



ANALISIS PENERAPAN KUALITAS PRODUK PADA HOTEL DI CIREBON (STUDI KASUS: SURVEY PADA HOTEL BINTANG 4 DI KOTA CIREBON)

Iva Yulia Mustafa^{1*} Tia Listiaty²

¹Diploma 3 Perhotelan, Politeknik Pariwisata Prima Internasional

²Diploma 4 Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Prima Internasional

Email Korespondensi*: ivayulia@poltekparprima.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri perhotelan di Kota Cirebon yang didorong oleh meningkatnya aktivitas pariwisata, perjalanan bisnis, dan kegiatan MICE telah meningkatkan persaingan, khususnya pada hotel berbintang empat. Kondisi ini menuntut hotel untuk menerapkan kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan kualitas produk pada hotel bintang empat di Kota Cirebon berdasarkan delapan dimensi kualitas produk Garvin, yaitu *performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics*, dan *perceived quality*. Penelitian menggunakan metode *mixed methods* dengan desain *Sequential Exploratory*, yang diawali dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, kemudian dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner kepada pelanggan hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk pada hotel bintang empat di Kota Cirebon berada pada kategori baik hingga sangat baik. Dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi meliputi kenyamanan kamar, penampilan dan keramahan karyawan, kebersihan, keamanan, kualitas fasilitas, konsistensi pelayanan, serta kepuasan pelanggan. Namun demikian, beberapa aspek masih memerlukan perbaikan, antara lain kecepatan pelayanan restoran, variasi menu makanan, kapasitas area parkir, tata letak fasilitas, serta penguatan kesan mewah dan eksklusif hotel. Temuan ini menunjukkan perlunya inovasi dan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan agar hotel mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mempertahankan daya saing di industri perhotelan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Hotel Bintang Empat, Kepuasan Pelanggan, Kota Cirebon



JURNAL PARIWISATA PRIMA

Journal Homepage: <https://journal.poltekparprima.ac.id/index.php/utama>

PENDAHULUAN

Industri perhotelan di Kota Cirebon mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring meningkatnya sektor pariwisata dan mobilitas masyarakat. Kota Cirebon dikenal sebagai kota budaya dan transit yang memiliki daya tarik wisata sejarah, religi, dan kuliner. Karakteristik ini menjadi modal kuat untuk *city branding* berbasis budaya dan kuliner (Mustafa & Hernawati, 2025).

Kota Cirebon merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Jawa Barat, kunjungan wisatawan ke kota Cirebon tahun 2021 mencapai 3.669.195 wisatawan, ini melebihi target 2,1 juta wisatawan (Khalim & Fitriyana, 2023). Kota Cirebon, terletak di Provinsi Jawa Barat, memegang peran penting dalam panorama kekayaan budaya dan kuliner Indonesia (Mustafa et al., 2024).

Munculnya beberapa kuliner yang baru dengan memodifikasi jenis kuliner yang sudah ada menjadikan kuliner khas Cirebon semakin bervariasi dan diharapkan menambah kemenarikan kunjungan wisatawan (Mustafa & Khalim, 2023).

Tingkat jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Barat di tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan dan penurunan, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 (Mustafa & Warliati, 2024).

Berdasarkan data (BPS Kota Cirebon, 2024), tingkat penghunian kamar (TPK) hotel bintang pada Agustus 2024 mencapai 56,65 persen, naik 5,84 poin secara *year-on-year* dibandingkan Agustus 2023, namun mengalami penurunan sebesar 2,06 poin secara *month-to-month* dibanding Juli 2024. Rata-rata lama tamu menginap (RLTM) di hotel bintang pada periode yang sama tercatat 1,39 hari, menurun 0,04 poin secara *year-on-year* dan 0,05 poin dibanding bulan sebelumnya.

Hal ini mendorong meningkatnya kebutuhan akan akomodasi, khususnya hotel berbintang. Hotel bintang 4 di Cirebon dituntut untuk mampu bersaing tidak hanya dari segi pelayanan, tetapi juga melalui produk yang ditawarkan kepada tamu. Produk hotel dapat berupa pengembangan fasilitas kamar, layanan tambahan, konsep tematik, hingga integrasi teknologi digital dalam pelayanan.



Namun, dalam praktiknya, tidak semua hotel mampu menerapkan strategi kualitas produk secara optimal. Masih terdapat tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman pasar, serta belum maksimalnya pemanfaatan potensi lokal sebagai nilai tambah produk hotel.

Dalam menghadapi persaingan ini, kualitas pelayanan dan produk menjadi pembeda yang signifikan antara satu destinasi dengan yang lainnya (Mustafa & Hernawati, 2025). Pariwisata kuliner semakin menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman budaya dan kuliner lokal yang autentik. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan produk dalam industri ini sangat penting untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata kuliner (Mustafa et al., 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi kualitas produk pada hotel bintang 4 di Kota Cirebon, serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi terhadap daya saing hotel sebagai

penunjang kualitas pariwisata di Kota Cirebon.

LANDASAN TEORI

1. Hotel

Hotel merupakan usaha jasa yang menyediakan akomodasi, makanan dan minuman, serta berbagai layanan penunjang bagi tamu yang menginap untuk sementara waktu dengan tujuan komersial (Sulastiyono dalam Susepti et al., 2017). Dalam industri perhotelan, produk yang ditawarkan merupakan kombinasi antara produk berwujud (*tangible*) seperti bangunan, kamar, restoran, dan fasilitas pendukung, serta produk tidak berwujud (*intangible*) berupa pelayanan, keramahan, dan profesionalisme karyawan (Nur & Fadili, 2021). Oleh karena itu, keberhasilan hotel sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menghadirkan kualitas produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

2. Wisatawan

Menurut *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)*, wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke luar tempat tinggalnya untuk tujuan rekreasi, liburan, maupun kepentingan lain yang tidak



berkaitan dengan pekerjaan tetap (Febriani, 2025). Selama melakukan perjalanan, wisatawan memerlukan berbagai fasilitas pendukung, seperti transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, informasi, serta aktivitas wisata. Hotel menjadi salah satu elemen penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut karena berperan sebagai penyedia akomodasi sekaligus pemberi pengalaman menginap yang berkualitas. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan hotel turut memengaruhi citra destinasi dan keinginan untuk melakukan kunjungan kembali.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui karakteristik, fungsi, dan atribut yang dimilikinya (Arinawati & Suryadi, 2021). Dalam industri jasa, khususnya perhotelan, kualitas produk tidak hanya diukur dari fasilitas fisik, tetapi juga dari kemampuan hotel dalam memberikan pengalaman menginap yang nyaman, aman, dan memuaskan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, serta memperkuat

daya saing hotel di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Penelitian ini menggunakan delapan dimensi kualitas produk yang dikemukakan oleh Garvin sebagai dasar dalam menilai kualitas produk pada hotel berbintang empat di Kota Cirebon. Adapun dimensi tersebut meliputi:

- A. *Performance* (Kinerja) merupakan karakteristik utama produk atau jasa yang menunjukkan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan fungsi utamanya, seperti kenyamanan kamar, kebersihan, dan kualitas fasilitas yang tersedia.
- B. *Features* (Fitur) adalah karakteristik atau fasilitas tambahan yang melengkapi layanan utama sehingga mampu meningkatkan nilai dan daya tarik hotel, seperti kolam renang, pusat kebugaran, ruang pertemuan, atau akses internet.
- C. *Reliability* (Keandalan) menunjukkan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan secara konsisten, akurat, dan dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan tanpa mengalami kesalahan atau gangguan.



- D. *Conformance* (Kesesuaian) merupakan tingkat kesesuaian pelayanan dan fasilitas hotel dengan standar operasional maupun spesifikasi yang telah ditetapkan sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan.
- E. *Durability* (Daya Tahan) berkaitan dengan ketahanan fasilitas dan perlengkapan hotel untuk tetap berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu meskipun digunakan secara terus-menerus.
- F. *Serviceability* (Kemampuan Pelayanan) menggambarkan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan secara cepat, responsif, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara efektif dan profesional.
- G. *Aesthetics* (Estetika) merupakan aspek yang berkaitan dengan daya tarik visual hotel, seperti desain bangunan, interior, eksterior, kebersihan, tata ruang, serta suasana yang memberikan kenyamanan bagi tamu.
- H. *Perceived Quality* (Kualitas yang Dipersepsikan) adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas hotel secara keseluruhan berdasarkan pengalaman menginap, reputasi, citra

merek, serta kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan layanan hotel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* dengan desain *Sequential Exploratory*, yaitu mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara berurutan. Pendekatan kualitatif dilakukan pada tahap awal untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan kualitas produk pada hotel berbintang empat di Kota Cirebon melalui wawancara dengan pihak manajemen hotel. Hasil tahap kualitatif selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian dan pengujian pada tahap kuantitatif.

Tahap kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan hotel untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas produk berdasarkan delapan dimensi Garvin, yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*. Desain *Sequential Exploratory* dipilih karena mampu menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif melalui integrasi temuan kualitatif dan kuantitatif.



JURNAL PARIWISATA PRIMA

Journal Homepage: <https://journal.poltekparprima.ac.id/index.php/utama>

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan kuesioner. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai penerapan kualitas produk dari perspektif manajemen hotel, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data persepsi pelanggan terhadap kualitas produk hotel. Analisis data dilakukan secara deskriptif. Data kualitatif dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi penerapan kualitas produk di hotel. Sementara itu, data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat penilaian pelanggan terhadap setiap dimensi kualitas produk. Hasil analisis kedua pendekatan kemudian diintegrasikan untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif mengenai penerapan kualitas produk pada hotel berbintang empat di Kota Cirebon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah hotel berbintang empat di Kota Cirebon, yaitu Aston Cirebon Hotel and Convention

Centre, Patra Hotel Cirebon, Swiss-Belhotel Cirebon, dan Luxton Hotel Cirebon. Hotel-hotel tersebut berkembang seiring meningkatnya aktivitas pariwisata, perjalanan bisnis, dan kegiatan *MICE* (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Secara umum, hotel berbintang empat di Kota Cirebon memiliki standar pelayanan profesional, fasilitas yang lengkap dan modern, serta mengutamakan kenyamanan, kebersihan, keamanan, dan estetika untuk memenuhi kebutuhan wisatawan bisnis maupun wisatawan rekreasi.

Hasil Penelitian

Hasil wawancara dengan pihak manajemen menunjukkan bahwa seluruh hotel telah menerapkan delapan dimensi kualitas produk Garvin, yaitu *performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics*, dan *perceived quality*. Penerapan tersebut diwujudkan melalui penyediaan fasilitas yang lengkap, pemeliharaan fasilitas secara berkala, penerapan standar operasional (SOP), peningkatan kompetensi karyawan, serta upaya menjaga citra dan reputasi hotel.



Hasil kuesioner menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas produk hotel berbintang empat di Kota Cirebon memperoleh penilaian pada kategori baik hingga sangat baik. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah *performance* dan *aesthetics*, yang tercermin dari kenyamanan kamar, kebersihan hotel, serta penampilan karyawan yang rapi, profesional, dan ramah. Temuan ini menunjukkan bahwa hotel telah mampu memberikan pengalaman menginap yang nyaman sekaligus menciptakan kesan positif bagi pelanggan.

Dimensi *reliability*, *conformance*, *durability*, dan *serviceability* juga memperoleh penilaian sangat baik. Hal tersebut terlihat dari konsistensi pelayanan, fasilitas yang berfungsi dengan baik, kepatuhan terhadap standar operasional, serta kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan dan keluhan tamu secara cepat dan profesional. Sementara itu, dimensi *features* dan *perceived quality* memperoleh penilaian baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perhatian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk pada hotel berbintang empat di Kota Cirebon telah sesuai dengan konsep kualitas produk Garvin. Hotel tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas fisik, tetapi juga pada kualitas pelayanan, kenyamanan, serta pengalaman pelanggan selama menginap. Temuan ini mendukung pendapat Garvin bahwa kualitas produk merupakan kombinasi berbagai dimensi yang secara bersama-sama membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Dimensi *performance* menjadi aspek yang paling dominan karena berkaitan langsung dengan fungsi utama hotel sebagai penyedia akomodasi. Tingginya penilaian terhadap kenyamanan kamar, kebersihan, dan keamanan menunjukkan bahwa hotel telah memenuhi harapan utama pelanggan. Selain itu, tingginya nilai pada dimensi *aesthetics* menunjukkan bahwa desain interior, suasana hotel, dan penampilan karyawan turut membentuk pengalaman menginap yang positif.

Pada dimensi *reliability*, *conformance*, *durability*, dan



JURNAL PARIWISATA PRIMA

Journal Homepage: <https://journal.poltekparprima.ac.id/index.php/utama>

serviceability, hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel mampu mempertahankan kualitas pelayanan secara konsisten melalui penerapan SOP, pemeliharaan fasilitas, serta pelayanan yang responsif. Kondisi tersebut berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan oleh tingginya keinginan pelanggan untuk kembali menginap serta merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Meskipun demikian, penelitian juga mengidentifikasi beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, yaitu kecepatan pelayanan restoran, variasi menu makanan, kapasitas area parkir, tata letak fasilitas, serta penguatan kesan mewah dan eksklusif hotel. Perbaikan pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai dimensi *features* dan *perceived quality*, sehingga mampu memperkuat daya saing hotel berbintang empat di Kota Cirebon di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk pada hotel

berbintang empat di Kota Cirebon berada pada kategori baik hingga sangat baik berdasarkan persepsi pelanggan. Seluruh dimensi kualitas produk Garvin telah diterapkan dengan baik, terutama pada aspek *performance*, *reliability*, *conformance*, *serviceability*, dan *aesthetics*. Dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi adalah kenyamanan kamar, kebersihan hotel, serta penampilan dan keramahan karyawan, yang mencerminkan kemampuan hotel dalam memberikan pengalaman menginap yang nyaman dan pelayanan yang profesional.

Selain itu, tingginya penilaian terhadap kualitas fasilitas, keamanan, konsistensi pelayanan, serta loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa hotel mampu membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Namun demikian, beberapa aspek masih memerlukan peningkatan, yaitu kecepatan pelayanan restoran, variasi menu makanan, kapasitas area parkir, tata letak fasilitas, serta penguatan kesan mewah dan eksklusif hotel. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kualitas produk yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan



JURNAL PARIWISATA PRIMA

Journal Homepage: <https://journal.poltekparprima.ac.id/index.php/utama>

dan memperkuat daya saing hotel berbintang empat di Kota Cirebon.

Hotel berbintang empat di Kota Cirebon disarankan untuk mempertahankan kualitas produk yang telah memperoleh penilaian sangat baik, khususnya pada aspek kenyamanan, kebersihan, profesionalisme, dan keramahan karyawan. Selain itu, manajemen hotel perlu melakukan perbaikan pada aspek yang masih memperoleh penilaian baik, seperti peningkatan kecepatan pelayanan restoran, penambahan variasi menu, optimalisasi area parkir, penataan fasilitas, serta penguatan estetika hotel untuk meningkatkan persepsi kualitas pelanggan. Evaluasi kualitas produk secara berkala melalui survei kepuasan pelanggan juga perlu dilakukan sebagai dasar penyusunan strategi peningkatan mutu. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan hotel dari berbagai klasifikasi serta menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan kualitas layanan, pengalaman menginap, dan loyalitas pelanggan agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Assauri, S. (2004). *Manajemen operasi dan produksi*. Jakarta, Indonesia: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Collier, D. A., & Evans, J. R. (2007). *Operations management: Goods, services, and value chains*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Handoko, T. H. (2000). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia* (2nd ed., Cetakan ke-14). Yogyakarta, Indonesia: BPFE.
- Hartono, J. (2005). *Analisis dan desain sistem informasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 38–50.
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27–36.