

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG CITRA HOTEL MELATI
DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG**



YANDRA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG CITRA HOTEL MELATI
DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG**

Yandra

**Artikel Ini Disusun Berdasarkan Skripsi Yandra Untuk Persyaratan
Wisuda Periode September 2015 Dan Telah Diperiksa/Disetujui Oleh
Kedua Pembimbing**

Padang, Agustus 2015

Pembimbing I



**Dr. Yuliana, SP, M. Si
NIP. 19700727 199703 2003**

Pembimbing II



Heru Pramudia, S.ST, Par, M. Sc

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG CITRA HOTEL MELATI
DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG**

Yandra¹, Yuliana², Heru Pramudia²
Program Studi Manajemen Perhotelan
FT Universitas Negeri Padang
Email: yandra_senyo@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat tentang citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang berada disekitar Hotel Melati di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang berjumlah 275 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini 74 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian mendeskripsikan Persepsi Masyarakat Tentang citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. dinyatakan dengan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata 60,20 pada rentang 49->63. Sedangkan masing-masing indikator yaitu: (1) Kesan dinyatakan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata 15,716, pada rentang 18 - >24 (2) Kepercayaan dinyatakan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata 26,31, pada rentang 21-<27. (3) Sikap dinyatakan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata 18,17, pada rentang 15,75- <20,25.

Kata Kunci : Persepsi, Masyarakat, Citra ,dan Hotel Melati

Abstract

This study aimed to describe the public perception of the image of budget hotels in the District Tangah Koto Padang. This type of research is quantitative descriptive. The study population was people who were around the budget hotels in the city of Padang District of Koto Tangah amounted to 275 people. The sampling technique in this research is non probability sampling using purposive sampling. The number of samples in this study 74 people. Data collection techniques performed using a questionnaire using a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Results of research describing About Public Perception image Bed in District Tangah Koto Padang. otherwise the unfavorable category with an average value of 60.20 in the range of 49-> 63. While each of the indicators are: (1) The impression otherwise unfavorable category with an average value of 15.716, in the range of 18 -> 24 (2) Belief expressed unfavorable category with an average value of 26.31, in the range of 21- < 27. (3) The attitude expressed unfavorable category with an average value of 18.17, in the range 15,75- <20.25.

Keywords: Perception, Society, Citra other star hotel

¹ Prodi Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode Juni 2015

² Dosen Jurusan kesejahteraan Keluarga FT-UNP

A. Pendahuluan

Seiring dengan pembangunan yang terus menerus dilaksanakan di Indonesia di segala bidang, berbagai usaha dilakukan oleh pemerintah dalam rangka memperbesar penerimaan devisa, baik di sektor migas maupun non migas. Hal ini didasari oleh kenyataan bahwa Indonesia sangat kaya dengan potensi pariwisatanya yang telah menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara.

Perkembangan industri pariwisata tidak terlepas dari aspek - aspek yang mendukungnya, di antaranya adalah usaha sarana pariwisata yang meliputi penyediaan prasarana akomodasi, penyediaan makanan dan minuman serta kawasan pariwisata. Akomodasi sebagai salah satu komponen usaha prasarana pariwisata mempunyai pengertian sebagai wahana untuk menyediakan pelayanan jasa penginapan yang akan dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya.

Usaha perhotelan adalah salah satu bentuk usaha jasa yang menyediakan jasa penginapan dan jasa pelayanan hotel lainnya. Menurut *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Pasal 1*, "Hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan".

Kota Padang merupakan salah satu tujuan wisata yang dianggap akan tumbuh dan berkembang pesat, apalagi kota ini lagi berbenah untuk mengembangkan industri pariwisatanya, hal ini terlihat dari banyaknya *event* yang

diadakan pemerintah. Pemerintah Kota Padang mengharapkan dengan segala potensi yang dimiliki dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung dan menginap yang pada akhirnya bisa meningkatkan perekonomian kota ini.

Meskipun telah banyak berdiri hotel-hotel berbintang di Kota Padang, namun keberadaan Hotel Melati masih sangat di perhitungkan misalnya untuk para kalangan yang hanya ingin menginap, tanpa ingin menikmati fasilitas yang lainnya. Meskipun Hotel Melati memiliki fasilitas yang tidak banyak, tetapi minat pengunjung masih banyak dikarenakan tamu di Hotel Melati ini hanya memerlukan tempat menginap untuk sementara waktu, misalnya untuk tamu yang sedang singgah atau *transit*.

Menurut Ahmad (2005:12) “Hotel Melati adalah *Other Star Hotel* yaitu suatu usaha akomodasi yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, di mana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang ditentukan Direktorat Jenderal Pariwisata tetapi telah memenuhi kriteria sebagai Hotel Melati yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat”.

Di Kota Padang khususnya kecamatan koto Tangah, pada umumnya Hotel Melati digunakan sebagai tempat peristirahatan bagi tamu menengah ke bawah, karena biaya penginapan di hotel ini cukup begitu terjangkau dan juga hotel ini sudah memenuhi standar sebagai Hotel Melati yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Namun sebagian konsumen pengguna sering menyalahgunakan Hotel Melati ini. Hasil observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti pada beberapa Hotel Melati di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang ditemukan persepsi negatif dari masyarakat disekitar kawasan Hotel Melati.

Persepsi negatif ini muncul dikarenakan adanya sebagian tamu Hotel Melati yang menginap berpasangan tanpa status hubungan pernikahan dan menggunakan jasa penginapan. Hal ini menyebabkan citra negatif dari masyarakat terhadap Hotel Melati yang berada di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang salah satunya di daerah Pasir Jambak. Kasali (2003:30) menjelaskan bahwa menjelaskan bahwa, “Citra perusahaan yakni Hotel Melati yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberi manfaat lebih bagi orang lain”. Adanya sebagian Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang yang kurang teliti dalam menerima tamu-tamunya, sehingga banyak terjadi pemeriksaan oleh pihak berwenang untuk menertibkan pengguna jasa Hotel Melati yang melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat. Hal ini dikuatkan dengan adanya berita surat kabar Padang Haluan (2012) yang menyatakan

“kegiatan razia Penyakit Masyarakat (Pekat) di beberapa Hotel Melati Kota Padang, sekitar enam pasang muda-mudi tanpa ada status pernikahan yang jelas terjaring razia Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Padang bersama beberapa personil tentara (TNI). Selain pasangan tersebut juga turut dibawa enam wanita lainnya yang tidak bisa menunjukkan kartu identitas diri kepada petugas saat melakukan razia Pekat.

Hal ini menyebabkan masyarakat resah dan kurang percaya dengan operasional Hotel Melati. Kurangnya partisipasi perusahaan terhadap lingkungan sekitar, sikap tertutup perusahaan serta kurangnya interaksi karyawan Hotel Melati dengan masyarakat membuat citra Hotel Melati tidak baik. Hal ini tentu memberikan dampak yang negatif bagi Hotel Melati juga bagi setiap karyawan yang bekerja pada hotel tersebut.

Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan beberapa waktu lalu sehubungan dengan Citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah Kota

Padang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Tujuan mendeskripsikan persepsi masyarakat tentang citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Penelitian bertempat di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang. Data populasi masyarakat Koto Tengah yang berada di radius satu kilo meter dari Hotel Melati pada tahun 2013. Data populasi yang di ambil peneliti berkisaran 20 sampai lebih dari 50 tahun dengan jumlah rata-rata yang dapat dilihat sebagai tabel berikut.

Tabel 1

Perkiraan masyarakat yang tinggal di sekitar Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang pada Tahun 2013 pada radius 1 Km

No	Nama Hotel	Populasi	Tempat/Lokasi	Kecamatan
1	Hotel Dangau Mande	85	Pasir Jambak	Koto Tengah
2	Hotel Son&Son	75	Jl.Prof Hamka No. 141	Koto Tengah
3	Hotel Ratio	50	Jl.Prof Hamka No. 121	Koto Tengah
4	Hotel Uncle Jek	65	Pasir Jambak	Koto Tengah
Jumlah		275		

Sumber: Observasi pada Tahun 2013

Intrumen penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun menurut skala *likert*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan rumus penelitian rata-rata ideal (M_i), dan standar deviasi (S_{di}). Menurut Arikunto (2010) dapat diklasifikasikan menjadi 5 kategori yaitu

$>(M_i + 1,5 S_{di}) - \text{Keatas} = \text{Sangat Baik}$

$(M_i + 0,5 S_{di}) - (M_i + 1,5 S_{di}) = \text{Baik}$

$(M_i - 0,5 S_{di}) - (M_i + 0,5 S_{di}) = \text{Cukup Baik}$

$(Mi - 0,5 Sdi) - (Mi - 0,5 Sdi) = \text{Kurang Baik}$

$<(Mi - 0,5 Sdi) - <\text{kebawah} = \text{Tidak Baik}$

Perhitungan skor rata-rata ideal menggunakan rumus:

$Mi = \frac{1}{2} (\text{Nilai ideal tertinggi} + \text{Nilai ideal terendah})$

$Sdi = \frac{1}{6} (\text{Nilai ideal tertinggi} - \text{Nilai ideal terendah})$

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Data Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati Di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang

Tabel 2

Tabel 2. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah Kota Padang

Kategori	Rentang Skor	frekuensi	%
Sangat Baik	≥ 91	1	1,35
Baik	$77 - <91$	11	14,86
Cukup Baik	$63 - <77$	16	21,62
Kurang Baik	$49 - <63$	32	43,24
Tidak Baik	<49	14	18,91
Jumlah		74	100

Sumber : Data Primer, 2015 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 2 diatas persepsi masyarakat tentang citra hotel melati di tinjau dari indikator kepercayaan 1,35% menyatakan sangat baik, 14,86% menyatakan baik, 21,62% menyatakan cukup baik, 43,24% menyatakan kurang baik, 18,91% menyatakan tidak baik.

2. Deskriptif Data Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati Ditinjau Dari Masing Masing Indikator

a. Indikator Kesan

Tabel 3

Tabel 3. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati Ditinjau Dari Indikator Kesan

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 22,75$	12	16,21
Baik	19,25 – <22,75	8	10,81
Cukup Baik	15,75 – <19,25	15	20,27
Kurang Baik	12,25 – <15,75	29	39,18
Tidak Baik	<12,25	10	13,5
Jumlah		74	100

Sumber : Data Primer, 2015(Diolah)

Berdasarkan Tabel 3 diatas persepsi masyarakat tentang citra hotel melati di tinjau dari indikator kesan sebanyak 16,21 persen menyatakan sangat baik, 10,81 menyatakan baik, 20,27% menyatakan cukup baik, 39,18% kurang baik, 13,35% menyatakan tidak baik.

b. Indikator Kepercayaan

Tabel 4.
Tabel 4 . Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati Ditinjau Dari Indikator Kepercayaan

Kategori	Rentang Skor	frekuensi	%
Sangat Baik	≥ 39	4	5,41
Baik	33–<39	12	16,21
Cukup Baik	27–<33	13	17,57
Kurang Baik	21–<27	32	43,24
Tidak Baik	<21	13	17,57
Jumlah		74	100

Sumber : Data Primer, 2015(Diolah)

Berdasarkan Tabel 4 diatas persepsi masyarakat tentang citra hotel melati di tinjau dari indikator kepercayaan 5,41% menyatakan sangat baik, 16,21% menyatakan baik, 17,57% menyatakan cukup baik, 43,24% menyatakan kurang baik, 17,57% menyatakan tidak baik.

c. Indikator Sikap

Tabel 5
Tabel 5 . Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati Ditinjau Dari Indikator Sikap

Kategori	Rentang Skor	frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 29,25$	5	6,76
Baik	$24,75 - <29,25$	12	16,21
Cukup Baik	$20,25 - <24,75$	10	13,53
Kurang Baik	$15,75 - <20,25$	21	28,37
Tidak Baik	$<15,75$	26	35,13
Jumlah		74	100

Sumber : Data Primer, 2015(Diolah)

Berdasarkan Tabel 5 diatas persepsi masyarakat tentang citra hotel melati di tinjau dari indikator sikap 6,76% menyatakan sangat baik, 16,21% menyatakan baik, 13,53 menyatakan cukup baik, 28,37% menyatakan kurang baik, 35,13% menyatakan tidak baik.

3. Pembahasan

Persepsi masyarakat tentang citra Hotel Melati di Kecamatan KotoTengah Kota Padang menunjukkan persentase penilaian sebesar 60,20 berada pada rentang 49– <63 dengan kategori kurang baik.

Menurut Ahmad (2005:12) “Hotel Melati adalah *Other Star Hotel* yaitu suatu usaha akomodasi yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, di mana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang Berikut persepsi Masyarakat tentang citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tengah

Kota Padang peneliti batasi ditinjau dari indikator kesan, kepercayaan, dan sikap.

a. Kesan

Persepsi Masyarakat tentang citra Hotel Melati ditinjau dari indikator kesan berada pada kategori kurang baik dengan interpretasi persentase penilaian responden sebesar 15,71 pada rentang 12,25 – <15,75 dengan kategori kurang baik. Menurut Menurut Sutojo (2004:96) “Kesan yang didapat oleh konsumen terhadap perusahaan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai alat pengukur citra. Kesan terhadap program, pelayanan dan sebagainya dapat melihat bagaimana citra perusahaan di mata masyarakat.

b. Kepercayaan

Persepsi masyarakat tentang citra Hotel Melati ditinjau dari indikator kepercayaan sebesar 26,31 berada pada rentang skor 21–<27 dengan kategori kurang baik. Dalam hal ini bisa kita lihat citra Hotel Melati belum mendapat kepercayaan yang maksimal sesuai dengan harapan masyarakat yang tinggal di Kecamatan Koto Tengah ditinjau dari indikator kepercayaan.

Menurut Sutojo (2004:96) “Kepercayaan timbul karena adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakannya yang konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggung jawab, suka membantu dan rendah hati.

a. Sikap

Persepsi masyarakat tentang citra Hotel Melati ditinjau dari indikator sikap sebesar 18,17 berada pada rentang skor 15,75– <20,25 dengan kategori kurang baik dengan dikategorikan masih belum maksimal. Berdasarkan angket pernyataan yang di isi oleh responden yang harus di perbaiki adalah: sikap dari karyawan yang tertutup dengan warga setempat serta adanya tamu yang sering keluar masuk pada larut malam. Oleh karena itu manajemen harus lebih memperhatikan sikap dari karyawan membatasi jam beraktifitas tamu agar dapat mencapai kategori baik dan sangat baik. Sesuai dengan pendapat solomon (2007:237) Indikator lain dari pengukuran citra perusahaan adalah sikap “dimana perasaan seseorang terhadap suatu objek, *behavior* (prilaku) adalah kecenderungan seseorang melakukan tindakan tertentu” jadi menurut istilah diatas sikap tidak hanya merupakan aspek mental semata melainkan mencakup aspek respon fisik.

D. Kesimpulan dan saran.

1. Kesimpulan

Secara keseluruhan Persepsi Masyarakat Tentang Citra Hotel Melati di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang tergolong pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata sebesar 60,20 berada pada rentang skor 49 – <63 dengan presentasi (43,24%). sedangkan berdasarkan masing-masing indikator menunjukkan kategori kurang baik yaitu kesan dengan nilai rata-rata sebesar 15,71 berada pada rentang skor 12 – <15,75 dengan presentasi (39,18%), kepercayaan tergolong pada kategori kurang baik

dengan nilai rata-rata sebesar 26,31 berada pada rentang skor 21 – <27 dengan presentasi (43,24%), dan sikap tergolong pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata sebesar 18,17 berada pada rentang skor 15,75 – <20,25, dengan presentasi (28,37%).

2. Saran

Pengelola Hotel Melati disarankan untuk memperbaiki citra Hotel Melati karena masih terlihat kekurangan seperti kesan, kepercayaan, sikap. Selanjutnya Pengelola Hotel Melati juga sebaiknya bekerja sama dengan warga setempat dalam hal hubungan yang timbal balik terhadap manajemen hotel dan karyawan. Serta dalam memberikan layanan yang baik terhadap siapapun yang datang ke hotel, terutama menerapkan 3 S(Salam, senyum, sapa).

Catatan: Artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dr. Yuliana, SP, M.Si dan Pembimbing II Heru Pramudia, S.ST. Par, M. Sc

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Haluan Padang. 2012. *Razia Penyakit Masyarakat (Pekat) Padang*
- Hartini, Ahmad. 2005. *Hotel dan Ruang Lingkup*. Padang: Perpustakaan Daerah
- Kasali, Rhenald. 2003. *Management Public Relations*. Jakarta: Grafiti
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Pasal 1*
- Soemirat, Elvinaro Ardianto. 2007 *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.