

Penerapan Green Action Oleh Staff Frontoffice Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran

Ni Kadek Sri Umi Budiyan^{1*}, I Nyoman Rajin Aryana², I Ketut Suarja³

¹ Manajemen bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² Manajemen bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ Manajemen bisnis pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: sriumibudiyani@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini membahas tentang penerapan green action oleh staf front office untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Le Meridien Bali Jimbaran. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi green actions yang telah dilaksanakan oleh staf front office untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang diterapkan di Le Meridien Bali Jimbaran, serta mengetahui indikator-indikator yang menjadi manfaat penerapan green actions yang dilakukan oleh staf front office yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk menciptakan kepuasan pelanggan di hotel Le Meridien Bali Jimbaran. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden yang merupakan tamu hotel Le Meridien Bali Jimbaran, dengan pengambilan data yang representatif. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis Important Performance Analysis (IPA) untuk menentukan indikator yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan dan teknik analisis Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu terhadap penerapan green actions dilakukan oleh petugas depan. departemen kantor. Hasil analisis Important Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa terdapat 1 indikator yang berada di Kuadran A, sedangkan ada 5 indikator yang berada di Kuadran B. Kemudian hasil Customer Satisfaction Index (CSI) menunjukkan nilai keseluruhan untuk kepuasan pelanggan dengan penerapan green action yang dilakukan oleh staf front office departemen yaitu 69,23% dan termasuk dalam kategori puas.

Kata Kunci: Green Action, Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).

Abstract: This study discusses the application of green action by front office staff to increase customer satisfaction at Le Meridien Bali Jimbaran. With the aim of knowing how the implementation of green actions that have been implemented by front office staff to increase customer satisfaction is implemented at Le Meridien Bali Jimbaran, as well as knowing the indicators that are the benefits of implementing green actions carried out by front office staff that need to be improved and maintained to create satisfaction. customers at the Le Meridien Bali Jimbaran hotel. The number of samples used in this study were 60 respondents who were guests of the Le Meridien Bali Jimbaran hotel, with representative data collection. The analytical technique used is the Important Performance Analysis (IPA) analysis technique to determine the indicators that need to be improved and maintained and the Customer Satisfaction Index (CSI) analysis technique to determine the level of guest satisfaction with the implementation of green actions carried out by the front staff. office department. The results of the Important Performance Analysis (IPA) analysis show that there is 1 indicator that is in Quadrant A, while there are 5 indicators that are in Quadrant B. Then the results of the Customer Satisfaction Index (CSI) show the overall value for customer satisfaction with the implementation of green actions taken. by the department's front office staff, which is 69.23% and is included in the satisfied category.

Keywords: Green Action, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan/Introduction

Sejarah singkat hotel, yaitu sebagaimana jenis akomodasi lain berasal dari kata "INN" yang dapat diartikan sebagai usaha menyewakan sebagian dari rumahnya kepada orang lain yang memerlukan kamar untuk menginap. Pada umumnya kamar yang disewakan dihuni oleh beberapa orang secara bersama – sama. Pada awalnya, INN sering juga disebut lodge yang hanya menyediakan tempat.beristirahat bagi mereka yang melakukan perjalanan, karena sudah larut malam terpaksa tidak dapat melanjutkan perjalanannya Prakoso,(2017). Menurut Sulastiyono Maluto (2014:1), "hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan

makan, minum, dan fasilitas untuk tidur kepada orang – orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.” Menurut Gaffar Utama,(2016) menyatakan bahwa “hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan layanan penginapan, makan dan minum serta jasa – jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk sementara waktu dan dikelola secara professional” Utama, (2016) menyatakan bahwa “hotel adalah suatu usaha yang bergerak dibidang akomodasi yang dikelola secara professional guna menghasilkan keuntungan dengan menyediakan pelayanan penginapan, makan,minuman dan fasilitas lainnya. Hotel merupakan tempat menginap yang terdiri atas beberapa atau banyak kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk waktu tertentu serta menyajikan makanan dan minuman untuk para tamunya” Hurdawaty dan Parantika, (2018:7) dan menurut Lawson Fitria, (2013) mengatakan “hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk tamu dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran Pengertian front office menurut Bagyono., (2012) “front office berasal dari bahasa Inggris “front” berarti depan dan “office” berarti kantor.” Maka front office adalah kantor depan dalam konteks pengertian hotel dan kantor depan hotel merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan tepatnya tidak jauh dari pintu depan dan lobby hotel dan area ini merupakan tempat paling sibuk di hotel. Bagyono, (2012) menggambarkan misi departemen front office yang sangat vital bagi keberhasilan bisnis hotel. Karena produk utama (pendapatan/pendapatan utama) hotel adalah dari kamar. Sedangkan pendapatan terbesar kedua adalah dari makanan dan minuman (food and beverage). Peran kantor depan untuk hotel meliputi:

1. Kesan pertama dan kesan terakhir bagi tamu yang menginap di hotel.
2. Sebagai pusat saraf hotel.
3. Sebagai pusat komunikasi.
4. Menjaga hubungan dengan tamu dan departemen lain di hotel.
5. Arteri utama sebuah hotel.
6. Jantung hotel.
7. Hotel poros.
8. Pusat koordinasi layanan hotel
9. Loker informasi untuk hotel
10. Sumber informasi potensial untuk penjualan dan pemasaran hotel.

Berdasarkan data PROPER (Program Evaluasi dan Penilaian Pengendalian Pencemaran) tahun 2014, hotel bintang 5 di Kabupaten Badung rata-rata menghasilkan air limbah sebesar 364,4 m³/hari dan 2 limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun). ,3 kg/hari (BLH Prov. Bali, 2014). Oleh karena itu, Le Meridien Bali Jimbaran Hotel menerapkan aksi hijau. Green practice dapat didefinisikan sebagai praktik yang terdiri dari penggunaan energi dan air secara efisien, recycling, sustainable food, mengurangi limbah dan juga polusi” Atzori et al., (2016). “Green practice juga dapat diartikan sebagai aksi, aktivitas, dan proses untuk melindungi lingkungan serta produk maupun layanan yang dibuat untuk meminimalisir dampak negatif suatu bisnis terhadap ekosistem” Atzori et al.m (2016).Schubert (2008) Budiantoro et al, (2015) menyebutkan dalam studinya bahwa “green practices ialah upaya melestarikan dan menjaga lingkungan, serta berhubungan kuat dengan tiga dimensi yang disebutkan oleh GRA yaitu: green action, green food dan green donation”. Green action berarti kegiatan yang bertujuan untuk melindungi dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan, seperti mendaur ulang dan mengurangi penggunaan plastik Porter, (1991). Menurut Schubert (2008) Budiantoro et al, (2015) yang termasuk dalam kategori green action adalah sebagai berikut:

1. Efisiensi energi dan air
2. Penggunaan bahan yang ramah lingkungan
3. Daur Ulang
4. Pencegahan polusi.

Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja atau hasil produk dalam kaitannya dengan harapan Masloman, (2014). Kepuasan pelanggan merupakan filosofi bisnis yang cenderung menciptakan nilai bagi pelanggan, mengantisipasi dan mengelola harapan pelanggan, serta menunjukkan kemampuan dan tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Gunarathne, (2014).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau sikap pelanggan terhadap suatu produk atau jasa tertentu yang telah digunakan sebelumnya. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yaitu nilai keunggulan tersendiri seperti pembelian ulang, loyalitas merek, dan komitmen Nugroho, (2015). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap kinerja yang dirasakan dengan harapannya Panjaitan, J.E. & Panjaitan, J.E. & Yuliati, (2016). Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan karena jika pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Jika pelanggan puas, kemungkinan besar pelanggan akan menceritakan hal-hal positif kepada orang lain tentang perusahaan. Di sisi lain, jika pelanggan tidak puas, mereka cenderung mengeluh dan berbagi pengalaman buruk mereka dengan orang lain, yang dapat menyebabkan persepsi buruk terhadap perusahaan. Pelanggan tentunya memiliki pandangan yang berbeda dalam

menilai sesuatu yang dianggap penting. Pelanggan akan sangat memperhatikan atribut yang memberikan kepuasan Kurniati, E., Silvia, E. & Efendi, (2016). Jadi kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah melakukan pembelian dan tanggapan terhadap keseluruhan pengalaman produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan perusahaan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Ketika nilai kepuasan menurun, pelanggan akan cenderung beralih ke pesaing lain dan tentunya berdampak pada menurunnya loyalitas pelanggan perusahaan. Dimensi analisis kepuasan pelanggan dapat ditentukan dalam lima dimensi Alaan, (2016). Lima dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Tangible, yaitu bukti yang ditunjukkan dengan fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Reliability, yaitu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan memuaskan.
3. Responsiveness, yaitu ketersediaan pegawai untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera.
4. Assurance, yaitu pengetahuan, keterampilan, kemampuan, tata krama pegawai dalam memberikan pelayanan, aman dari bahaya, risiko, keragu-ruguan dan bersifat dapat dipercaya.
5. Empati, yaitu kemudahan berinteraksi, komunikasi yang baik, memberi perhatian, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Metode/Method

Penelitian ini bertempat di hotel Le Meridien Bali Jimbaran yang terletak di kawasan Jimbaran, Badung, tepatnya di lot 4, Jl. Perbukitan Jimbaran yang indah, Kabupaten Badung, Bali dan untuk mencapai hotel Le Meridien Bali Jimbaran dapat dicapai dalam 18 menit dari Bandara Internasional Ngurah Rai.

Variabel yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang terdiri dari lima dimensi kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas. Menurut Sugiyono, (2015: 96) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat (terikat) dan yang dimaksud dengan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Tangibles (X1), Reliability (X2), Dimensi Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empathy (X5) dan sebagai variabel dependen atau variabel dependen yaitu menurut Sugiyono, (2015: 97) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan sumber dari pengaruhnya, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y).

1. Tangibles (X1), yang meliputi fasilitas dan peralatan fisik seperti lampu LED, door closes, QR scan barcode, aplikasi marriot bonvoy dan kertas daur ulang.
2. Keandalan (X2), yaitu kemampuan perusahaan khususnya staf front office dalam menyampaikan atau memberikan informasi dan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness (X3), yaitu kemampuan staf front office untuk membantu tamu dan menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan tamu dengan cepat dan tepat.
4. Assurance (X4), yaitu terkait dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan perusahaan khususnya staf front office dalam membina jaminan keamanan tamu selama menginap.
5. Empathy (X5), yaitu kemampuan staf front office untuk memahami kebutuhan tamu, memberikan perhatian, berkomunikasi dengan baik, dan melayani dengan ramah.
6. Kepuasan pelanggan (Y), yaitu tingkat perasaan yang dirasakan tamu setelah membandingkan kinerja atau pelaksanaan yang dirasakan dengan harapannya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka Siregar, (2017). Menurut bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Data kualitatif adalah data yang berupa pernyataan sehingga tidak berbentuk angka, melainkan berupa kata atau kalimat Siregar, (2017). Data kualitatif diperoleh melalui berbagai jenis metode pengumpulan data seperti melalui wawancara, observasi dan sebagainya. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang berkepentingan yang membutuhkannya Hasan, (2012:33). Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang ada Hasan, (2012:33). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menginap di hotel Le Meridien Bali Jimbaran dan metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling dengan jumlah 60 responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode observasi yaitu pengamatan sistematis dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian Sujar-weni, (2014:75), metode wawancara merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk mengeksplorasi data secara lisan Sujarweni, (2014). Studi kepustakaan adalah rekaman peristiwa yang telah berlalu yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang Sugiyono, (2014: 396), kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab Sujarweni, (2014:75).

Pengukuran variabel menggunakan skala Likert dari 1 sampai 5 dan setiap jawaban dikategorikan ke dalam lima kategori: 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 1 = Sangat Tidak Setuju. Dimana skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sesuatu yang tidak memiliki ukuran seperti green action.

Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Sugiyono, (2013:352) validitas adalah tingkat keakuratan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti, uji validitas harus dilakukan pada setiap item pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ (derajat bebas) dengan taraf signifikan 5%, jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pertanyaan angket dapat dikatakan valid dan reliabilitas Tes adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Reliabilitas instrumen penelitian diuji dengan menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach. Jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel. Uji validitas dan reliabilitas diuji menggunakan SPSS versi 25. Hasilnya disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas "Ekspektasi" & "Persepsi"

No	Score (r-tabel)	Expectations		Perceptions	
		Coefficient	Description	Coefficient	Description
1	0,374	0,698	Valid	0,722	Valid
2	0,374	0,762	Valid	0,758	Valid
3	0,374	0,724	Valid	0,701	Valid
4	0,374	0,729	Valid	0,713	Valid
5	0,374	0,698	Valid	0,568	Valid
6	0,374	0,710	Valid	0,574	Valid
7	0,374	0,530	Valid	0,385	Valid
8	0,374	0,668	Valid	0,793	Valid
9	0,374	0,682	Valid	0,589	Valid
10	0,374	0,735	Valid	0,770	Valid
11	0,374	0,519	Valid	0,737	Valid
12	0,374	0,762	Valid	0,764	Valid

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas untuk "Ekspektasi" & "Persepsi"

Hasil Ekspetasi

Hasil Persepsi

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kinerja penting (IPA) dan Indeks Kepuasan Pelanggan

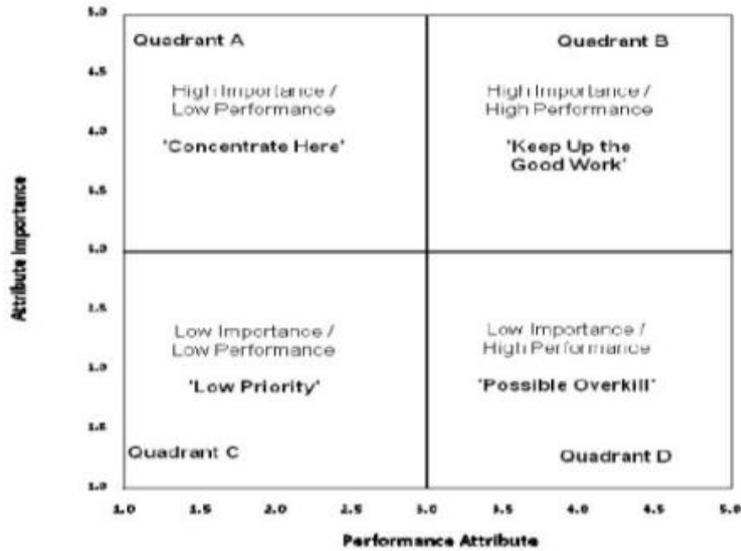
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	12

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	12

(CSI). Analisis IPA digunakan untuk mengetahui indikator mana yang perlu diperhatikan atau dipertahankan guna mendukung kepuasan pelanggan dalam penerapan green action. Pada metode pemetaan kepuasan pelanggan, data akan dikelompokkan ke dalam matriks Importance Performance Analysis. Teknik ini digunakan untuk mengetahui dimensi penerapan green action yang perlu ditingkatkan dan perlu ditingkatkan dalam penerapan green action oleh staf front office terhadap kepuasan pelanggan di hotel Le Meridien Bali Jimbaran. Diagram kartesius adalah suatu bentuk yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus

dengan titik (X, Y), dimana merupakan nilai rata-rata dari semua variabel yang dirasakan atau pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, dalam hal ini tamu yang menginap dapat merasakan penerapan green action yang diberikan oleh staf front office. Sedangkan nilai rata-rata dari ekspektasi pelanggan yang berkunjung, dalam hal ini tamu yang menginap mengharapkan implementasi green action yang diberikan oleh staf front office di hotel Le Meridien Bali Jimbaran dan K adalah jumlah indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Gambar 1



Importance Performance Analysis Quadrant Division

Sumber: Raharjo & Azwir, 2017

Informasi:

Diagram Importance Performance Analysis ini terdiri dari empat kuadran, yaitu:

1. Prioritas Utama Kuadran A, pada kuadran A menunjukkan indikator-indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun manajemen belum mengimplementasikannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga sangat mengecewakan. Perusahaan harus fokus pada perbaikan untuk memuaskan pelanggan.
2. Kuadran B Pertahankan Prestasi, pada kuadran B menunjukkan indikator-indikator yang dianggap sangat penting dan telah berhasil memuaskan pelanggan, perusahaan berkewajiban untuk mempertahankan pencapaian kinerja tersebut.
3. Kuadran C Low Priority, pada kuadran C menunjukkan indikator yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh tamu, sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan indikator tersebut.
4. Kuadran D berlebihan, pada kuadran D menunjukkan indikator-indikator yang dianggap kurang penting dan tidak terlalu diharapkan oleh tamu tetapi pelaksanaannya oleh perusahaan berlebihan. Dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan.

Customer Satisfaction Index (CSI) sangat berguna untuk keperluan internal perusahaan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan dengan melihat tingkat kepentingan atribut produk/jasa. Kriteria pengklasifikasian nilai CSI adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

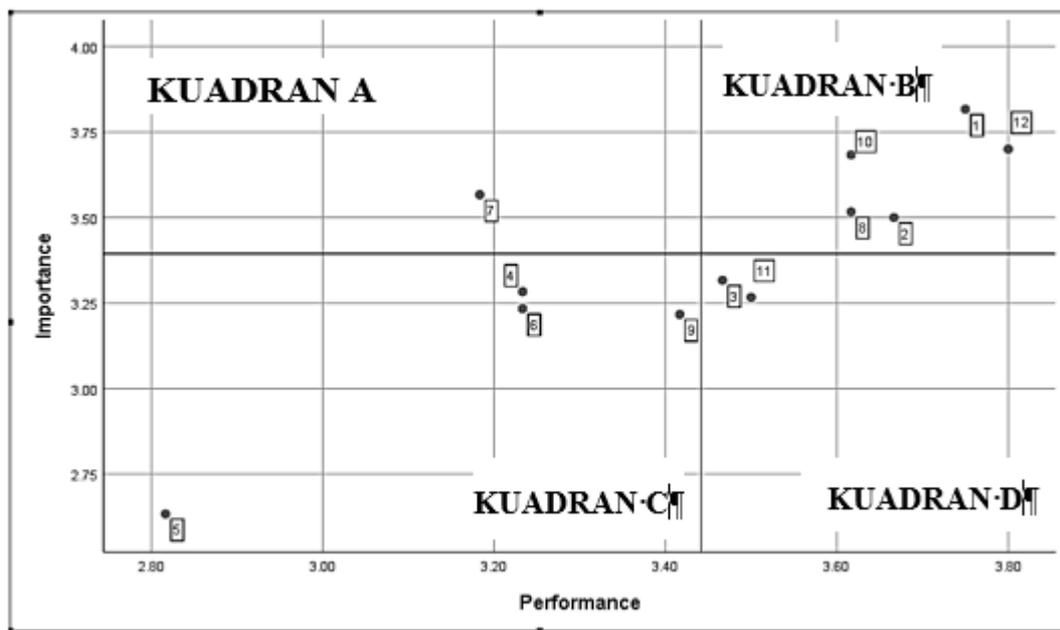
Source: Ihsan dalam Ayuni, (2017)

Nilai CSI	Kriteria CSI
81% – 100%	Sangat Puas
66% – 80%	Puas
51% – 65%	Cukup Puas
35% – 50%	Kurang Puas
0% – 34%	Tidak Puas

Hasil dan Pembahasan/ Result and Discussion

Implementasi Green Action oleh Front Office Staff dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Hotel Le Meridien Bali Jimbaran.

Gambar 2 Hasil diagram Cartesien IPA pada penerapan green actions yang diberikan oleh staf front office untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di hotel Le Meridien Bali Jimbaran.



Gambar 2 Diagram Kartesius Analisis Importance Performance
Sumber: Analisis Data Primer, IBM SPSS 25 (2022)

Gambar di atas menampilkan indikator tindakan hijau penelitian ini dalam 4 kuadran, yaitu: Kuadran A, Kuadran B, Kuadran C, Kuadran D. Penjelasan untuk masing-masing kuadran adalah sebagai berikut:

Informasi:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)
Indikator pada kuadran A adalah: Bagaimana pendapat Anda tentang kemampuan staf front office dalam menginformasikan dan menjelaskan kebijakan larangan merokok di area hotel (X7). Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
2. Indikator pada kuadran B adalah: Apakah peralatan di front office sudah mendukung penerapan konsep green action (Qris scan barcode, nampan dan wadah hand-sanitizer menggunakan bahan non plastik)? (X1), apakah menurut anda kebersihan di area front office (lobby) dapat dikatakan sesuai dengan pelaksanaan green action? (X2), apakah petugas front office dapat menjelaskan informasi tentang aplikasi Marriot Bonvoy dengan jelas? (X8), apakah petugas front office memastikan kejelasan proses transaksi dengan menggunakan qris scan terkait kebutuhan tamu selama menginap? (X10), apakah petugas front office ramah dan memperhatikan semua kebutuhan tamu melalui aplikasi Marriot Bonvoy? (X12).
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)
Indikator yang berada di kuadran C adalah: bagaimana menurut anda kemampuan staf front office dalam menangani permintaan tamu melalui aplikasi Marriot Bonvoy (X4), salah satu green action di hotel kami adalah tidak menggunakan buggy untuk transportasi ke lobi. Sudahkah staf front office menjelaskan dan

mengarahkan jalan ke lobi dengan benar? (X5), bagaimana kemampuan front office staff dalam membantu tamu memproses invoice melalui email, apakah lebih cepat daripada menggunakan hard copy invoice? (X6), bagaimana menurut anda tentang pengetahuan petugas front office dalam menjelaskan penerapan green action di area hotel? (X9).

4. Kuadran D (Berlebihan)

Indikator yang berada di kuadran D adalah: apakah proses pembayaran menggunakan qris scan lebih cepat daripada menggunakan kartu kredit atau menggunakan uang tunai? (X3), bagaimana menurut Anda tentang pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh staf front office dalam menjawab pertanyaan dari tamu terkait aplikasi Marriot Bonvoy untuk mendukung pelaksanaan green action? (X11).

Hasil indikator tingkat persepsi dan harapan pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran pada analisis CSI Tabel 4.

No Indikator	Indikator	Harapan	Persepsi
X1	Apakah peralatan yang ada di <i>front office</i> sudah mendukung penerapan konsep <i>green action</i> (QRIS scan barcode, nampan dan tempat <i>handsanitizer</i> menggunakan bahan non plastik)?	3.82	3.75
X2	Menurut anda apakah kebersihan di area <i>front office</i> (<i>lobby</i>) sudah bisa dikatakan sesuai dengan penerapan <i>green action</i> ?	3.5	3.67
X3	Apakah proses pembayaran menggunakan scan QRIS lebih cepat dari pada menggunakan credit card atau menggunakan <i>cash</i> ?	3.32	3.47
X4	Bagaimana menurut anda kemampuan <i>staff front office</i> untuk menangani permintaan tamu melalui aplikasi Marriot Bonvoy .	3.28	3.23
X5	Salah satu tindakan <i>green action</i> pada hotel kami yaitu tidak menggunakan <i>buggy</i> untuk transportasi menuju <i>lobby</i> . Apakah <i>staff front office</i> sudah menjelaskan dan mengarahkan jalan menuju <i>lobby</i> dengan baik?	2.63	2.82
X6	Bagaimana kemampuan <i>staff front office</i> dalam membantu tamu untuk proses pengiriman <i>invoice</i> melalui email, apakah dilakukan lebih cepat daripada menggunakan <i>invoice hard copy</i> ?	3.23	3.23
X7	Bagaimana menurut anda kemampuan <i>staff front office</i> dalam memberitahu dan menjelaskan mengenai kebijakan dilarang merokok di area hotel.	3.57	3.18
X8	Apakah <i>staff front office</i> mampu menjelaskan informasi tentang aplikasi Marriot Bonvoy dengan jelas?	3.52	3.62
X9	Bagaimana menurut anda pengetahuan <i>staff front office</i> dalam menjelaskan penerapan <i>green action</i> di area hotel?	3.22	3.42
X10	Apakah <i>staff front office</i> memastikan kejelasan dalam proses transaksi dengan menggunakan scan QRIS yang berhubungan dengan kebutuhan tamu selama menginap?	3.68	3.62
X11	Bagaimana menurut anda pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dari <i>staff front office</i> dalam menjawab pertanyaan dari tamu mengenai aplikasi Marriot Bonvoy untuk mendukung penerapan <i>green action</i> ?	3.27	3.5
X12	Apakah <i>staff front office</i> ramah dan memperhatikan segala kebutuhan tamu dengan baik melalui aplikasi Marriot Bonvoy?	3.7	3.8

(Sumber : Analisis Data Primer 2022)

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan sangat penting untuk mengetahui seberapa besar penerapan green action yang dapat dipenuhi oleh manajemen Hotel Le Meridien Bali Jimbaran.

Tabel 5 Hasil Analisis Customer Satisfaction Index (CSI).

No	Indikator	MIS	MSS	WF	WS
Indikator		(%)			
X1	Apakah peralatan yang ada di <i>front of- fice</i> sudah mendukung penerapan kon- sep <i>green action</i> (QRIS scan bar- code,nampan dan tempat <i>handsanitizer</i> menggunakan bahan non plastik)?	3.82	3.75	9.37	35.14
X2	Menurut anda apakah kebersihan di area <i>front office (lobby)</i> sudah bisa dikatakan sesuai dengan penerapan <i>green action</i> ?	3.5	3.67	8.59	31.5
X3	Apakah proses pembayaran menggunakan scan QRIS lebih cepat dari pada menggunakan credit card atau menggunakan <i>cash</i> ?	3.32	3.47	8.14	28.22
X4	Bagaimana menurut anda kemampuan <i>staff front office</i> untuk menangani per- mintaan tamu melalui aplikasi Marriot Bonvoy	3.28	3.23	8.06	26.06
X5	Salah satu tindakan <i>green action</i> pada hotel kami yaitu tidak menggunakan <i>buggy</i> untuk transportasi menuju <i>lobby</i> . Apakah <i>staff front office</i> sudah men- jelaskan dan mengarahkan jalan menuju <i>lobby</i> dengan baik?	2.63	2.82	6.46	18.2

X6	Bagaimana kemampuan <i>staff front of- fice</i> dalam membantu tamu untuk proses pengiriman <i>invoice</i> melalui email, apakah dilakukan lebih cepat.da- ripada menggunakan <i>invoice hard copy</i> ?	3.23	3.23	7.94	25.67
X7	Bagaimana menurut anda kemampuan <i>staff front office</i> dalam memberitahu dan menjelaskan mengenai kebijakan dilarang merokok di area hotel.	3.57	3.18	8.76	27.89
X8	Apakah <i>staff front office</i> mampu men- jelaskan informasi tentang aplikasi Mar- riot Bonvoy dengan jelas?	3.52	3.62	8.63	31.21
X9	Bagaimana menurut anda pengetahuan <i>staff front office</i> dalam menjelaskan penerapan <i>green action</i> di area hotel?	3.22	3.42	7.9	26.99
X10	Apakah <i>staff front office</i> memastikan kejelasan dalam proses transaksi dengan menggunakan scan qris yang berhubungan dengan kebutuhan tamu selama menginap?	3.68	3.62	9.04	32.69
X11	Bagaimana menurut anda pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dari <i>staff front office</i> dalam menjawab pertan- yaan dari tamu mengenai aplikasi Mar- riot Bonvoy untuk mendukung penera- pan <i>green action</i> ?	3.27	3.5	8.02	28.07

X12	Apakah <i>staff front office</i> ramah dan memperhatikan segala kebutuhan tamu dengan baik melalui aplikasi Marriot Bonvoy?	3.7	3.8	9.08	34.5
Total		40.74			
WAT					346.14
Customer Satisfaction Index (CSI)					69.23

(Sumber : Analisis Data Primer 2022)

Berdasarkan indeks kepuasan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 69,23% berada pada kisaran 66% - 80% yang artinya secara umum indeks kepuasan tamu pada hotel Le Meridien Bali Jimbaran berada pada kriteria "puas". Indikator yang memiliki nilai Weighted Score (WS) tertinggi adalah apakah peralatan di front office sudah mendukung penerapan konsep green action (Qris scan barcode, hand sanitizing tray dan holder non plastik) dimana masing-masing indikator memiliki WS 35 skor, 14. Atribut yang memiliki Weighted Score (WS) terendah adalah petugas front office telah menjelaskan dan mengarahkan jalan menuju lobby dengan baik yang memiliki skor WS sebesar 18,02.

Simpulan/ Conclusion

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, terkait penerapan green action dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada hotel Le Meridien Bali Jimbaran dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Indikator yang perlu ditingkatkan dalam penerapan green action berada pada kuadran A, karena indikator pada kuadran A dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun pengelolaannya belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Mengacu pada hasil dengan Customer Satisfaction Index (CSI) penerapan green action dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena secara keseluruhan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) adalah 69,23% berada pada kisaran 66% - 80% yang artinya secara umum indeks kepuasan pelanggan pada hotel Le Meridien Bali Jimbaran berada pada kriteria "puas".

Ucapan Terima Kasih/ Acknowledgment

Terima kasih kepada Le Meridien Bali Jimbaran yang telah memberikan data untuk penelitian dan untuk pengujian ke-2 dan ke-3 saya yang telah memberikan saran dan saran mengenai perbaikan dalam penelitian saya sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Referensi/ Reference

- Alaan, Y. (2016). *Responsiveness dan Assurance terhadap Customer Satisfaction: Penelitian pada Hotel Selera Bandung*. *Jurnal Manajemen*, 15(2): 255–270.
- Bagyono. (2012). *Hotel Front Office*. Edisi Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Fitria. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gunarathne, U. (2014). "Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction In Sri Lanka Hotel Industry." *Dalam International Journal of Marketing, Sri Lanka*.

- Hurdawaty dan Parantika. (n.d.). *Pengertian Hotel Menurut Para Ahli*.
- Masloman, M. et al. 2014. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Multimart Ranotana Manado. *EMBA Vol.2 No.4, Desember 2014*.
- Nugroho, N. T. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Paradigma, 12(02): 114–122*.
- Panjaitan, J.E. & Yuliati, A. . (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11(2): 265– 289*.
- Porter. (1991). *PENGARUH GREEN PRACTICE TERHADAP GREEN CONSUMER BEHAVIOR DI THE KEMANGI RESTAURANT, HOTEL SANTIKA PANDEGLING SURABAYA*.
- Prakoso. (2017). *PENGARUH SISTEM KERJA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA DEPARTEMEN FRONT OFFICE DI HOTEL BWALK, DAU, MALANG*.
- Schubert (2008) Budiantoro et al. (2015). *EKSPLORASI PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP GREEN PRACTICES DI RESTORAN-RESTORAN YANG ADA DI SURABAYA*.
- Utama. (2016). *STRATEGI DAN USAHA RESERVASI UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN DI GRAND ORCHID HOTEL YOGYAKARTA*.