

Implementasi Peningkatan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode SWOT di Altha Hotel

Merlia Rahmayani¹

*Administrasi Bisnis Internasional Politeknik Kamparr
Jln. Tengku Muhammad KM 2 Bangkinang INDONESIA
¹merlia@poltek-kampar.ac.id*

Intisari— Era global sekarang ini, dalam dunia bisnis terjadi persaingan yang ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan. Kompetisi global saat ini penting bagi setiap karyawan hotel untuk meningkatkan pelayanan agar dapat bersaing dengan hotel lainnya. Kualitas pelayanan dan fasilitas saat ini, lebih dipentingkan dalam dunia bisnis karena diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan juga akan memperhitungkan persaingan yang timbul dari berbagai jasa perhotelan. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Altha Hotel. Populasi adalah masyarakat yang berpotensi ke hotel yang mana perekonomiannya menengah keatas. Sampel penelitian sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Altha Hotel sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen tertarik ke Altha Hotel.

Kata kunci— Peningkatan kualitas, Pelayanan, Kepuasan konsumen, SWOT.

Abstract— In today's global era, there is intense competition in the business world, especially companies in the hospitality service sector. Hotel is a company that is managed by the owner by providing services. In the midst of today's global competition, it is important for every hotel employee to improve services in order to compete with other hotels. The quality of services and facilities at this time is more important in the business world because it is thought to have an effect on customer satisfaction, and will also take into account the competition arising from various hospitality services. The facilities used by each company are of various forms, types and benefits. The purpose of this study was to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Altha Hotel. The population is people who have the potential to go to hotels where the economy is middle and above. The research sample was 98 respondents. This research uses the SWOT method. The results showed that service quality had an effect on customer satisfaction. Altha Hotel management should improve customer satisfaction such as paying attention to better service quality, and providing affordable facilities so that consumers are attracted to Altha Hotel.

Keywords— Quality improvement, service, customer satisfaction, SWOT

I. PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini, dalam dunia bisnis terjadi persaingan yang ketat, apalagi perusahaan dalam bidang jasa perhotelan. Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah mencari keuntungan.

Hotel adalah suatu bisnis dalam bidang jasa atau pelayanan yang menyediakan jasa penginapan, makan dan minuman serta jasa penunjang lainnya, berfungsi sebagai tempat sementara dan disediakan bagi umum, dikelola secara komersial dengan memperhitungkan untung atau ruginya

serta bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya. (Andriasan 2017: 21)

Memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor.

Altha Hotel adalah salah satu hotel yang berada di Bangkinang Kota, Jalan Prof.M. Yamin. Altha Hotel ini berada di depan Islamic Center dan dapat dicapai sekitar 10 menit dari SPBU Bangkinang kota. Altha Hotel ini berdiri dari bulan April tahun 2010, dengan mempunyai 7 orang karyawan tetap, 23 kamar tidur, 2 aula, 1 restoran.

Sejak berdiri pada tahun 2010 terjadinya Peningkatan yang tidak terlalu signifikan pada pengunjung Altha Hotel yang dapat dilihat dari Data Tamu mulai tahun 2015-2020 dapat dilihat dari tabel 1.1

Tabel 1 Data tamu menginap

Tahun	Jumlah Kamar	Jumlah Tamu
2015	1.405	2.973
2016	1.528	3.076
2017	1.593	3.197
2018	1.732	3.540
2019	2.087	4.273
2020	2.494	4.983

Data Tamu Menginap Dan Jumlah Kamar Altha Hotel



Gambar 1 Data tamu menginap

Berdasarkan Tabel 1 dan Gambar 1 dapat dilihat terjadinya peningkatan yang tidak signifikan dari tahun ketahun. Hal ini disebabkan banyaknya tempat penginapan yang ada di Bangkinang Kota. Hasil wawancara dengan pihak Altha Hotel peningkatan yang tidak terlalu signifikan dari tahun ke tahun terjadi akibat persaingan penginapan seperti wisma dan kos-kosan yang mana harganya lebih terjangkau.

Masa pandemi saat ini para pengunjung, urusan pemerintahan dan Pengunjung luar sangat dibatasi dan berdampak terjadinya penurunan pengunjung. Dengan demikian pihak atau Hotel ini agar lebih meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang lebih bagus agar bisa bersaing dengan pembisnis usaha lainnya.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana peneliti akan memperoleh atau mencari suatu data yang berasal dari responden yang akan diteliti oleh penulis. Lokasi penelitian dilakukan di Altha Hotel Jalan Prof.M.Yamin, Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, alasan memilih tempat itu karna Altha Hotel sampai saat ini masih tetap eksis, dan dengan banyaknya pesaing tempat Penginapan yang berada di kota Bangkinang, bagaimana Altha Hotel dapat meningkatkan persaingan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan SWOT sebagai Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan daya saing pada Altha Hotel.

Jenis Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data skunder.

A. Data primer

Data *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT) Data ini diperoleh dari survei peneliti, yaitu wawancara kepada pemilik usaha dan penyebaran kuesioner pada karyawan dan pengunjung Altha Hotel.

B. Data sekunder

Data ini didapat dari berkas-berkas perusahaan, misalnya profil perusahaan, data pengunjung dan lain-lain, yang mendukung dalam penelitian. Dan sumber data yang diperoleh dari perusahaan Altha Hotel.

Menurut para ahli Sugiono (2016:81) Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuh-tumbuhan, peristiwa, udara, gejala, ataupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dan karyawan Altha Hotel Bangkinang kota yang berjumlah 4983 pengunjung.

Menurut para ahli Sugiono (2016:81) “ sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini saya mengambil sampel sebanyak 98 responden dari pengunjung Altha Hotel Bangkinang kota.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu.

Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena sebuah penelitian menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Dua jenis sampel ini dikenal dengan nama *judgement* dan *quota sampling*.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel yaitu menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2016:81) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4983}{1 + 4983(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4983}{50,83}$$

$$n = 98$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 4983 maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden.

Adapun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah Pengolahan data dengan SWOT

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Berikut merupakan potensial pokok persoalan yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis SWOT:

- 1.Potensial Kekuatan Internal
- 2.Potensial Kelemahan Internal
- 3.Potensial Peluang Eksternal
- 4.Potensial Ancaman Eksternal

Dengan analisis SWOT dapat diketahui isu atau factor-faktor strategis yang perlu dikembangkan di masa yang akan datang dalam peningkatan SDM pada Altha Hotel.

Teknik Analisis SWOT merupakan tahap awal upaya untuk menemukan isu strategis yang nantinya berkaitan dengan penemuan strategi pengembangan organisasi publik. Beberapa strategi yang diperoleh dari teknik Analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- A. *Strategi SO (Strength Opportunity)* : Memanfaatkan internal untuk memperoleh keuntungan dari peluang yang tersedia di lingkungan eksternal.
- B. *Strategi WO (Weakness Opportunity)* : Memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan luar.
- C. *Strategi ST (Strength Threat)* : Menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang datangnya dari lingkungan luar.
- D. *Strategi WT (Weakness Threath)* : Memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman yang datangnya dari lingkungan luar.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan nilai yang sesuai dengan tujuan alat ukur. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} terhadap r_{tabel} , yang diolah dengan bantuan *software* SPSS 22. Sebelum kuesioner ditanyakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji terlebih dahulu, yaitu dengan metode *pre test* responden yang diuji adalah sebanyak 98 untuk Pengunjung Altha Hotel dan jumlah ini sudah mencukupi.

Validitas merupakan alat ukur untuk melihat atau mengetahui apakah kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden sebenarnya. Data dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 2 Uji Validitas kuesioner Eksternal Altha Hotel

Pernyataan	Eksternal		Keterangannya
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1	.474	0.198	Valid
2	.235	0.198	Valid
3	.501	0.198	Valid
4	.563	0.198	Valid
5	.531	0.198	Valid
6	.213	0.198	Valid
7	.222	0.198	Valid
8	.474	0.198	Valid
9	.489	0.198	Valid
10	.224	0.198	Valid
11	.406	0.198	Valid
12	.531	0.198	Valid
13	.458	0.198	Valid
14	.213	0.198	Valid
15	.451	0.198	Valid
16	.275	0.198	Valid
17	.489	0.198	Valid
18	.250	0.198	Valid
19	.279	0.198	Valid
20	.406	0.198	Valid
21	.213	0.198	Valid
22	.247	0.198	Valid
23	.421	0.198	Valid
24	.355	0.198	Valid
25	.235	0.198	Valid
26	.458	0.198	Valid
27	.489	0.198	Valid
28	.213	0.198	Valid

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Reliabilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat dengan bantuan *Software* SPSS 22.

Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria berikut:

1. Kurang dari 0,2 : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
2. 0,2 - <0,4 : Sangat kecil (tidak erat)
3. 0,4 - <0,7 : Hubungan cukup erat
4. 0,7 - < 0,9 : Erat (*reliable*)
5. 0,9 - < 1,0 : Sangat erat
6. 1 : sempurna

Tabel 3 Uji reliabilitas Eksternal Altha Hotel

Eksternal		
<i>Cronbach Alpha</i>	N of Items	Keterangan
.808	28	Erat (<i>reliable</i>)

Defenisi operasional variabel lingkungan internal dan variabel eksternal terkait dengan indikatornya masing-masing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

A. Variabel lingkungan internal

Merupakan lingkungan yang berada didalam perusahaan yang mewakili kekuatan dan kelemahan yang dapat dikendalikan oleh manajemen Altha Hotel.

B. Variabel lingkungan eksternal

Merupakan lingkungan yang berada diluar perusahaan, terdiri dari peluang yang bisa dimanfaatkan dan secara bersamaan mencegah ancaman yang dating dan segera diantisipasi oleh Altha Hotel.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Altha Hotel merupakan suatu tempat penginapan, Altha Hotel terletak di Jalan Prof.M.Yamin, Bangkinang Kota, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau 28412. Altha Hotel ini berdiri dari Bulan April Tahun 2010, Tempat ini merupakan hak milik pribadi dengan mempunyai 7 orang Karyawan tetap, 23 kamar tidur, 2 aula, 1 restoran.

Banyaknya tempat penginapan yang berada di Bangkinang Kota dan bagaimana cara Altha Hotel dapat meningkatkan persaingan maka dari itu Peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan SWOT sebagai Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan daya saing pada Altha Hotel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden.

Responden pada penelitian ini terbagi 2 kelompok yaitu responden untuk lingkungan Internal dan lingkungan Eksternal. Lingkungan internal yaitu 7 orang karyawan yang bekerja di Altha Hotel dan Responden dari lingkungan Eksternal pada Perusahaan Altha Hotel Sebanyak 98 Responden yang merupakan pengunjung Altha Hotel.

A. Kuesioner Internal Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti, karakteristik karyawan Altha Hotel sebagai berikut:

1) Berdasarkan Jenis Kelamin karyawan Altha Hotel:

Tabel 4 Jenis kelamin karyawan

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	3	40%
Perempuan	4	60%
Total	7	100

Sumber: Pengumpulan Data 2021

Jenis kelamin karyawan Altha Hotel laki-laki sebanyak 3 orang (40%) dan perempuan sebanyak 4 orang (60%). Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui sebagian besar jenis kelamin karyawan Altha Hotel adalah perempuan.

2) Usia Karyawan Altha Hotel:

Usia karyawan dapat mempengaruhi kinerja dalam kontribusinya mengembangkan bisnis Hotel. Apabila karyawan memiliki usia yang produktif, dengan stamina dan pemikiran yang matang ditambah berbagai pengalaman yang sudah pernah dijalani maka hal ini dapat berpengaruh positif terhadap kemajuan Hotel. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5 Usia Karyawan

Usia	Frekuensi	Persentase
>20 tahun	6	86%
>30 tahun	1	14%
Total	7	100

Sumber: Pengumpulan Data 2021

Tabel 5 dapat dilihat bahwa karyawan Altha Hotel dengan usia >20 Tahun sebanyak 6 orang (86%) dan usia > 30 Tahun sebanyak 1 orang (14%).

B. Kuesioner eksternal Penelitian

Untuk kusioner eksternal yang berjumlah 98 responden terdiri dari:

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang di berikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung,

adapun pertanyaan yang di ajukan kepada eksternal yang berjumlah 98 responden yaitu:

1) Berdasarkan jenis kelamin responden:

Tabel 6 Jenis klamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	24	24%
Perempuan	74	76%
Total	98	100%

Sumber: Pengumpulan Data 2021

Tabel 6 terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan responden laki-laki. Jumlah responden perempuan sebanyak 74 responden atau 76% dan laki-laki sebanyak 24 responden atau 24%.

2) Berdasarkan Usia responden:

Tabel 7 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20 tahun	8	8%
≥ 20 tahun	35	36%
≥ 30 tahun	55	56%
Total	98	100%

Sumber: Pengumpulan Data 2021

Tabel 7 terlihat bahwa jumlah responden yang berusia ≥ 30 tahun lebih mendominasi dibandingkan dengan jumlah responden yang berusia ≤ 20 tahun dan ≥ 20 tahun. Jumlah responden yang berusia ≥ 30 tahun sebanyak 55 responden atau 56%. Selanjutnya jumlah responden yang berusia ≤ 20 tahun sebanyak 8 responden atau 8%. Jumlah responden yang berusia ≥ 20 tahun sebanyak 35 responden atau 36%.

3) Berdasarkan Pekerjaan:

Tabel 8 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	20	21%
Guru/Dosen	14	14%
Pegawai negeri	11	11%
Karyawan	43	44%
Petani	0	0%
Wirasaha	10	10%
Total	98	100%

Sumber: Pengumpulan Data 2021

Jumlah responden yang bekerja sebagai karyawan lebih banyak dengan jumlah responden sebanyak 43 responden atau sekitar 44%. kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 20 responden atau sekitar 21%. Selanjutnya diikuti oleh responden yang bekerja sebagai guru/dosen dengan jumlah responden sebanyak 14 responden atau sekitar 14%. Responden lainnya yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 11 responden atau sekitar 11% dan wirasaha sebanyak 10 responden atau sekitar 10 % tetapi pekerja sebagai petani memiliki responden 0%.

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H_0 :Ada hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

H_1 :Tidak ada hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan Pelanggan.

Analisis lingkungan *internal* ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing Altha Hotel dengan cara melakukan identifikasi terhadap berbagai faktor-faktor yang ada dalam Perusahaan Altha Hotel. Diantaranya yaitu manajemen, pemasaran, keuangan, serta penelitian dan pengembangan.

A. Manajemen

Altha Hotel memiliki sistem manajemen yang terstruktur dalam menjalankan bisnis, Altha Hotel adalah sebuah bisnis dalam bidang jasa perhotelan yang mempunyai 7 orang karyawan. Dengan adanya sistem manajemen yang berupa perencanaan, pengorganisasian, penyusunan dan pengontrolan yang baik tentunya akan menjadi suatu Kekuatan bagi perusahaan, karena hasil yang diperoleh dalam menjalankan bisnis ini tidak akan maksimum dalam pencapaian tujuannya.

B. Pemasaran

Pangsa pasar yang dituju oleh Altha Hotel adalah semua golongan masyarakat yang berada di Kabupaten Kampar dan sekitarnya. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh Altha Hotel saat ini dengan memudahkan pemesanan secara online dan memberikan informasi melalui media sosial.

C. Harga

Harga penginapan Altha Hotel ini cukup terjangkau dan bersaing di pasaran. Dengan tarif / Harga Bisnis floor 1st floor Rp. 295.000, deluxe 3nd floor Rp.350.000, family DI 3nd floor Rp.395.000, Extra Bed Rp. 120.000 dan harga promo yang standar 2nd floor nya Rp.195.000.

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor *internal* berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang berpengaruh terhadap Altha Hotel. Penentuan rating dan bobot diperoleh dari 7 (tujuh) orang karyawan yang bekerja di Altha Hotel

Tabel 9 Rekapitulasi Matrik IFE Altha Hotel

FAKTOR INTERNAL	Bobot		Rating		Total Skor Rata-rata
	Jumlah Bobot Internal	Rata-rata	Jumlah Rating Internal	Rata-rata	
KEKUATAN					
1	0.552	0.088	20	3.857	0.210
2	0.552	0.079	19	3.714	0.214
3	0.489	0.082	18	3.571	0.218
4	0.429	0.090	17	3.429	0.210
5	0.498	0.071	18	3.571	0.185
6	0.498	0.071	18	3.571	0.185
7	0.413	0.039	13	2.143	0.126
8	0.485	0.071	18	3.714	0.195
KELEMAHAN					
9	0.552	0.079	20	3.857	0.226
10	0.498	0.082	17	3.429	0.208
11	0.523	0.075	20	3.857	0.214
12	0.497	0.071	18	3.571	0.195
13	0.552	0.085	20	3.857	0.242
14	0.487	0.087	17	3.429	0.183
TOTAL		1.00			3.495

Sumber: Pengolahan Data (2021)

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik IFE diperoleh total skor yang dimiliki Altha Hotel sebesar 3.495. Skor bobot total yang berada diatas 2,5 mengindikasikan bahwa kuatnya posisi *internal* perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

Analisis matrik EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treathts*) yang berpengaruh terhadap Altha Hotel.

Penentuan rating dan bobot diperoleh dari 98 responden merupakan pelanggan Altha Hotel. Sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dan rating.

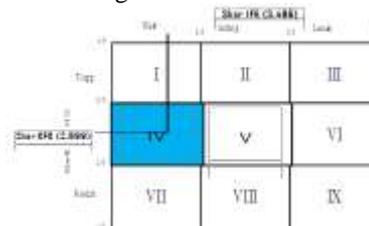
Tabel 10 Hasil Rekapitulasi Matrik EFE Altha Hotel

Faktor Eksternal	Bobot		Rating		Total Skor Rata-rata
	Jumlah Bobot Eksternal Altha Hotel	Rata-rata	Jumlah Rating Eksternal Altha Hotel	Rata-rata	
PELUANG					
15	6.952	0.071	253	2.582	0.183
16	6.953	0.071	233	2.582	0.183
17	7.082	0.072	258	2.633	0.190
18	7.075	0.072	237	2.622	0.189
19	7.024	0.072	235	2.602	0.187
20	6.997	0.071	234	2.592	0.184
21	7.024	0.072	236	2.612	0.188
22	6.924	0.071	233	2.582	0.183
ANCAMAN					
23	6.979	0.071	233	2.582	0.183
24	6.971	0.071	234	2.592	0.184
25	6.918	0.071	232	2.571	0.183
26	6.964	0.071	234	2.592	0.184
27	7.082	0.072	238	2.633	0.190
28	7.024	0.072	236	2.612	0.188
TOTAL		1.00		36.389	2.899

Matrik ini disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal Altha Hotel dalam kerangka *Opportunities* dan *Threats* dengan melihat berbagai kemungkinan adanya peluang dan ancaman yang akan dihadapi Altha Hotel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh Altha Hotel sebesar 2.599. Skor bobot total yang berada diatas 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor *eksternal* dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matrik IFE dan matrik EFE maka dapat disusun selanjutnya dalam matrik *internal-eksternal* atau matrik IE. Matrik IE digunakan untuk menganalisis posisi perusahaan secara lebih detail dan melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan. Hasil dari penilaian dari matrik IE untuk Altha Hotel dapat dilihat pada tabel 9 dan 10 nilai rata-rata IFE sebesar 3.495 dan rata-rata EFE sebesar 2.599, dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2 Hasil Matrik IE Altha Hotel

Hasil matrik IE diatas menunjukkan bahwa Altha Hotel berada pada kuadran IV. Pada posisi ini strategi yang dapat diterapkan oleh Altha Hotel adalah strategi tumbuh dan berkembang. Strategi yang cocok untuk devisi ini adalah strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk/jasa atau strategi terintegrasi

mundur, intergrasi maju, dan integrasi horizontal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan metode analisis swot terhadap Pelayanan di Altha Hotel Bangkinang Kota adalah:

A. Kekuatan

Memiliki tempat yang strategis yang berada di tengah kota Bangkinang, gedung yang dimiliki merupakan gedung hak milik, dan harga yang relative terjangkau.

B. Kelemahan

Kurang respon dan tanggap dalam pelayanan, penampilan karyawan yang Kurang menarik, area parkir yang kurang luas dan karyawan yang Kurang ramah dan sopan.

C. Peluang

Memiliki surat izin dari pemerintah, kegiatan bisnis yang makin luas dan pangsa pasar yang cukup tinggi.

D. Ancaman

Banyaknya penginapan di bangkinang kota, bermunculan pesaing yang sejenis dan pesaing yang tingkat pelayanannya lebih bagus.

Implementasi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. dalam penelitian ini peningkatan kualitas pelayanan Altha Hotel yang mana di implementasikan dengan baik dan secara langsung.

REFERENSI

- Akbar, Rahmad (2017) *analisis strategi pemasaran produk permata sari dalam meningkatkan penjualan menggunakan metode benchmarking dan swot*, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau pekanbaru. Diakses : 10 Juni 2021.
- Aliah, N., Hasanuddin, U., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Administrasi, J. I., Studi, P., & Negara, A. (2016). *'strategi peningkatan pelayanan melalui website pada upt-p2t bkpm*, provinsi sulawesi selatan. Diakses : 12 Juni 2021
- Firila, D. F. (2019). *Semarang. Strategi peningkatan mutu pendidik dengan analisis swot di sdit bina insani*. Semarang. Diakses : 25 Juni 2021
- Jannah, A., Sulistiyani, E., Bisnis, J. A., & Semarang, P. N. (2017). *Strategi peningkatan kualitas pelayanan berbasis swot pada kantor pelayanan pajak pratama semarang* *Pendahuluan*. 3(2), 195–204. Diakses : 25 Juni 2021.
- Maryam, S., Zauhar, S., & Saleh, C. (2016). *Strategi Perencanaan Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik (Studi Pada Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Kabupaten Sampang)*. 19(2), 83–90. Diakses : 26 Juni 2021

- Manajemen, K., Dan, H., Dakwah, J. M., Ilmu, F., Dan, D., Komunikasi, I., Islam, U., & Syarif, N. (2016). *Implementasi tqm (total quality management) melalui kualitas pelayanan pada pt . Tur silaturahmi* . Diakses : 2 Juli 2021
- Merita Bernik *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 12. No. 3, Desember (2019) *analisis kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen: studi kasus gold's gym bandung*. Diakses : 5 Juli 2021.
- Pertiwi, D., Nugrahini, D. W. I. S., Syariah, J. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Analisis swot untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada nasabah produk purna faedah bri syariah kcp ponorogo*. Diakses : 10 juli 2021.
- Permatasari, T. I., Setiadjit, D. G., & Adriantantri, E. (2019). *Metode swot dan service quality di perusahaan daerah air*. Diakses : 10 juli 2021.
- Widyaningsih, H. (2018). *Upaya Peningkatan Profesionalisme Karyawan Untuk Meningkatkan Kualita Pelayanan Karyawan Abadi Hotel Jogja*. 9(1), 47–55, . Diakses :12 juli 2021.
- Kualitas, A., Dan, P., & Terhadap, F. (n.d.). *Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel yuta di kota manado*. 4(1), 575–584. Diakses : 12 juli 2021.
- Yanti BR Tarigan (2013), *Penilaian Wisatawan Terhadap Fasilitas Pariwisata Wana Wisata Ciwangun Indah Camp*, Kabupaten Bandung Barat Universitas. Diakses : 13 Juli 2021.
- Widodo, Okky Wenky ca. (2012) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Tugas Akhir Jurusan Ekonomika, Universitas Diponegoro, Semarang*. Diakses : 2 Januari 2021.