Peneliti juga menyertakan dokumentasi lengkap, seperti transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen pendukung, agar dapat diverifikasi oleh peneliti lain. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan bebas dari bias subjektif.

Selain empat kriteria tersebut, penelitian ini juga menggunakan triangulasi untuk meningkatkan validitas data, yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan untuk memverifikasi keabsahan data dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak terkait enam indikator penelitian. Pada indikator harga kamar, data diperoleh dari wawancara dengan staf Front Office mengenai kebijakan tarif kamar dan promo yang diberikan, kemudian dibandingkan dengan dokumen laporan harga resmi hotel serta testimoni tamu mengenai kesesuaian harga dengan layanan yang diterima. Untuk kualitas pelayanan, informasi dihimpun dari wawancara dengan staf operasional (Front Office, Housekeeping, dan F&B), diverifikasi dengan observasi langsung interaksi staf dengan tamu, serta diperkuat melalui ulasan tamu yang terekam dalam buku tamu atau platform reservasi online. Pada indikator fasilitas, data didapatkan dari wawancara dengan tamu mengenai kondisi fasilitas yang mereka gunakan, dicocokkan dengan laporan inventaris hotel, serta diamati langsung kondisi aktual fasilitas seperti AC, ruang pertemuan, maupun area publik hotel.

Sementara itu, untuk lokasi, data dikumpulkan melalui wawancara tamu mengenai aksesibilitas hotel, dibandingkan dengan informasi dari pihak manajemen tentang strategi pemanfaatan lokasi strategis, serta diperkuat dengan observasi situasi lingkungan sekitar hotel. Pada indikator promosi dan strategi, informasi diperoleh melalui wawancara dengan staf pemasaran mengenai metode

promosi yang digunakan, diverifikasi dengan dokumen berupa brosur, media sosial, dan laporan kampanye promosi, serta diperkuat dengan pendapat tamu terkait efektivitas promosi tersebut. Terakhir, pada faktor eksternal, data dihimpun dari wawancara dengan manajemen terkait pengaruh kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan tren pasar, kemudian dicocokkan dengan dokumen berita atau regulasi resmi, serta diperkuat melalui pengamatan kondisi lingkungan bisnis perhotelan di sekitar Manado. Dengan membandingkan berbagai sumber tersebut, peneliti dapat memastikan konsistensi, validitas, dan keandalan data, sehingga temuan penelitian benar-benar mencerminkan kondisi nyata Hotel Gran Puri Manado.

b. Triangulasi Teknik

Dalam penelitian ini, triangulasi teknik digunakan untuk memeriksa validitas data dengan memadukan berbagai metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumen, pada enam indikator penelitian. Pada indikator harga kamar, data diperoleh melalui wawancara dengan staf Front Office mengenai kebijakan tarif, observasi langsung pada papan informasi harga kamar maupun promo, serta verifikasi melalui dokumen laporan tarif kamar dan sistem reservasi. Untuk kualitas pelayanan, peneliti melakukan wawancara dengan tamu dan staf operasional mengenai pengalaman pelayanan, melakukan observasi interaksi staf dengan tamu di Front Office maupun F&B, serta meninjau catatan keluhan atau ulasan tamu yang terdokumentasi.

Pada indikator fasilitas, peneliti menggabungkan wawancara dengan tamu terkait kondisi fasilitas hotel, observasi langsung penggunaan fasilitas seperti kamar, AC, dan ruang pertemuan, serta membandingkannya dengan dokumen inventaris maupun laporan pemeliharaan hotel. Untuk lokasi, data dikumpulkan melalui wawancara tamu tentang kemudahan akses, observasi kondisi lingkungan sekitar hotel, serta dokumen berupa peta lokasi dan ulasan digital. Pada indikator promosi dan strategi, informasi diperoleh melalui wawancara dengan staf pemasaran, observasi aktivitas promosi di media sosial atau event tertentu, serta analisis dokumen berupa brosur, flyer, dan laporan kegiatan pemasaran. Terakhir, pada faktor eksternal, data diperoleh melalui wawancara dengan manajemen terkait pengaruh kebijakan pemerintah dan tren pariwisata, observasi terhadap perubahan aktivitas tamu akibat situasi eksternal, serta dokumen resmi seperti peraturan pemerintah dan laporan ekonomi daerah.

Dengan menggabungkan tiga teknik tersebut pada setiap indikator, data yang dihasilkan lebih kaya, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga hasil penelitian benar-benar menggambarkan kondisi nyata Hotel Gran Puri Manado.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan untuk memastikan konsistensi data dengan cara mengumpulkan informasi pada periode yang berbeda, sehingga tidak hanya menggambarkan kondisi hotel pada satu momen tertentu. Pada indikator harga kamar, data dikaji pada waktu musim liburan (high season), hari kerja biasa, serta

akhir pekan untuk melihat perbedaan strategi penetapan tarif dan pengaruhnya terhadap tingkat hunian. Untuk kualitas pelayanan, wawancara dan observasi dilakukan pada jam sibuk check-in/check-out, saat sarapan pagi, serta pada kondisi hotel yang relatif sepi, sehingga dapat dilihat konsistensi pelayanan staf dalam berbagai situasi.

Pada indikator fasilitas, penilaian dilakukan pada waktu tamu menggunakan fasilitas kamar, saat event berlangsung di ruang pertemuan, serta saat dilakukan perawatan fasilitas, guna menilai kondisi sebenarnya dan perbedaannya dalam berbagai situasi. Untuk lokasi, observasi dilakukan pada pagi, siang, dan malam hari untuk mengukur tingkat aksesibilitas, kenyamanan, serta keamanan lingkungan sekitar hotel. Pada indikator promosi dan strategi, data diperoleh dengan memantau efektivitas promosi pada periode sebelum event tertentu, saat berlangsungnya promosi, serta setelah promosi berakhir, untuk melihat sejauh mana dampaknya terhadap minat tamu.

Sementara itu, pada indikator faktor eksternal, informasi dikumpulkan dengan memperhatikan kondisi hotel sebelum adanya kebijakan tertentu atau perubahan ekonomi, saat kebijakan mulai berlaku, serta setelah berjalan beberapa waktu, guna melihat dampak yang muncul terhadap tingkat hunian kamar. Dengan memanfaatkan perbedaan waktu ini, peneliti dapat memahami pola perubahan dari keenam indikator secara lebih menyeluruh, sehingga hasil penelitian memiliki validitas yang lebih kuat dan menggambarkan kondisi nyata Hotel Gran Puri Manado.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Perusahaan

Hotel Gran Puri Manado merupakan salah satu hotel berbintang empat yang berdiri di Kota Manado, Sulawesi Utara. Hotel ini mulai beroperasi pada awal tahun 2000-an dengan tujuan memenuhi kebutuhan akomodasi yang semakin meningkat seiring berkembangnya sektor pariwisata dan bisnis di Manado. Lokasinya yang strategis di Jalan Sam Ratulangi No. 458, pusat kota Manado, menjadikan hotel ini memiliki akses yang mudah ke pusat pemerintahan, kawasan bisnis, serta destinasi wisata unggulan seperti Taman Laut Bunaken, Pantai Malalayang, dan Kawasan Boulevard.

Sejak awal berdirinya, Hotel Gran Puri Manado mengusung konsep pelayanan modern yang menekankan pada kenyamanan tamu, profesionalisme staf, serta fasilitas lengkap untuk mengakomodasi wisatawan leisure maupun business traveler. Hotel ini hadir dengan 147 kamar tamu yang terbagi dalam berbagai tipe (Superior, Deluxe, Suite, hingga Presidential Suite), restoran dengan variasi menu lokal dan internasional, lounge, kolam renang, pusat kebugaran, serta layanan spa.

Salah satu keunggulan utama Hotel Gran Puri Manado adalah fasilitas Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE). Hotel ini dilengkapi dengan ballroom berkapasitas besar dan beberapa ruang pertemuan yang fleksibel untuk berbagai kegiatan, mulai dari rapat kerja, seminar, pameran, hingga acara

pernikahan. Hal ini menjadikan Gran Puri sebagai salah satu hotel pilihan utama untuk tamu pemerintahan, instansi pendidikan, maupun perusahaan swasta dalam menyelenggarakan kegiatan resmi di Manado.

Dalam perjalanannya, Hotel Gran Puri Manado beradaptasi dengan perkembangan industri perhotelan dan pariwisata. Seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan domestik dan internasional ke Sulawesi Utara, khususnya setelah Taman Laut Bunaken dikenal secara global sebagai salah satu destinasi wisata bahari terbaik dunia, Gran Puri memperkuat strategi pemasarannya melalui kerja sama corporate, agen perjalanan, hingga promosi digital. Divisi Sales & Marketing serta dukungan tim Back Office memainkan peran penting dalam upaya menjaga tingkat okupansi, terutama pada periode persaingan ketat industri perhotelan di Manado.

Selain itu, Gran Puri juga aktif mendukung program pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata Sulawesi Utara. Hotel ini sering menjadi tuan rumah berbagai kegiatan resmi seperti rapat koordinasi kementerian, forum bisnis regional, dan acara-acara nasional. Keikutsertaan Gran Puri dalam kegiatan berskala besar ini tidak hanya meningkatkan citra hotel, tetapi juga memperkuat kontribusinya terhadap sektor hospitality di Manado.

Lebih dari dua dekade beroperasi, Hotel Gran Puri Manado tetap konsisten menjaga standar layanan berkualitas tinggi. Keberhasilan ini ditopang oleh filosofi pelayanan prima, profesionalisme sumber daya manusia, dan strategi adaptif dalam menghadapi perubahan tren industri, termasuk digitalisasi layanan

reservasi, promosi melalui media sosial, serta peningkatan pengalaman pelanggan. Saat ini, Hotel Gran Puri Manado diakui sebagai salah satu hotel berbintang empat terkemuka di Sulawesi Utara yang mampu bersaing dan memberikan kontribusi besar dalam mendukung pariwisata dan dunia bisnis di Kota Manado.

4.2 Lokasi dan Telepon Instansi

Hotel Gran Puri Manado, Jl. Sam Ratulangi No.458, Ranotana, Kec. Sario, Kota Manado, Sulawesi Utara 95116

4.3 Visi dan Misi

Visi

Menjadi hotel berbintang empat yang terkemuka di Kota Manado dengan pelayanan berkualitas, fasilitas berstandar internasional, serta berkontribusi pada perkembangan pariwisata dan dunia bisnis di Sulawesi Utara.

Misi

1. Memberikan pelayanan prima yang profesional, ramah, dan mengutamakan kepuasan tamu.
2. Menyediakan fasilitas akomodasi, MICE, dan rekreasi yang lengkap serta sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan tamu bisnis.
3. Mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten dan berdaya saing dalam bidang perhotelan.
4. Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah, perusahaan, dan mitra bisnis untuk mendukung pertumbuhan okupansi hotel.

5. Berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata Sulawesi Utara melalui promosi budaya lokal dan dukungan terhadap kegiatan wisata.
6. Menjaga sustainability dengan memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.4 Makna dan Logo Perusahaan

Hotel Gran Puri Manado mempunyai logo perusahaan seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2

Logo Hotel Gran Puri Manado

Sumber :Website Resmi Hotel Gran Puri Manado,2025

Arti dari Logo PT. Bank SulutGo yaitu:

- a. Huruf “G” pada logo melambangkan identitas dari kata *Gran* dalam nama hotel. Bentuknya yang tegas namun tetap dinamis mencerminkan filosofi perusahaan yang ingin tampil modern, profesional, namun tetap fleksibel dalam menghadapi perkembangan industri perhotelan.

a. Warna merah menggambarkan semangat, energi, dan keberanian. Dalam konteks perhotelan, merah juga melambangkan keramahan dan kehangatan dalam menyambut tamu. Bentuk oval melambangkan kesatuan, keutuhan, dan kesinambungan pelayanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan.

b. Tipografi “Hotel Gran Puri Manado” :

Kata “Gran Puri” ditulis dengan huruf kapital dan tebal, melambangkan kekuatan, kemegahan, serta posisi hotel sebagai salah satu akomodasi berbintang empat terkemuka di Manado. Kata “Hotel” dan “Manado” menggunakan huruf yang lebih ramping, memberi kesan elegan sekaligus menegaskan identitas geografis hotel sebagai bagian dari destinasi pariwisata Sulawesi Utara.

c. Makna Filosofis

Secara keseluruhan, logo terbaru ini mencerminkan jati diri Hotel Gran Puri Manado sebagai hotel modern, kuat dalam identitas lokal, dan berkomitmen memberikan layanan yang hangat dan profesional. Kombinasi huruf “G” yang ikonik dengan warna merah yang kuat menjadikan logo mudah dikenali serta merepresentasikan semangat hotel dalam mendukung pariwisata dan bisnis di Kota Manado.

4.5 Sumber Daya Perusahaan

Terdapat sekitar 8 sampai 9 pimpinan inti (*Head of Department*) yang berada langsung di bawah General Manager.

Tabel 3

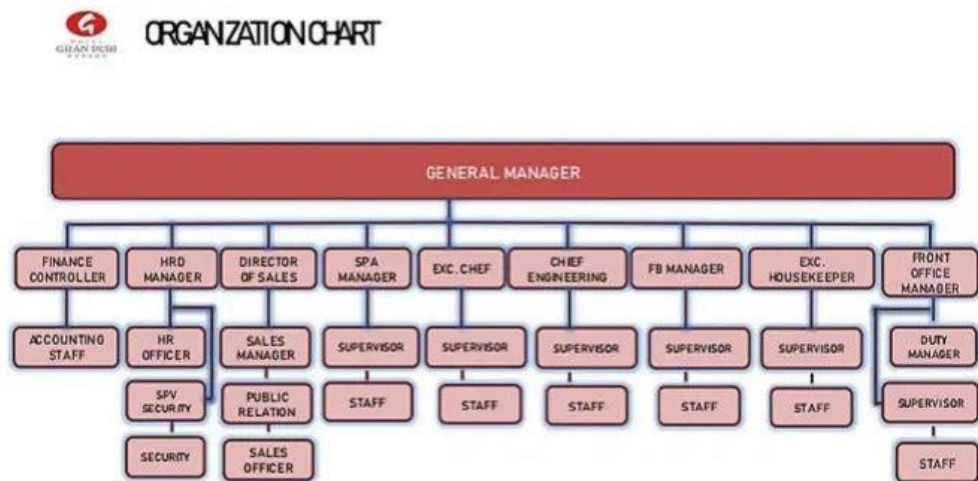
Pimpinan di Hotel Gran Puri Manado

Jabatan	Jumlah
General Manager	1 Orang
Director Of Sales & Marketig	1 Orang
Front Office Manager	1 Orang
Food & Beverage Manager	1 Orang
Executive Chef / Kitchen Head	1 Orang
Housekeeping Manager	1 Orang
Engineering	1 Orang
HR Manager	1 Orang

Financial Controller / Accounting Manager	1 Orang
---	---------

Sumber : Data olahan penulis, 2025

4.6 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3

Stuktur organisasi perusahaan

(Sumber : Laporan Internship Politeknik Negeri Manado, Rifkha Nur Risky)

4.7 Uraian Kerja (job description)

Dalam manajemen perhotelan, uraian kerja (job description) merupakan penjelasan tertulis mengenai tugas, tanggung jawab, serta wewenang yang dimiliki oleh seseorang dalam suatu jabatan. Menurut Dessler (2020), uraian kerja berfungsi untuk memperjelas peran setiap karyawan, menghindari tumpang tindih

pekerjaan, serta menjadi pedoman evaluasi kinerja. Uraian kerja juga membantu manajemen dalam menempatkan tenaga kerja sesuai kompetensi dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Sebagai salah satu hotel berbintang empat di Kota Manado, Hotel Gran Puri memiliki struktur organisasi yang dipimpin oleh seorang General Manager, yang kemudian membawahi berbagai divisi, termasuk Sales & Marketing, Front Office, Housekeeping, Food & Beverage, Engineering, HR, dan Finance. Masing-masing jabatan memiliki uraian kerja sebagai berikut:

1. General Manager (GM)

Posisi ini bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan operasional hotel, mulai dari strategi bisnis, pengendalian keuangan, pengawasan pelayanan, hingga hubungan dengan pemilik hotel. General Manager memastikan semua divisi bekerja sesuai standar layanan hotel berbintang dan menyusun laporan kinerja keseluruhan kepada pihak manajemen maupun pemilik.

2. Sales dan Marketing Departement

- 1) Director of Sales & Marketing : memegang peran vital dalam peningkatan okupansi. Seorang direktur bertanggung jawab menyusun strategi pemasaran jangka pendek maupun jangka panjang, menentukan target penjualan, serta menjalin kerja sama dengan perusahaan (corporate client), agen perjalanan, dan instansi pemerintahan. Divisi ini menjadi penggerak utama dalam

memastikan tingkat hunian kamar tetap stabil sekaligus meningkatkan brand image hotel.

- 2) Public Relation Officer : Public Relation Officer berperan dalam menjaga citra hotel melalui media, promosi, event, sponsorship, hingga pengelolaan media sosial. PRO juga bertanggung jawab dalam komunikasi krisis yang menyangkut reputasi hotel.
- 3) Sales Executive : Sales Executive bertugas melakukan pendekatan langsung kepada klien, menyusun proposal, membuat kontrak kerja sama, serta menjaga hubungan dengan pelanggan lama maupun baru. Mereka terbagi dalam beberapa fokus penjualan, yakni Corporate Sales yang mengurus kerja sama dengan perusahaan, Travel Agent Sales yang menjalin hubungan dengan biro perjalanan, dan MICE Sales yang menangani acara Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition.

3. Front Office

Divisi ini merupakan garda terdepan yang bersentuhan langsung dengan tamu sehingga sangat berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan.

- 1) Duty Manager : yang membantu pengawasan harian
- 2) Receptionist : yang melayani check-in dan check-out
- 3) Bellboy yang membantu kebutuhan tamu seperti bagasi, serta yang menangani komunikasi internal dan eksternal.

4. Food & Beverage (F&B) menjadi salah satu sumber pendapatan hotel selain kamar, terutama ketika menangani acara pernikahan, seminar, dan konferensi. Sub-divisinya mencakup :
 - 1) Food & Beverage (F&B) Manager : memimpin semua layanan makanan dan minuman.
 - 2) Banquet Manager yang menangani acara besar
 - 3) Bar & Lounge Supervisor yang mengelola layanan minuman
5. Kitchen, Bagian ini memastikan kualitas makanan sesuai standar internasional sekaligus menjaga higienitas.
 - 1) Executive Chef atau Kitchen Head : bertanggung jawab atas operasional kuliner hotel. Ia dibantu oleh Sous Chef sebagai tangan kanan.
 - 2) Pastry Chef : yang khusus menangani kue dan roti
 - 3) Line Cook : yang mengolah makanan harian
 - 4) Kitchen Steward : yang memastikan kebersihan dapur.
6. Housekeeping, Peran housekeeping sangat penting karena langsung berkaitan dengan kenyamanan tamu.
 - 1) Housekeeping Manager : memimpin divisi yang menjaga kebersihan dan kenyamanan hotel.
 - 2) Housekeeping Supervisor : yang membersihkan kamar tamu.
 - 3) Laundry Supervisor dan Staff : yang mengelola pencucian linen, seragam, dan pakaian tamu.

7. Chief Engineering, Ia dibantu oleh Engineering Supervisor, Electrical Technician, Mechanical Technician, dan Maintenance Staff. Bagian ini bertanggung jawab pada perawatan fasilitas hotel, termasuk listrik, AC, air, dan peralatan mekanis, serta memastikan sistem berjalan aman sesuai standar keselamatan.
8. Pengelolaan sumber daya manusia
Human Resource Manager memastikan tenaga kerja hotel tetap termotivasi, kompeten, dan sesuai kebutuhan operasional. yang mengelola pelatihan, yang mengatur perekrutan tenaga kerja baru, serta menjaga hubungan kerja antara manajemen dan karyawan
9. Accounting Departement
Accounting Staff, Cashier, Purchasing Officer, dan Cost Control Officer. Bagian ini bertugas membuat laporan keuangan, mengendalikan anggaran, memantau arus kas, serta mengawasi pembelian barang agar efisien dan sesuai kebutuhan hotel.

4.8 Produk Layanan

1. Kamar dan Fasilitas



Gambar 4

Kamar Superior Club Double

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Kamar Superior Club Double

2. Fasilitas Kamar

- 1) Tipe tempat tidur: Doubl
- 2) Luas kamar: 30 m²
- 3) Bathtub
- 4) Kamar Terhubung (bisa dihubungkan dengan kamar lain)
- 5) TV
- 6) Shower
- 7) Fasilitas Membuat Kopi/The

8) Pembersihan Kamar Harian

9) Tambahan: Check-in ekspres, Parkir

3. Harga

1) Rp 392.703 per kamar/malam

(setelah pajak total menjadi Rp 475.172)

2) Tidak termasuk sarapan (tertera: *Sarapan tidak tersedia*)

3) Kebijakan: Tidak bisa refund & reschedule

4) Berlaku untuk 1 Dewasa



Gambar 5
Kamar Club Double

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Kamar Klub Superior

2. Fasilitas Kamar

- 1) Tipe tempat tidur: Twin
- 2) Kamar bebas asap rokok
- 3) Luas kamar: 24 m²
- 4) Shower (Air Hangat & Dingin)
- 5) Fasilitas Membuat Kopi/Teh

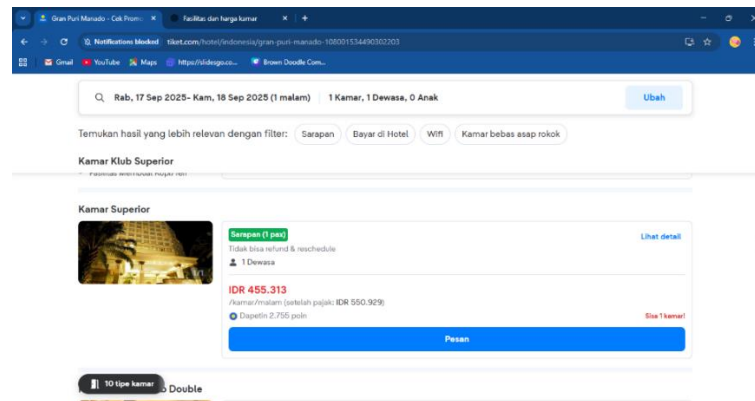
3. Harga & Paket

Tanpa sarapan

- 1) Harga: Rp 393.123/malam
- 2) Setelah pajak: Rp 475.680
- 3) Untuk 1 Dewasa
- 4) Tidak bisa refund & reschedule

Dengan sarapan (1 pax)

- 1) Harga: Rp 451.585/malam
- 2) Setelah pajak: Rp 546.418
- 3) Untuk 1 Dewasa
- 4) Tidak bisa refund & reschedule



Gambar 6

Kamar Superior

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Kamar Superior

2. Fasilitas Kamar

(Di gambar tidak semua detail fasilitas ditampilkan, tapi biasanya tipe Superior lebih standar dibanding Superior Club atau Klub Superior, berfokus pada kenyamanan dasar). fasilitas standar:

- 1) Tempat tidur (Double/Twin tergantung pilihan)
- 2) Shower

- 3) TV
- 4) Fasilitas kopi/teh
- 5) Pembersihan kamar harian
- 6) Harga & Paket
- 7) Rp 455.313 per kamar/malam Setelah pajak: Rp 550.929
- 8) Sudah termasuk Sarapan (1 pax)
- 9) Untuk 1 Dewasa
- 10) Tidak bisa refund & reschedule



Gambar 7

Deluks Club Double

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Kamar Deluks Club Double

2. Fasilitas Kamar

- 1) Tipe tempat tidur: Double
- 2) Luas kamar: 36 m²
- 3) Bathtub
- 4) Kolam Renang Pribadi
- 5) TV
- 6) Shower
- 7) Fasilitas Membuat Kopi/Teh
- 8) Pembersihan Kamar Harian
- 9) Tambahan layanan: Air minum, Check-in Ekspres, Parkir, Welcome Drink

3. Harga & Paket

- 1) Paket 1 (Tanpa Sarapan)
- 2) Harga: Rp 483.222/malam
- 3) Setelah pajak: Rp 584.699
- 4) Untuk 1 Dewasa



Gambar 8

Kamar Superior – Bebas Asap Rokok

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

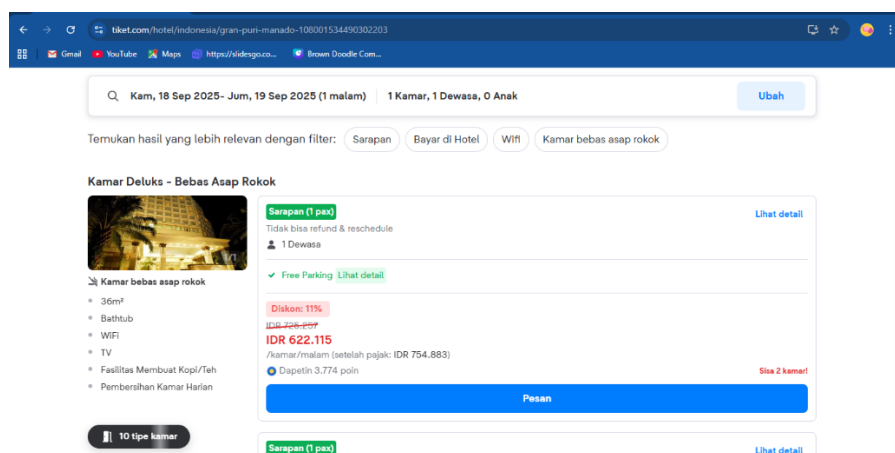
Kamar Superior – Bebas Asap Rokok

2. Fasilitas Kamar

- 1) Kamar bebas asap rokok
- 2) Luas: 30 m²
- 3) Bathtub, WiFi, TV
- 4) Fasilitas Membuat Kopi/Teh
- 5) Pembersihan Kamar Harian
- 6) Tambahan: Free Parking

3. Harga & Paket

- 1) Rp 494.972/malam (diskon 13% dari harga Rp 564.473)Setelah pajak: Rp 603.529
- 2) Sudah termasuk Sarapan (1 pax)
- 3) Untuk 1 Dewasa
- 4) Tidak bisa refund & reschedule



Gambar 9

Kamar Deluks – Bebas Asap Rokok
 Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Kamar Deluks – Bebas Asap Rokok

2. Fasilitas Kamar

- 1) Kamar bebas asap rokok
- 2) Luas: 36 m²
- 3) Bathtub, WiFi, TV
- 4) Fasilitas Membuat Kopi/Teh
- 5) Pembersihan Kamar Harian

3. Harga & Paket

- 1) Rp 622.115/malam (diskon 11% dari harga Rp 698.637)Setelah pajak: Rp 754.883
- 2) Sudah termasuk Sarapan (1 pax)
- 3) Untuk 1 Dewasa
- 4) Tidak bisa refund & reschedule



Gambar 10
Kamar Suite Junior - Bebas Asap Rokok
Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

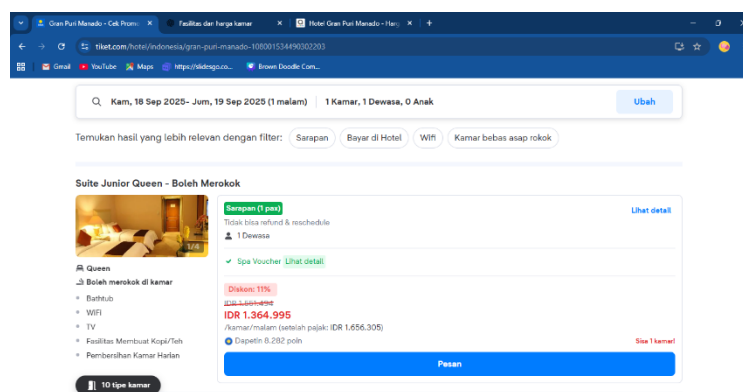
Suite Junior – Bebas Asap Rokok

2. Fasilitas Kamar

- 1) Kamar bebas asap rokok
- 2) Kolam Kecil / Plunge Pool
- 3) Shower (air panas & dingin)
- 4) Fasilitas membuat kopi/teh
- 5) Pembersihan kamar harian

3. Harga & Paket

- 1) Rp 1.251.403/malam, Setelah pajak: Rp 1.514.198
- 2) Sudah termasuk Sarapan (1 pax)
- 3) Untuk 1 Dewasa
- 4) Tidak bisa refund & reschedule



Gambar 11

Kamar Suite Junior Queen - Boleh Merokok

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Suite Junior Queen – Boleh Merokok

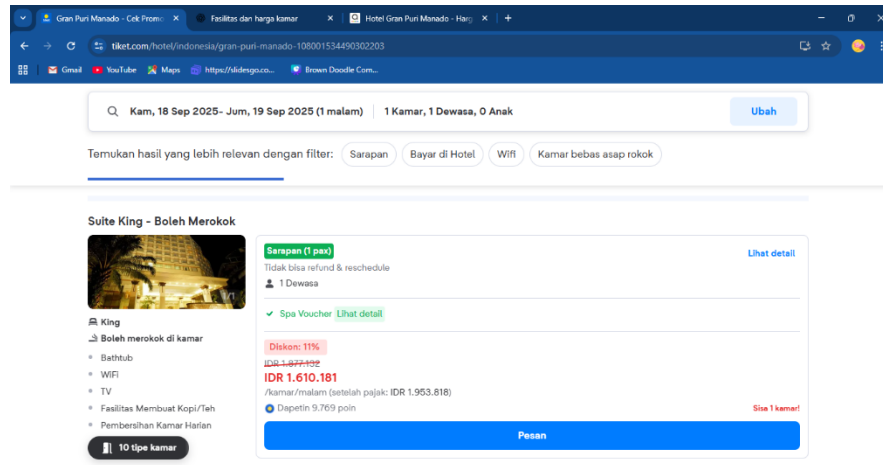
2. Fasilitas Kamar

- 1) Tipe Bed: Queen
- 2) Boleh merokok di kamar
- 3) Bathtub, WiFi, TV
- 4) Fasilitas Membuat Kopi/Teh
- 5) Pembersihan Kamar Harian
- 6) Tambahan: Spa Voucher

3. Harga & Paket

- 1) Harga: Rp 1.364.995/malam (diskon 11% dari Rp 1.531.494)
Setelah pajak: Rp 1.656.305
- 2) Termasuk Sarapan (1 pax)

3) Untuk 1 Dewasa



Gambar 12

Kamar Suite King - Boleh Merokok

Sumber : Website Tiket.com

1. Jenis Kamar

Suite King – Boleh Merokok

2. Fasilitas Kamar

- 1) Tipe Bed: King
- 2) Boleh merokok di kamar
- 3) Bathtub, WiFi, TV
- 4) Fasilitas Membuat Kopi/Teh
- 5) Pembersihan Kamar Harian

6) Tambahan: Spa Voucher

3. Harga & Paket

1) Harga: Rp 1.610.181/malam (diskon 11% dari Rp 1.807.132)

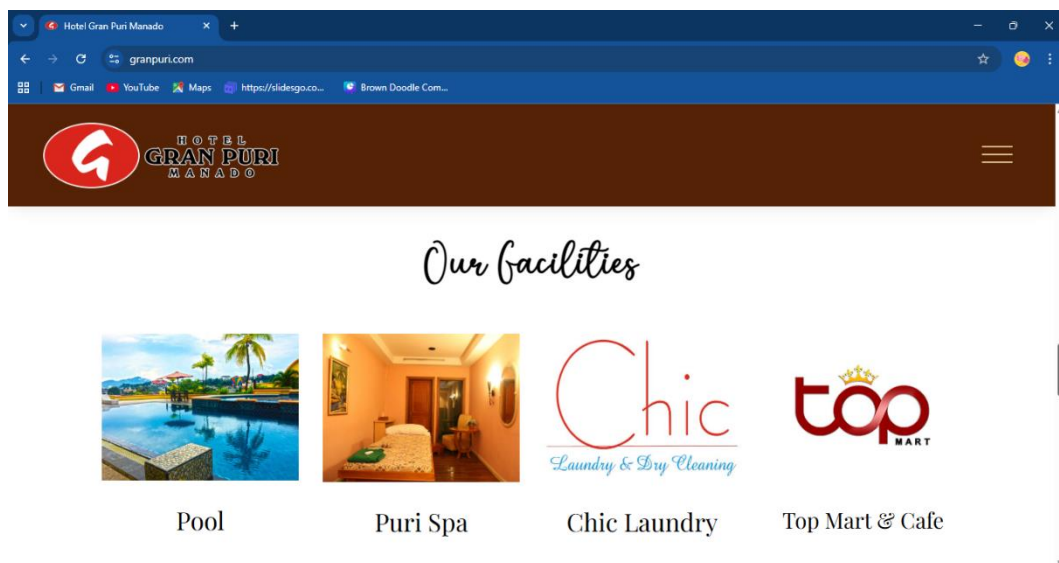
Setelah pajak: Rp 1.953.818

Termasuk Sarapan (1 pax)

2) Untuk 1 Dewasa

3) Tidak bisa refund & reschedule

2. Fasilitas



Gambar 13

Fasilitas

Sumber : Website Hotel Gran Puri Manado

1. Pool (Kolam Renang)

- 1) Hotel menyediakan kolam renang untuk tamu, baik untuk kegiatan olahraga, rekreasi, maupun sekadar bersantai.
- 2) Kolam renang biasanya dilengkapi dengan kursi santai di sekitarnya, pemandangan yang menarik, dan suasana yang nyaman.

2. Puri Spa

- 1) Layanan spa yang disediakan hotel untuk memberikan relaksasi kepada tamu.
- 2) Biasanya mencakup pijat tradisional, terapi kesehatan, perawatan tubuh, serta aromaterapi.

3. Chic Laundry (Laundry & Dry Cleaning)

- 1) Fasilitas laundry dan dry cleaning modern untuk kebutuhan pakaian tamu.
- 2) Tamu dapat mencuci, menyetrika, atau dry clean pakaian dengan layanan profesional.

4. Top Mart & Café

- 1) Mini market (Top Mart) yang menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan ringan, minuman, dan barang keperluan pribadi.
- 2) Café yang memungkinkan tamu menikmati minuman, camilan, atau makanan ringan dalam suasana santai.

BAB V

HASIL TEMUAN PENELITIAN

5.1 Hasil Temuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung di Hotel Gran Puri Manado. Informan penelitian terdiri dari pihak manajemen hotel, termasuk General Manager, beberapa kepala departemen, serta tamu hotel yang mewakili berbagai segmen pasar. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi nyata dan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu harga kamar, fasilitas, promosi, dan kualitas pelayanan. Harga kamar yang diterapkan dinilai belum sepenuhnya sepadan dengan fasilitas dan layanan yang diterima tamu, sehingga memengaruhi minat tamu untuk menginap atau melakukan kunjungan ulang. Beberapa fasilitas, seperti AC, perabot kamar, dan area publik, mulai menunjukkan tanda-tanda penurunan fungsi dan tampilan yang kurang modern, meskipun kebersihan dan pemeliharaan rutin tetap terjaga.

Strategi promosi hotel saat ini masih bersifat konvensional dan belum optimal memanfaatkan media digital maupun platform Online Travel Agent (OTA), sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan peluang menarik tamu

baru belum maksimal. Sementara itu, kualitas pelayanan dinilai cukup baik di beberapa departemen, seperti Front Office dan Food & Beverage, namun terdapat ketidakkonsistenan di bagian housekeeping dan layanan tambahan di kamar, sehingga perlunya pelatihan rutin untuk menjaga standar pelayanan yang profesional dan seragam.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kesesuaian harga kamar, modernisasi fasilitas, optimalisasi promosi digital, dan konsistensi kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat tamu, kepuasan, dan loyalitas. Upaya ini menjadi langkah strategis bagi Hotel Gran Puri Manado untuk memperkuat daya saing, membangun citra positif, dan meningkatkan pengalaman menginap tamu di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

5.2 Pembahasan Temuan Penelitian

5.2.1 Temuan Penelitian Mengenai Harga Kamar

- A.** Bagaimana kesesuaian harga kamar yang diterapkan dengan kondisi fasilitas dan kualitas pelayanan yang diterima oleh tamu di Hotel Gran Puri Manado?

Tabel 4

Jawaban informan

Informan	Jawaban Informan	Keterangan
1	Penetapan harga kamar yang sesuai dengan segmen pasar membuat tingkat hunian tetap stabil, meskipun kompetisi dengan hotel lain cukup ketat.	25 Agustus 2025
2	Program diskon dan paket bundling kamar sangat membantu dalam meningkatkan okupansi, terutama pada low season.	25 Agustus 2025
3	Banyak tamu melakukan perbandingan harga melalui OTA. Jika harga di hotel lebih tinggi, mereka cenderung memilih booking online.	25 Agustus 2025
4	Ketika harga kamar diturunkan, okupansi meningkat, namun pengeluaran tamu di restoran biasanya lebih hemat.	25 Agustus 2025
5	Hunian kamar yang meningkat akibat promo harga membuat pekerjaan housekeeping lebih padat, tetapi berdampak positif bagi hotel.	25 Agustus 2025
6	Fluktuasi okupansi karena harga kamar berpengaruh pada penjadwalan tenaga kerja di beberapa divisi,	25 Agustus 2025

	terutama housekeeping dan front office.	
7	Strategi penetapan harga kamar sangat menentukan arus kas hotel. Meski margin sedikit menurun saat promo, volume tamu yang tinggi menutupinya.	25 Agustus 2025
8	Menurut saya, harga kamar sekarang sudah tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan, sehingga saya berharap ada penyesuaian.	25 Agustus 2025

Sumber: Hasil wawancara penulis dengan informan 2025.

5.2.2 Pembahasan Temuan Penelitian Mengenai Harga Kamar

Hasil wawancara menunjukkan bahwa harga kamar sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian di Hotel Gran Puri Manado. Dari sisi manajemen, strategi penetapan harga yang kompetitif mampu menjaga stabilitas okupansi, sementara program diskon dan paket bundling terbukti efektif menarik tamu pada masa low season. Namun, Front Office menekankan pentingnya konsistensi harga antara hotel dan online travel agent (OTA), karena tamu cenderung membandingkan sebelum memesan.

Dari sisi operasional, harga yang lebih rendah memang meningkatkan hunian, tetapi pengeluaran tamu untuk layanan tambahan menjadi lebih hemat. Kondisi ini berdampak pada beban kerja housekeeping dan pengaturan jadwal karyawan. Secara finansial, promo

harga dapat menurunkan margin, namun peningkatan jumlah tamu menutup kerugian tersebut.

Sebaliknya, dari sisi tamu, muncul pandangan bahwa harga kamar saat ini tidak lagi sesuai dengan fasilitas yang tersedia. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi agar harga yang ditetapkan benar-benar sebanding dengan kualitas layanan dan fasilitas hotel. Dengan demikian, strategi harga yang tepat tidak hanya mendorong okupansi, tetapi juga menjaga kepuasan serta loyalitas tamu.

5.2.3 Temuan Penelitian Mengenai Kualitas Pelayanan

A. Bagaimana kualitas pelayanan (service quality) memengaruhi kepuasan tamu dan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado?

Tabel 5

Jawaban informan

Informan	Jawaban Informan	Keterangan	
1	Pelayanan yang prima menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas tamu dan meningkatkan citra hotel.	28 Agustus 2025	
2	Tamu yang merasa puas dengan pelayanan cenderung melakukan repeat booking dan merekomendasikan hotel ke kolega.	28 Agustus 2025	

3	Kecepatan dan keramahan saat proses check-in dan check-out sangat berpengaruh pada kesan pertama tamu.	28 2025	Agustus
4	Pelayanan ramah di restoran dan banquet membuat tamu merasa dihargai dan nyaman.	28 2025	Agustus
5	Kebersihan kamar dan respons cepat terhadap permintaan tamu meningkatkan kepuasan serta peluang repeat guest.	28 2025	Agustus
6	Pelatihan pelayanan rutin diberikan agar standar service tetap konsisten dan memenuhi ekspektasi tamu.	28 2025	Agustus
7	Kualitas pelayanan yang baik mendorong peningkatan pendapatan dari tamu yang menggunakan lebih banyak fasilitas.	28 2025	Agustus
8	Saya puas karena staf hotel ramah dan cepat tanggap, sehingga saya merasa nyaman untuk kembali menginap.	28 2025	Agustus

Sumber : Hasil wawancara penulis dengan informan 2025.

5.2.4 Pembahasan Mengenai Temuan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan temuan penelitian, kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan tamu dan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado. Pelayanan yang cepat, ramah, serta kebersihan kamar yang terjaga membuat tamu merasa nyaman dan mendorong mereka untuk kembali menginap. Setiap divisi, mulai dari front office, housekeeping, hingga food & beverage, memiliki kontribusi nyata dalam memberikan pengalaman positif bagi tamu. Selain itu, pelatihan karyawan secara rutin turut menjaga konsistensi standar pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan loyalitas tamu, tetapi juga berdampak langsung pada pendapatan hotel.

5.2.5 Temuan Penelitian Mengenai Fasilitas

- A. Bagaimana peran fasilitas hotel dalam meningkatkan minat tamu untuk menginap di Hotel Gran Puri Manado?

Tabel 6

Jawaban informan

Informan	Jawaban Informan	Keterangan
1	Fasilitas lengkap seperti ballroom, kolam renang, dan spa masih menjadi daya tarik utama hotel.	29 Agustus 2025
2	Banyak perusahaan memilih Gran Puri karena fasilitas meeting room dan ballroom	29 Agustus 2025

yang representatif.

- | | | |
|---|---|-----------------|
| 3 | Sebagian besar tamu menanyakan ketersediaan fasilitas tambahan sebelum memutuskan untuk menginap. | 29 Agustus 2025 |
| 4 | Restoran dengan variasi menu menjadi salah satu fasilitas yang masih sering dipuji tamu. | 29 Agustus 2025 |
| 5 | Kebersihan fasilitas kamar terus dijaga, meskipun beberapa fasilitas sudah memerlukan pembaruan. | 29 Agustus 2025 |
| 6 | Staf dilatih untuk tetap mempromosikan fasilitas agar tamu mengetahui keunggulan hotel. | 29 Agustus 2025 |
| 7 | Fasilitas seperti ballroom dan ruang meeting tetap memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan hotel. | 29 Agustus 2025 |
| 8 | Fasilitas hotel sudah tidak up to date, AC di beberapa kamar tidak lagi dingin, dan banyak fasilitas terlihat lama karena hotel ini sudah berdiri cukup lama. | 29 Agustus 2025 |

Sumber : Hasil wawancara penulis dengan informan 2025.

5.2.6 Pembahasan Temuan Penelitian Mengenai Fasilitas

Berdasarkan temuan penelitian, fasilitas Hotel Gran Puri Manado masih menjadi faktor penting yang memengaruhi minat tamu untuk menginap, khususnya ballroom, meeting room, dan restoran. Namun, keluhan dari tamu menunjukkan bahwa sebagian fasilitas sudah tidak up to date, seperti AC yang tidak lagi berfungsi optimal serta kondisi fisik fasilitas yang terkesan usang. Hal ini wajar mengingat usia hotel yang cukup lama, sehingga pembaruan dan renovasi menjadi kebutuhan mendesak agar tetap kompetitif. Dengan demikian, meskipun fasilitas masih memberikan kontribusi pada pendapatan dan tingkat hunian, peremajaan fasilitas perlu diprioritaskan agar kualitas pelayanan dan kepuasan tamu dapat terjaga di masa depan.

5.2.7 Temuan Penelitian Mengenai Promosi dan Strategi

- A. Bagaimana efektivitas promosi dan strategi pemasaran yang dilakukan manajemen hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar?

Tabel 7

Jawaban informan

Informan	Jawaban Informan	Keterangan
1	Promosi digital melalui media sosial dan website resmi hotel cukup efektif menarik tamu individu, meski masih perlu inovasi lebih lanjut.	30 Agustus 2025

2	Kami fokus pada promosi paket meeting dan wedding, yang menjadi salah satu penopang okupansi hotel.	30 Agustus 2025
3	Banyak tamu mengetahui hotel melalui platform online travel agent (OTA) yang memang sering dipakai untuk reservasi.	30 Agustus 2025
4	Promosi melalui event kuliner sering menarik pengunjung lokal, meski dampaknya terhadap okupansi kamar tidak terlalu signifikan.	30 Agustus 2025
5	Strategi promosi yang lebih sering dirasakan adalah pemberian diskon kamar melalui OTA.	30 Agustus 2025
6	Tim dilibatkan untuk mendukung promosi dengan menjaga standar pelayanan yang dipublikasikan melalui ulasan tamu di media online.	30 Agustus 2025
7	Strategi promosi lewat kerjasama korporat memberi kontribusi signifikan bagi okupansi, meskipun persaingan harga dengan hotel lain tetap menjadi tantangan.	30 Agustus 2025
8	Saya mengetahui hotel ini dari promosi di OTA, tetapi dibanding hotel baru, promo Gran Puri terasa kurang menarik dan tidak banyak	30 Agustus 2025

inovasi.

Sumber : Hasil wawancara penulis dengan informan 2025.

5.2.8 Pembahasan Temuan Penelitian Promosi dan Strategi

Berdasarkan hasil wawancara, promosi dan strategi pemasaran Hotel Gran Puri Manado telah berjalan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, OTA, paket meeting, serta kerjasama korporat. Strategi ini cukup efektif menjaga tingkat hunian, namun masih memiliki keterbatasan dalam hal inovasi dan daya tarik dibandingkan hotel-hotel baru yang menawarkan promo lebih agresif. Promosi berbasis digital menjadi pilihan utama karena mampu menjangkau tamu individu, sedangkan kerjasama dengan perusahaan dan event tetap menjadi andalan utama okupansi. Namun, masukan dari tamu menunjukkan perlunya pembaruan strategi agar lebih kreatif dan kompetitif di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

5.2.9 Faktor-faktor yang Mendukung dan Menghambat Tingkat Hunian

Kamar di Hotel Gran Puri Manado

1. Faktor-faktor yang Mendukung

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang mendukung peningkatan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado, yaitu:

1) Lokasi Strategis

Hotel Gran Puri Manado terletak di pusat kota dengan akses yang mudah ke pusat bisnis, pemerintahan, serta destinasi wisata. Lokasi ini menjadi daya tarik bagi tamu bisnis maupun wisatawan.

2) Kualitas Pelayanan

Pelayanan ramah, cepat, dan profesional dari karyawan hotel membuat tamu merasa puas serta mendorong adanya kunjungan berulang (repeat guest).

3) Segmentasi Pasar Instansi dan Korporat

Adanya kerja sama dengan instansi pemerintah dan perusahaan swasta dalam penyelenggaraan rapat, seminar, serta kegiatan MICE menjadi salah satu sumber utama hunian kamar.

4) Reputasi Hotel

Sebagai salah satu hotel berbintang di Manado yang sudah lama beroperasi, Gran Puri memiliki brand image yang cukup dikenal masyarakat sehingga tetap menjadi pilihan tamu.

2. Faktor Penghambat

Selain faktor pendukung, terdapat pula hambatan yang memengaruhi tingkat hunian kamar di hotel ini, yaitu:

1) Fasilitas yang Kurang Up to Date

Beberapa fasilitas, seperti pendingin ruangan (AC) dan interior kamar, dinilai sudah lama dan kurang modern, sehingga mengurangi kenyamanan tamu.

2) Persaingan dengan Hotel Baru

Bermunculannya hotel-hotel baru dengan konsep modern dan harga kompetitif di Manado menjadi tantangan besar bagi Gran Puri Hotel.

3) Ketergantungan pada Instansi Pemerintah

Tingkat hunian hotel masih sangat bergantung pada kegiatan instansi pemerintah. Ketika terjadi kebijakan efisiensi anggaran, okupansi langsung terdampak.

4) Promosi yang Belum Optimal

Strategi pemasaran hotel, khususnya melalui media digital, masih kurang maksimal sehingga hotel tertinggal dibandingkan kompetitor yang lebih agresif dalam promosi online.

5.3 Implementasi Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado, implementasi yang dapat dilakukan manajemen hotel adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Pelayanan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan tamu. Oleh karena itu, hotel perlu melakukan pelatihan rutin bagi karyawan agar standar pelayanan tetap konsisten, ramah, cepat, dan profesional. Dengan pelayanan yang baik,

loyalitas tamu akan meningkat dan berpotensi menghasilkan kunjungan berulang.

2. Peremajaan Fasilitas Hotel

Hasil wawancara dengan tamu menunjukkan adanya keluhan terkait fasilitas yang sudah usang, seperti AC yang tidak dingin dan interior yang lama. Untuk itu, manajemen hotel perlu melakukan renovasi bertahap pada kamar, fasilitas umum, serta sarana pendukung agar lebih modern dan sesuai dengan kebutuhan tamu saat ini.

3. Penguatan Strategi Promosi

Temuan mengenai promosi yang belum maksimal menuntut manajemen hotel untuk memperkuat strategi pemasaran, terutama melalui platform digital. Optimalisasi media sosial, website resmi, serta kerja sama dengan online travel agent (OTA) dapat meningkatkan visibilitas hotel dan menarik segmen pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan domestik dan mancanegara.

4. Diversifikasi Segmen Pasar

Hotel Gran Puri masih sangat bergantung pada instansi pemerintah sebagai pasar utama. Implementasi yang perlu dilakukan adalah memperluas segmen pasar ke korporasi swasta, komunitas, maupun wisatawan leisure agar tidak terlalu terpengaruh oleh kebijakan pemerintah terkait efisiensi anggaran.

5. Penguatan Daya Saing dengan Hotel Baru

Persaingan dengan hotel-hotel baru dapat diantisipasi melalui diferensiasi layanan, misalnya dengan menawarkan paket bundling (meeting + kamar +

catering), memberikan loyalty program, serta menonjolkan keunggulan lokasi strategis yang dimiliki Gran Puri Hotel.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan informan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga Kamar (Room Rate)

Harga kamar memiliki pengaruh langsung terhadap minat tamu untuk menginap di Hotel Gran Puri Manado. Informan menyebutkan bahwa sebagian tamu merasa harga kamar kurang kompetitif dibanding hotel lain di sekitar pusat kota. Meskipun demikian, ada tamu yang tetap memilih Gran Puri karena mempertimbangkan lokasi strategis dan pelayanan yang memadai.

2. Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan tamu. Hasil temuan menunjukkan bahwa keramahan staf, kecepatan layanan, serta kebersihan kamar sangat diapresiasi oleh tamu. Namun, masih terdapat masukan mengenai konsistensi pelayanan yang perlu ditingkatkan, terutama saat hotel dalam kondisi ramai.

3. Fasilitas Hotel

Fasilitas hotel dinilai sudah tidak sepenuhnya up to date. Tamu menyoroti kondisi AC yang kurang dingin serta interior yang terkesan lama karena hotel sudah cukup lama beroperasi. Hal ini memengaruhi kenyamanan tamu dan perlu diperhatikan oleh manajemen melalui renovasi bertahap.

4. Promosi dan Strategi Pemasaran

Strategi promosi yang dilakukan hotel belum optimal, khususnya pada ranah digital. Informan menyebutkan bahwa hotel masih kalah bersaing dengan kompetitor yang lebih gencar menggunakan media sosial dan platform online travel agent (OTA). Hal ini membuat jangkauan pasar hotel belum maksimal.

5. Faktor Eksternal

Kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, serta perkembangan pariwisata di Manado turut memengaruhi tingkat hunian kamar. Persaingan dengan hotel-hotel baru yang menawarkan fasilitas modern dengan harga bersaing juga menjadi tantangan bagi Hotel Gran Puri Manado.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Harga kamar, kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, serta strategi promosi menjadi faktor internal yang dapat dikendalikan manajemen. Sementara itu, persaingan industri, kebijakan pemerintah, dan kondisi ekonomi merupakan faktor eksternal yang perlu diantisipasi. Oleh karena itu, strategi perbaikan pelayanan, pembaruan fasilitas, optimalisasi promosi digital, serta diversifikasi pasar menjadi

langkah penting untuk meningkatkan okupansi dan menjaga daya saing hotel di tengah ketatnya persaingan perhotelan di Kota Manado.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Harga Kamar yang Kompetitif

Manajemen hotel perlu meninjau kembali kebijakan harga kamar agar lebih kompetitif dibandingkan dengan hotel sekelas di sekitar Manado. Pemberian diskon musiman, paket bundling kamar dengan fasilitas tambahan, serta program loyalitas dapat menjadi strategi untuk menarik lebih banyak tamu.

2. Peningkatan Kualitas Pelayanan

Hotel perlu menjaga konsistensi kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan rutin kepada karyawan, khususnya di bagian front office, housekeeping, dan food & beverage. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas tamu.

3. Peremajaan Fasilitas Hotel

Manajemen sebaiknya melakukan renovasi bertahap pada kamar, restoran, ruang pertemuan, serta fasilitas pendukung lainnya. Perbaikan AC, pembaruan interior, dan penyediaan fasilitas modern akan meningkatkan kenyamanan tamu dan memperkuat daya saing hotel.

4. Optimalisasi Promosi Digital

Strategi pemasaran melalui media digital perlu diperkuat, seperti pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan online travel agent (OTA), serta promosi berbasis konten kreatif. Langkah ini penting untuk menjangkau segmen wisatawan individu maupun korporasi secara lebih luas.

5. Diversifikasi Pasar

Hotel tidak boleh terlalu bergantung pada tamu dari instansi pemerintah saja. Manajemen perlu memperluas pasar dengan menyasar segmen wisatawan domestik, wisatawan mancanegara, komunitas, serta perusahaan swasta yang membutuhkan fasilitas MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition).

6. Strategi Menghadapi Persaingan

Untuk menghadapi hotel-hotel baru yang lebih modern, Gran Puri Hotel dapat melakukan diferensiasi melalui pelayanan personal (personalized service), paket eksklusif, serta menonjolkan keunggulan lokasi strategis.

7. Kolaborasi dengan Sektor Pariwisata

Hotel dapat menjalin kerja sama dengan biro perjalanan, event organizer, dan pemerintah daerah untuk meningkatkan promosi wisata Manado. Dengan demikian, tingkat hunian kamar dapat terdongkrak melalui sinergi sektor perhotelan dan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- , D. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Bujung, F. E., Rotinsulu, D. C., Niode, A. O., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2019). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 140–148.
- Ekonomi, F., Udayana, U., Ekonomi, F., & Udayana, U. (2015). *KEPUASAN PELANGGAN HOTEL BINTANG PESONA*. 4(4), 930–942.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- Jatmiko, H., & Sandy, S. R. O. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Di Kota Jember. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.32528/sw.v3i1.3371>
- Moha, S., & Loindong, S. (2024). 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>
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66.
- Purnomo, E. (2019). Tingkat Hunian Kamar Hotel. *Www.Yasmenchaniago.Com*. <http://www.yasmenchaniago.com/2010/06/tingkat-hunian-kamar-hotel.html>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>

1. Uji Kreadibilitas
2. Uji Transferabilitas
3. Uji Dependabilitas

4. Uji Konformabilitas

LAMPIRAN REDUKSI DATA

Pertanyaan	Hasil
Bagaimana kesesuaian harga kamar dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima tamu?	Berdasarkan wawancara dengan informan dari manajemen hotel dan tamu, sebagian besar menyatakan bahwa harga kamar masih dianggap cukup tinggi dibandingkan dengan fasilitas yang tersedia. Beberapa fasilitas seperti AC dan perabot kamar dinilai sudah mulai usang sehingga tidak sebanding dengan tarif yang ditetapkan. Namun, manajemen berpendapat bahwa harga kamar telah disesuaikan dengan standar hotel berbintang empat.
Bagaimana kondisi dan kelayakan fasilitas hotel dalam mendukung kenyamanan tamu?	Dari hasil wawancara, sebagian besar tamu menganggap fasilitas hotel masih perlu diperbarui, terutama pada kamar, area kolam renang, dan peralatan kamar mandi. Namun, fasilitas seperti restoran, ballroom, dan area parkir masih dinilai baik. Pihak manajemen mengakui perlunya peremajaan fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan dan citra hotel.
Bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar?	Informan dari bagian pemasaran menyampaikan bahwa promosi masih dilakukan secara konvensional melalui brosur dan kerja sama dengan instansi, namun belum maksimal di media digital. Beberapa tamu menyarankan agar hotel lebih aktif di media sosial dan platform OTA (Online Travel Agent) untuk menarik lebih banyak calon tamu, terutama wisatawan muda.
Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel kepada tamu?	Dari hasil wawancara, tamu menilai bahwa pelayanan karyawan cukup baik, terutama dalam hal keramahan dan sikap profesional. Namun, masih ada keluhan terkait kecepatan respon dalam menangani permintaan tambahan seperti room service dan kebutuhan teknis kamar. Manajemen berkomitmen

	untuk melakukan pelatihan lanjutan agar pelayanan menjadi lebih konsisten.
Bagaimana tanggapan tamu terhadap pengalaman menginap di Hotel Gran Puri Manado?	Sebagian besar tamu menyatakan puas dengan pengalaman menginap karena lokasi strategis dan suasana yang tenang. Namun, beberapa tamu menyoroti kurangnya pembaruan fasilitas dan variasi menu sarapan. Hal ini memengaruhi minat mereka untuk melakukan kunjungan ulang.
Apa saja kendala utama yang dihadapi hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar?	Berdasarkan hasil wawancara, kendala utama terletak pada kurangnya inovasi promosi digital, fasilitas yang sudah lama, dan persaingan ketat dengan hotel baru yang menawarkan harga lebih murah dengan fasilitas lebih modern. Selain itu, fluktuasi tamu pada musim sepi juga turut memengaruhi okupansi.
Bagaimana upaya yang dilakukan pihak manajemen untuk mengatasi kendala dalam tingkat hunian kamar?	Manajemen berupaya memperkuat kerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta, meningkatkan pelayanan pelanggan, serta merencanakan pembaruan fasilitas kamar. Selain itu, manajemen juga sedang menjajaki strategi promosi digital melalui media sosial dan situs pemesanan daring.
Bagaimana peran sumber daya manusia dalam mendukung peningkatan okupansi kamar?	Informan menyebutkan bahwa kompetensi SDM cukup baik, dengan sebagian besar karyawan berpengalaman dan memahami SOP pelayanan hotel. Namun, diperlukan peningkatan motivasi dan pelatihan komunikasi agar pelayanan lebih responsif terhadap kebutuhan tamu.
Bagaimana pengaruh harga terhadap minat tamu untuk menginap kembali?	Hasil wawancara menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap keputusan tamu. Beberapa tamu mengharapkan adanya penyesuaian harga agar lebih kompetitif dengan hotel lain di kelas yang sama. Program promo musiman dinilai efektif dalam menarik tamu baru.
Apa dampak dari kombinasi faktor harga, fasilitas, promosi, dan pelayanan terhadap tingkat hunian kamar hotel?	Berdasarkan temuan, kombinasi keempat faktor tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap fluktuasi tingkat hunian. Ketika promosi aktif dan pelayanan meningkat, okupansi ikut naik. Namun, jika harga tidak sebanding dengan fasilitas dan pelayanan menurun, maka tingkat hunian cenderung menurun. Oleh karena itu, keseimbangan strategi antar faktor menjadi kunci peningkatan okupansi.

WAWANCARA PENELITIAN
“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Di Hotel Gran
Puri Manado”

Pertanyaan

Sub Fokus : Harga Kamar

- A. Bagaimana pengaruh harga kamar (room rate) terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado?

Sub Fokus : Kualitas Pelayanan

- A. Bagaimana kualitas pelayanan (service quality) memengaruhi kepuasan tamu dan tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado?

Sub Fokus : Fasilitas

- A. Bagaimana peran fasilitas hotel dalam meningkatkan minat tamu untuk menginap di Hotel Gran Puri Manado?

Sub Fokus : Promosi dan Strategi

- A. Bagaimana efektivitas promosi dan strategi pemasaran yang dilakukan manajemen hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar?

Sub Fokus : Kebijakan Pemerintah

- A. Bagaimana pengaruh kebijakan pemerintah terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Gran Puri Manado?

DOKUMENTASI