

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini, industri pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang berkembang dengan pesat dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu sumber devisa negara, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut World Tourism Organization (1987), pariwisata didefinisikan sebagai sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun berkelompok ke tempat-tempat yang berada di luar lingkungan biasa mereka dengan tujuan rekreasi, bisnis atau tujuan lainnya dan bukan untuk menetap atau mencari nafkah. Industri pariwisata bergantung pada berbagai sektor yang saling berhubungan, dan industri perhotelan adalah salah satu yang paling vital karena secara langsung memengaruhi kepuasan wisatawan dan daya saing destinasi. (Cooper, 2008)

Industri perhotelan adalah salah satu pilar utama di sektor pariwisata yang berperan sebagai penyedia akomodasi dan layanan yang diperuntukkan bagi wisatawan. Industri perhotelan adalah bisnis yang menyediakan akomodasi sementara bagi tamu untuk tujuan bisnis maupun rekreasi, serta menyediakan layanan tambahan seperti restoran, fasilitas rekreasi atau kebugaran dan ruang pertemuan. Sehingga industri perhotelan tidak hanya menjadi tempat singgah sementara, tetapi juga menjadi salah satu layanan yang mendukung pengalaman wisata. (Kotler, 2014). Salah satu unsur perhotelan yang saat ini menjadi daya tarik adalah fasilitas pertemuan

sehubung dengan tren industri pariwisata saat ini yaitu *bleisure* atau gabungan antara bisnis dan *leisure*. Tren *bleisure* ini memiliki manfaat untuk mengurangi stres, efisiensi biaya, maupun menjaga *work-life balance* bagi para pebisnis.

Salah satu daerah di Indonesia yang menjadi destinasi untuk tren *bleisure* ini adalah DKI Jakarta yang memiliki pusat bisnis modern dan aksesibilitas yang tinggi ke berbagai destinasi wisata. Berdasarkan hal ini, DKI Jakarta membutuhkan infrastruktur yang mendukung salah satunya adalah penyediaan akomodasi. Beberapa jenis akomodasi yang dapat menjadi pilihan diantaranya adalah hotel atau *serviced apartment*. Menurut Laksono (2025), DKI Jakarta memiliki 496 hotel berbintang dengan total sekitar 73.255 kamar dan tingkat penghunian kamar (TPK) pada tahun 2024 sebesar 53.38%. Namun, jumlah properti yang semakin bertambah membuat persaingan antar hotel semakin ketat (Badan Pusat Statistik, 2025). Dalam upaya untuk memenangkan persaingan tersebut, setiap properti penyedia jasa akomodasi memerlukan strategi untuk meningkatkan penjualan dan daya beli produknya. Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pemesanan hotel seperti harga, lokasi, reputasi, ulasan *online*, fasilitas, dan faktor utamanya yaitu kualitas pelayanan (Bela, 2024).

Kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan atau hotel dengan menjual pengalaman melalui produk atau fasilitasnya, sehingga pelayanan yang diberikan oleh hotel merupakan fokus utama dari keseluruhan pengalaman

tamu selama menginap. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai cerminan layanan hotel untuk dapat memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan tamu melalui 5 aspek utama berdasarkan model utama kualitas layanan menurut Parasuraman (1988) yaitu *tangibles* (fisik), *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dan berdasarkan Standar Manajemen Kualitas (ISO 9001), kualitas layanan mencakup *reliability* (keandalan layanan), *consistency* (konsistensi layanan), *customer focus* (berfokus kepada kebutuhan tamu), dan *continuous improvement* (peningkatan berkelanjutan). Kualitas layanan yang tinggi akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas tamu, serta memperkuat reputasi hotel terlebih dengan meningkatnya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Persaingan yang cukup ketat antar hotel baik lokal maupun *international chain* dapat menjadi dasar untuk manajemen agar terus meningkatkan standar layanan. Selain melalui pelatihan teknis, untuk meningkatkan standar layanan ini manajemen dapat membentuk budaya organisasi yang berorientasi pada *core values* atau nilai perusahaan yang mempengaruhi perilaku dan sikap karyawan. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan nilai perusahaan dapat menjadi faktor penting untuk membentuk kualitas layanan yang prima. Menurut Kotler & Keller (2016), nilai perusahaan atau *core values* dapat membentuk karakteristik sebuah organisasi dan mencerminkan hal yang dianggap penting oleh organisasi

tersebut. Nilai-nilai tersebut menjadi sebuah panduan moral dan etika dalam melakukan setiap aktivitas bisnis.

Salah satu jaringan hotel yang memiliki nilai perusahaan atau *core values* adalah Accor Hotels Group sebagai salah satu grup perhotelan besar di dunia yang berbasis di Prancis. *Brand* dibawah manajemen Accor Hotels Group mencakup berbagai segmen, mulai dari ekonomi hingga *luxury* seperti Ibis, Novotel, Pullman, Fairmont, Sofitel hingga Swissotel. Seiring dengan perkembangan industri perhotelan yang semakin kompetitif dan berorientasi kepada pengalaman tamu, Accor Hotels Group menekankan budaya perusahaan melalui nilai-nilai perusahaan atau *core values* yaitu *Integrity, Respect, Trust, Spirit of Conquest, Innovation, Guest Passion*, dan *Sustainable Performance*.

Penerapan *core values* ini terintegrasi dengan operasional hotel, mulai dari proses rekrutmen, pelatihan karyawan, manajemen kinerja, hingga interaksi dan pelayanan untuk tamu. Nilai-nilai perusahaan ini dijadikan dasar untuk membentuk budaya pelayanan (*Service Culture*) dan berkontribusi terhadap kualitas layanan (*Service Quality*). Salah satu *brand* dari Accor Hotels Group yang mengimplementasikan *core values* ini adalah Swissôtel Jakarta PIK Avenue.

Swissôtel Jakarta PIK Avenue adalah hotel Bintang 5 pertama dari *brand* Swissotel di Indonesia, berlokasi di kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Utara. Hotel yang menyajikan pelayan dengan sentuhan swiss dan Indonesia, serta menawarkan fasilitas lengkap untuk tamu bisnis dan *leisure*. Swissotel Jakarta PIK Avenue merupakan merek premium dalam

struktur bisnis Accor. Accor merupakan salah satu grup perhotelan terbesar di dunia yang menyediakan layanan akomodasi, restoran, manajemen properti dan layanan gaya hidup, tidak hanya berfokus pada pengelolaan hotel-hotel di seluruh dunia, pelayanan dan pertumbuhan bisnis, tapi juga menekankan pada nilai perusahaan yang menjadi prinsip semua kegiatan dan budaya kerjanya.

Nilai-nilai perusahaan seperti *Guest Passion* dan *Trust* menjadi dasar karyawan untuk memberikan pelayanan yang tulus dan personal, serta nilai-nilai seperti *Innovation* dan *Spirit of Conquest* sebagai landasan ide baru dalam memberikan pengalaman yang unik bagi tamu.

Salah satu cara Swissôtel Jakarta PIK Avenue dalam menerapkan nilai-nilai perusahaan ini adalah melalui program orientasi dan pelatihan berbasis nilai (*value-based training*). manajemen hotel yang menjadi *role model* sebagai pemimpin yang transparan dan adil untuk memperkuat budaya kerja yang kolaboratif, membuat evaluasi kerja dan apresiasi berdasarkan *core values*, *internal campaign* sebagai pengingat untuk karyawan tetap menerapkan *core values*, dan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan bekerja sama dengan Yayasan Emmanuel yaitu yayasan non-profit yang mendukung dan melayani individu, keluarga dan komunitas yang kurang beruntung dan terpinggirkan.

Namun, dalam penerapannya masih ada beberapa kekurangan yang ditunjukkan melalui beberapa *online guest review* yang menyatakan bahwa masih ada kekurangan dalam pelayanan dan kebersihan di lingkungan hotel.

GAMBAR 1

ONLINE GUEST REVIEW


Visitors

 Premier King Room Non-Smoking
 Move in April 2024
 Traveling alone
 4 reviews

1/5
 Bad service, poor hygiene

Released on April 24, 2024

Response from the property : Dear Guest User, However it is to my regret that we did not meet your expectations in some areas; please allow me to express my sincerest apologies. At Swissôtel Jakarta PIK Avenue, we strive to provide a superior service experience for every customer; therefore your feedback is very important to us. Please rest assured that we are taking the appropriate measures to address the problem and prevent future occurrence.

Sumber: Olah data, 2025.

GAMBAR 2

ONLINE GUEST REVIEW


Ameranmeirunhuay...

 Premier Twin Room Non-Smoking
 Move in January 2023
 Business travelers
 4 reviews

2.5/5
 Very bad service

Released on January 24, 2023

Response from the property : Dear Ameranmeirunhuayou~, My name is Sean Halpin, General Manager of Swissôtel Jakarta PIK Avenue. Thank you for the great review of our hotel. We are glad that you enjoyed your stay. However it is to my regret that we did not meet your expectations in some areas; please allow me to express my sincerest apologies. At Swissôtel Jakarta PIK Avenue, we strive to provide a superior service experience for every customer; therefore your feedback is very important to us. Please rest assured that we are taking the appropriate measures to address the problem and prevent future occurrence. We hope to see you again very soon. Sincerely, Sean Halpin General Manager Swissôtel Jakarta PIK Avenue

Sumber: Olah data, 2025.

GAMBAR 3

ONLINE GUEST REVIEW


Anonymous User

 Premier King Room Non-Smoking
 Move in December 2024
 Business travelers
 34 reviews

2.2/5
 The price/performance ratio is very poor, and there are few options in the main surrounding areas.

Released on December 15, 2024

Response from the property : Dear Anonymous User,Grüezi. Thank you for taking the time to tell us about your experience about your recent stay with us. Allow me to express my sincere apology for not being able to deliver the service up to your expectations. At Swissôtel Jakarta PIK Avenue, we strive to provide a superior service experience for every customer; therefore your feedback is very important to us. Rest assured that we are taking the appropriate measures to address the problem and prevent future occurrence.We appreciate you sharing your concerns, and it is our hope that you will give us the opportunity to better serve you in the near future.Sincerely,Sean HalpinGeneral ManagerSwissôtel Jakarta PIK Avenue

Sumber: Olah data, 2025.

GAMBAR 4

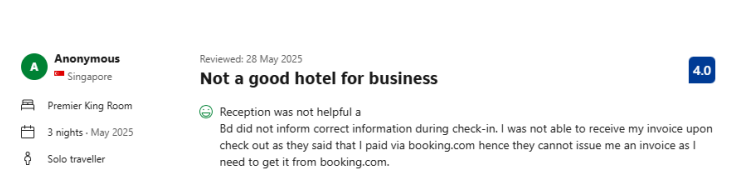
ONLINE GUEST REVIEW



Sumber: Olah data, 2025.

GAMBAR 5

ONLINE GUEST REVIEW



Sumber: Olah data, 2025.

Ulasan buruk dari tamu ini mengindikasikan bahwa penerapan *core values* di lingkungan hotel Swissôtel Jakarta PIK Avenue masih belum optimal khususnya dari segi kualitas layanan. Untuk mendalami permasalahan tersebut dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi penerapan nilai-nilai perusahaan ini, maka dapat dilakukan sebuah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penelitian ini berjudul **“PENERAPAN ACCOR CORE VALUES DALAM MENINGKATKAN SERVICE QUALITY DI SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan agar pembahasan dan penelitian ini tidak keluar dari konteks yang ditelaah. Berdasarkan latar belakang yang telah

diuraikan sebelumnya. Berikut adalah beberapa fokus penelitian yang dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Accor *Core Values* di Swissotel Jakarta PIK Avenue?
2. Bagaimana kualitas layanan (*Service Quality*) di Swissotel Jakarta PIK Avenue?
3. Bagaimana pelaksanaan Accor *Core Values* dalam meningkatkan kualitas layanan (*Service Quality*) di Swissotel Jakarta PIK Avenue?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dan pembahasan terhadap suatu fenomena harus memiliki tujuan dan manfaat sesuai dengan topik yang dibahas. Maka berdasarkan latar belakang sebelumnya, adanya tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apa itu Accor *Core Values* di Swissôtel Jakarta PIK Avenue.
2. Mengetahui kualitas layanan (*Service Quality*) di Swissotel Jakarta PIK Avenue.
3. Mengetahui penerapan Accor *Core Values* dalam meningkatkan kualitas layanan (*Service Quality*) di Swissotel Jakarta PIK Avenue.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik dalam segi teoritis maupun praktis yakni sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan *insight* yang positif maupun wawasan secara akademis terhadap bagaimana penerapan *core values* dapat menjadi sebuah dorongan atau motivasi kerja terutama di lingkungan Swissotel Jakarta PIK Avenue.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam bidang akademis, serta sebagai tambahan pengetahuan bagi mahasiswa hospitaliti terutama program studi Pengelolaan Perhotelan (PPH) terhadap seputar Manajemen Sumber Daya Manusia.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi *insight* bagi Swissotel Jakarta PIK Avenue untuk meninjau kembali penerapan core value.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi Organisasi/Manajemen yang memiliki tanggung jawab terhadap seluruh karyawan yang bekerja di Swissotel Jakarta PIK Avenue.