

Lampiran 1 : Pedoman wawancara Hotel Cempaka Hill

1. Dengan siapa melakukan wawancara? (jabatan, divisi, nama)
2. Sudah berapa lama bergabung dalam bisnis ini?
3. Sejarah singkat perusahaan?
 - Sejak kapan didirikan?
 - Sejak kapan diresmikan?
 - Siapa pemilik hotel ini?
 - Mengapa memilih lokasi ini?
 - Mengapa memilih nama Cempaka Hill?
 - Namanya adalah Hotel Cempaka Hill Managed by Dafam, siapakah Dafam itu?
 - Seberapa berpengaruh Dafam dengan hotel ini?
 - Kontribusi apa yang dilakukan oleh Dafam untuk hotel ini?
 - Mengapa memilih untuk mendirikan hotel ?
 - Berapa karyawan yang dimiliki?
4. Bagaimana gambaran aktivitas hotel ini sehari-hari?
5. Apa visi dan misi hotel ini?
6. Bagaimana struktur organisasi hotel ini ? Seperti apa strukturnya ? Apakah menurut anda, sudah tepat struktur ini?
7. Apa yang dijual/ditawarkan oleh Hotel Cempaka Hill ?

BUSINESS MODEL CANVAS dan SWOT

1. *Customer segments*
 - Siapa saja target pasar atau konsumen yang ditetapkan oleh Hotel Cempaka Hill?
 - Darimana asal target konsumennya? Luar kota / dalam kota / dan sebagainya.
 - Bagaimana Hotel Cempaka Hill menentukan segmen konsumennya (*family, leisure, business*, dan sebagainya)? Berdasarkan tipe kamar, atau hal lainnya ? Mengapa?

- Bagaimana peluang Hotel Cempaka Hill dalam mendapatkan konsumen baru? Mengapa?
- Bagaimana caranya perusahaan mendapatkan konsumen baru? Mengapa menggunakan cara itu?
- Bagaimana caranya perusahaan mendapatkan segmen konsumen baru? Mengapa menggunakan cara itu?
- Bagaimana peluang Hotel Cempaka Hill dalam mendapatkan segmen konsumen baru? Mengapa?
- Apa yang membedakan hotel ini dengan hotel lain / *guest house* ?
- Hal apa yang paling diminati oleh konsumen ?
- Apakah ada perbedaan pelayanan atau kualitas produk untuk setiap segmen konsumen ? Mengapa?
- Apakah ada pelayanan khusus kepada konsumen yang memiliki kebutuhan khusus (cacat, lanjut usia, dan sebagainya) ?
- Bagaimana tingkat perpindahan konsumen Hotel Cempaka Hill ke hotel lainnya ? Mengapa?
- Siapa saja yang bertugas dalam mencari konsumen baru ?
- Segmen konsumen mana yang loyal pada hotel ini, dan menurut anda mengapa mereka mau loyal dengan hotel ini?
- Bagaimana kondisi persaingan perhotelan saat ini di Jember? Apa pengaruhnya dengan target konsumen di Hotel Cempaka Hill ?
- Seberapa besar resiko berpindahnya konsumen ke hotel lain ?

2. *Value propositions*

Newness

- Inovasi apa yang dilakukan hotel ini untuk semakin mengembangkan bisnisnya ?
- Hal apa yang diinginkan oleh konsumen tetapi belum tersedia di hotel ini ?
- Bagaimana perusahaan menentukan harga dari inovasi barunya?
- Apakah perusahaan ini selalu memiliki variasi jasa-jasa baru?
- Apakah ada cara baru yang dilakukan untuk mempromosikan hotel ini?

- Hal apa yang dimiliki oleh hotel lain tetapi tidak dimiliki oleh Hotel Cempaka Hill?
- Hal apa yang akan dimunculkan / sedang dimunculkan yang merupakan sesuatu yang berbeda dan belum pernah ada di hotel lainnya?
- Apakah *value propositions* perusahaan ini sudah selaras dengan kebutuhan konsumen ?

Performance

- *Value* apa yang ingin dicapai dan di berikan perusahaan kepada konsumennya ? Mengapa?
- Apakah perusahaan telah mampu menyediakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen ?
- Usaha apa yang dilakukan untuk melakukan perbaikan pelayanan atau produk dalam perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen? Mengapa?
- Kebutuhan konsumen apa yang sampai saat ini masih belum bisa terpenuhi (jasa / produk)?
- Apakah upaya yang perusahaan lakukan dalam meningkatkan pelayanan?
- Apakah perusahaan telah mampu menyediakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen ?
- Apakah *value propositions* memiliki pengaruh yang kuat terhadap bisnis ini?

Customization

- Apakah perusahaan sudah memikirkan / memenuhi kebutuhan konsumen yang bermacam-macam? Seperti apa ?
- Bagaimana perusahaan menentukan harga dari kostumisasi produk / jasanya?
- Jenis jasa / produk apa saja yang dapat di kostumisasi?
- Bagaimana tingkat kostumisasi jasa / produk dalam Hotel Cempaka Hill ? Mengapa?

Getting the job done

- Apakah Hotel Cempaka Hill pernah membantu dalam menyelesaikan masalah yang dimiliki konsumen? Masalah apa?

- Apakah ada target harga khusus dari pelayanan khusus yang diberikan?
- Bagaimana cara Hotel Cempaka Hill membantu konsumen menyelesaikan masalahnya?
- Mengapa Hotel Cempaka Hill mau melakukan hal tersebut ?
- Menurut anda, apakah konsumen puas atau sering memberi komplain kepada hotel ini?

Design

- Apakah Hotel Cempaka Hill selama ini dapat memuaskan konsumen melalui desain yang dihasilkan? Mengapa?
- Apakah desain yang diberikan merupakan permintaan dari konsumen ?
- Apakah ada harga khusus untuk konsumen dengan desain yang berbeda?
- Apa yang dilakukan untuk meningkatkan desain dari hotel ini?
- Apakah desain menjadi hal yang penting bagi Hotel Cempaka Hill? Mengapa ?

Branded

- Bagaimana menurut anda, tanggapan apa yang kiranya muncul dari konsumen tentang hotel ini?
- Bagaimana perusahaan menentukan *brand* kepada konsumennya ?
- Apa yang akan dilakukan dengan harga yang ada apabila hotel sudah memiliki *brand* dari konsumen ?

Price

- Bagaimana Hotel Cempaka Hill menentukan harga pada konsumennya? Berdasarkan apa harga ditentukan ? Mengapa?
- Apa yang harus dilakukan agar harga dapat meningkat tetapi tidak membuat konsumen untuk menjauh dari hotel ini?
- Apakah elemen-elemen yang menentukan tingkat harga jasa / produknya?
- Apakah kompetitor mengancam dengan harganya yang lebih baik ?

Cost Reduction

- Bagaimana cara perusahaan meminimalkan biaya – biaya yang harus dikeluarkan ? Mengapa demikian?

Risk Reduction

- Apa yang dilakukan untuk menghindari komplain dari konsumen ?

- Resiko apa yang muncul selama ini ? Bagaimana cara mengatasinya?
- Resiko apa saja yang kemungkinan akan muncul di dalam operasional Hotel Cempaka Hill?
- Bagaimana Hotel Cempaka Hill meminimalkan resiko perusahaan? Mengapa?

Accessibility

- Bagaimana cara konsumen Hotel Cempaka Hill dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan?
- Apakah ada alternatif lain bagi konsumen jika ingin bertanya mengenai Hotel Cempaka Hill?
- Apakah ada alternatif lain bagi konsumen jika ingin menikmati produk / jasa yang ditawarkan oleh Hotel Cempaka Hill selain harus datang ke lokasi?
- Bagaimana cara konsumen sampai di hotel ketika konsumen tidak memiliki fasilitas untuk dapat berangkat menuju hotel ini ?

Convenience

- Apa yang ditawarkan oleh perusahaan agar konsumen dapat lebih nyaman untuk beraktivitas di hotel ini atau sebelum dan sesudah berada di hotel ini?
- Seberapa strategis lokasi hotel ini sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk menjangkaunya ?
- Seberapa mudah konsumen dapat mengakses hotel ini?

3. *Channels*

- Bagaimana cara perusahaan memperkenalkan hotel ini?
- Apa saja yang perlu diperhatikan ketika menentukan media apa yang akan digunakan untuk menjangkau konsumen ?
- Media apa yang paling diutamakan oleh Hotel Cempaka Hill?
- Media apa saja yang digunakan untuk menjangkau konsumen Hotel Cempaka Hill?
- Apakah memungkinkan dengan media yang ada kemudian dapat menambah jumlah konsumen ?

- Apakah perlu menambahkan media untuk mengembangkan bisnis ini?
- Bagaimana cara Hotel Cempaka Hill menyampaikan *value proposition* kepada konsumen? Mengapa?
- Apa yang dilakukan perusahaan untuk membantu konsumen dalam mengevaluasi kinerja hotel ini ?
- Media apa yang menjadi kelebihan dari hotel lain sehingga mengancam Hotel Cempaka Hill?
- Media apa yang digunakan oleh Hotel Cempaka Hill, tetapi tidak begitu relevan ? Mengapa ?
- Bagaimana cara Hotel Cempaka Hill meningkatkan saluran distribusi yang digunakan?
- Bagaimana cara hotel ini untuk bertransaksi dengan konsumennya?
- Apakah yang dilakukan hotel ini sudah efektif dan efisien?
- Apakah ada pesaing yang mengancam *channels* dari perusahaan ini? Jelaskan!

4. *Customer relationships*

- Apakah penting *customer relationship* bagi berlangsungnya bisnis ini? Mengapa ?
- Apakah customer relationship yang baik dapat meningkatkan konsumen ?
- Seperti apa hubungan perusahaan dengan konsumen baru dan konsumen lama?
- Pelayanan seperti apa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk menjaga hubungan kedua pihak? Mengapa?
- Apabila ada komplain atau kritik dari konsumen, biasanya layanan apa yang bisa diberikan perusahaan kepada konsumen?
- Bagaimana cara Hotel Cempaka Hill untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen lama ?
- Siapakah yang bertanggung jawab dalam membangun *customer relationship*? Mengapa?
- Apakah pelayanan untuk konsumen tersedia selama 24 jam?

- Apakah Hotel Cempaka Hill pernah mendapatkan kritik / saran / pengalaman kurang baik dengan pelanggan ?
- Kemungkinan terburuk apa yang akan terjadi antara hubungan Hotel Cempaka Hill dengan konsumen ?
- Bagaimana cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumen ?
- Hal apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan agar konsumen dapat memilih sendiri sesuai kebutuhannya?

5. *Revenue stream*

- Dari mana saja hotel ini mendapatkan pemasukan untuk perusahaan?
- Apakah perusahaan mampu mendapatkan pendapatan lebih dari apa yang didapat selama ini? Bagaimana caranya?
- Bagaimana transaksi yang biasanya dilakukan oleh konsumen ?
- Apakah pendapatannya sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan ?
- Apakah pemasukan perusahaan sudah cukup untuk menutupi semua biaya yang dikeluarkan? Mengapa?
- Apakah ada pengeluaran yang bisa diminimalkan ? Apa saja ? Mengapa ?
- Apakah pendapatan Hotel Cempaka Hill terancam oleh hotel lain / bisnis lain ? Apa saja ? Mengapa demikian?
- Apakah memungkinkan jika harga dinaikkan? Mengapa? Kapan?
- Bagaimana mekanisme pengolahan uang dalam perusahaan ini?
- Apakah revenue stream pernah atau memungkinkan mendapatkan ancaman dari pesaingnya?

6. *Key resources*

Human

- Bagaimana cara perekrutan karyawan yang dilakukan oleh hotel ini?
- Ada berapa divisi yang dimiliki oleh Hotel Cempaka Hill? Apa fungsinya?
- Ada berapa banyak karyawan yang dimiliki Hotel Cempaka Hill?
- Apa yang dilakukan / tahapan seperti apa yang dilakukan dalam proses perekrutan ?

- Apakah ada masalah yang berhubungan dengan karyawan sehingga dapat menurunkan kualitas jasa/produk atau jumlah konsumen?
- Apa yang dilakukan untuk mendapatkan kinerja karyawan yang maksimal?
- Apakah perusahaan memiliki *reward* yang akan diberikan kepada karyawan ? Mengapa / apa tujuannya?
- Fasilitas apa saja yang diberikan perusahaan kepada karyawan?
- Seberapa pentingnya peran karyawan dalam Hotel Cempaka Hill?
- Apa yang harus dilakukan jika karyawan ingin mendapatkan *reward*?
- Apakah ada sanksi bagi karyawan yang melakukan pelanggaran?
- Sanksi apa saja yang diberikan perusahaan kepada karyawan yang melakukan pelanggaran ? Mengapa diberlakukan demikian?
- Bagaimana jika karyawan tidak mau melakukan sanksi yang telah diberikan ?

Facility

- Apa saja aset fisik yang dimiliki perusahaan?
- Fasilitas apa saja yang dimiliki dan digunakan oleh perusahaan ?
- Aset fisik apa yang dimiliki oleh hotel lain, tetapi tidak dimiliki oleh Hotel Cempaka Hill sehingga dapat mengancam bisnis ini?
- Apakah ada sistem pembaharuan dalam aset fisik yang dimiliki Hotel Cempaka Hill ?
- Apakah perusahaan sudah mencoba untuk menggunakan sumber daya fisik yang lebih murah dalam mencapai hasil yang sama ? Mengapa memilih alat yang ini?
- Apa yang dilakukan perusahaan untuk membantu beberapa aktivitas perusahaan (misalnya, penggunaan teknologi)? Mengapa diperlukan dan mengapa menggunakan alat itu ?
- Seberapa penting peran aset fisik dan nonfisik dalam mendukung kinerja perusahaan ?
- Hambatan apa saja yang biasanya dihadapi perusahaan dalam aset fisik yang dimiliki ?

Technology

- Teknologi apa saja yang dimiliki oleh perusahaan ?
- Seberapa penting peran teknologi untuk perusahaan ?
- Bagaimana cara perusahaan untuk mengelola teknologi yang ada ?

Intellectual

- Sejauh mana kekuatan *brand* yang dimiliki oleh hotel ini di Jember? Apa yang menyebabkan *brand* ini menjadi seperti saat ini?
- Bagaimana cara perusahaan mengatur data konsumen? Seberapa penting informasi detail konsumen?
- Bagaimana cara perusahaan mengeksplorasi strategi yang terpikirkan? Mengapa demikian?
- Apakah memungkinkan jika strategi yang terpikirkan itu akan terwujud di masa yang akan datang?
- Apakah *key resource* perusahaan ini akan sulit untuk ditiru dengan pesaingnya?

7. *Key activities*

- Aktivitas apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam melayani dan menjalin hubungan konsumen? Mengapa?
- Apa yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas luar kantor? Mengapa?
- Apa aktivitas utama yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis ini?
- Aktivitas apa yang akan terganggu jika mendapat ancaman dari pihak lain (pendatang baru, pemain lama, mitra, dan sebagainya)?
- Aktivitas apa yang akan ditambah di masa yang akan datang dalam operasional bisnis ini ?
- Apakah aktivitas yang selama ini dilakukan sudah efektif dan efisien?
- Apakah dengan meningkatkan beberapa macam aktivitas, dapat meningkatkan keuntungan?
- Aktivitas apa yang dilakukan untuk dapat membantu memecahkan masalah konsumen ?
- Apakah aktivitas yang dilakukan tidak mudah ditiru oleh pesaingnya?
- Apakah perusahaan melakukan aktivitas dengan kualitas tinggi ?

8. *Key partnership*

- Siapa saja yang menjadi mitra dengan Hotel Cempaka Hill ?
- Apakah memungkinkan bekerjasama dengan lawan / hotel lain ?
- Apakah ada peluang bagi perusahaan untuk melakukan *outsourcing*?
- Mengapa bermitra dengan pihak tersebut?
- Hal apa saja yang dilakukan untuk membina hubungan yang baik dengan mitra?
- Apakah memungkinkan jika perusahaan kehilangan mitra kerjanya?
- Sudah berapa lama menjalin kerjasama ini ?
- Apakah akan menambah mitra kerjanya ? Mengapa ?
- Apa yang terjadi jika mitra melakukan sebuah tindakan yang merugikan Hotel Cempaka Hill? Apa yang akan dilakukan?
- Hal apa yang kemungkinan terjadi jika melakukan kerjasama ?

9. *Cost structure*

- Biaya apa saja yang dikeluarkan oleh perusahaan ?
- Biaya apa saja yang paling banyak dikeluarkan?
- Apakah ada jenis biaya yang tidak bisa diprediksi oleh perusahaan ? Biaya apa saja ? Bagaimana cara mengatasinya ?
- Biaya apa yang mengancam perusahaan tumbuh lebih cepat daripada pendapatan?
- Biaya apa saja yang seharusnya bisa diminimalkan ? Bagaimana caranya ?
- Apa yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi pengeluaran tersebut ?
- Apakah memungkinkan jika perusahaan memotong pengeluaran agar lebih hemat, tetapi tetap menjamin kelancaran bisnis ini? Biaya apa ?
- Biaya apa yang paling menentukan keberhasilan bisnis ini?
- Perusahaan lebih mementingkan harga atau kualitas ? Mengapa ?
- Apakah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah efisien dan sesuai dengan bisnis ini?

Lampiran 2 : Panduan wawancara konsumen

Customer segmen

1. Nama :
2. Usia :
3. Asal kota :
4. Pekerjaan :
5. Apa yang anda lakukan di hotel ini ? (menginap ketika berlibur, transit, mengadakan acara tetapi tidak bermalam, dsb)
6. Berapa lama anda menginap / mengadakan acara di hotel ini ?
7. Dengan siapa anda menginap di hotel ini?
8. Menurut anda, bagaimana cara hotel agar mampu mendapatkan segmen konsumen yang baru ?

Value proposition

9. Apakah hotel ini sudah memenuhi kebutuhan anda sebagai konsumen ? mengapa ?
10. Apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen dari sebuah hotel ?
11. Hal apa yang dimiliki oleh hotel ini sebagai sesuatu yang baru di antara hotel lainnya?
12. Menurut anda, apa yang perlu ditambahkan di dalam hotel ini agar memiliki sebuah bentuk inovasi yang berbeda dengan hotel lainnya ?
13. Apakah masih ada yang perlu ditingkatkan dari kinerja pelayanan dan produk yang diberikan kepada anda ? Apa dan bagaimana seharusnya?
14. Menurut anda, apakah aktivitas dalam perusahaan ini sudah efisien dan efektif ? Bagaimana seharusnya?
15. Menurut anda, bagaimana cara agar perusahaan dapat memaksimalkan kinerjanya?
16. Apakah ada kebutuhan khusus dari pelanggan yang masih belum terpenuhi di hotel ini ? Apa dan bagaimana seharusnya ?
Jika sudah ada, apakah sudah memuaskan? Mengapa?

17. Apakah anda pernah mengalami sebuah masalah sehingga pihak hotel ikut membantu anda untuk menyelesaikan masalah anda ? (boleh masalah selain yang berhubungan dengan hotel, tetapi yang dibantu oleh pihak hotel)
18. Menurut anda, mengapa pihak hotel bertindak demikian ? (mau membantu atau tidak mau membantu)
19. Bagaimana pendapat anda mengenai desain yang ada? Apakah sudah baik dan apa kritik/saran untuk desain hotel ini ?
20. Bagaimana brand yang anda berikan terhadap hotel ini? Mengapa demikian?
21. Apakah menurut anda, harganya sudah sesuai dengan yang anda dapatkan selama di hotel ini? Apakah sudah sesuai kualitas dengan harganya?
22. Apakah anda pernah mendapatkan potongan harga/harga spesial karena sebuah alasan tertentu? Kapan dan mengapa bisa mendapatkan potongan harga/harga spesial tersebut?
23. Menurut anda, resiko apa saja yang kemungkinan terjadi antara konsumen dengan hotel ini? Dan bagaimana agar tidak terjadi resiko tersebut?
24. Apakah hotel ini memberikan kemudahan untuk konsumennya untuk mengakses hotel ini? Apa dan bagaimana caranya?
25. Bagaimana kualitas pelayanan dari hotel ini ? (keramahan, kecepatan, ketepatan, dsb)
26. Menurut anda bagaimana cara penyampaian perusahaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan ? Bagaimana cara yang lebih baik ?
27. Bagaimana pendapat anda mengenai fasilitas, pelayanan, dan desain dari hotel ini ?
28. Mengapa anda memilih hotel ini dibandingkan hotel lainnya ?

Channels

29. Apa yang anda ketahui mengenai hotel ini ?
30. Darimana anda mengetahui hotel ini ? (jika dari media sosial, media sosial apa saja yang memberikan informasi tentang hotel ini)

31. Bagaimana cara anda untuk dapat dengan mudah mendapatkan produk atau jasanya ?
32. Apakah sudah jelas dan lengkap informasi yang diberikan ? Mengapa ?
33. Apakah ada kesulitan untuk mendapatkan informasi tentang hotel ini? Mengapa ?
34. Menurut anda, sarana/media apa yang paling mendukung ?
35. Kritik dan saran apa yang perlu anda sampaikan mengenai channels yang ada tersebut ?

Customer relationship

36. Bagaimana hubungan anda dengan perusahaan?
37. Bagaimana cara anda berkomunikasi dengan perusahaan? Media apa yang digunakan ?
38. Bagaimana cara konsumen bertransaksi dengan perusahaan?
39. Apa saja yang dilakukan perusahaan terhadap anda setelah anda menginap? (menghubungi secara berkala, memberikan informasi terus-menerus, tidak ada komunikasi lanjut, dsb). Media apa yang digunakan perusahaan untuk menghubungi anda ?

Revenue stream

40. Biaya apa saja yang sudah anda keluarkan (bisa anda keluarkan) untuk menginap di hotel ini? (biaya sewa, charge, breakfast untuk tambahan, jasa antar jemput, dsb)
41. Apakah dengan biaya yang anda keluarkan untuk hotel tersebut sudah layak dan sesuai dengan apa yang anda terima ? Apakah terlalu mahal atau sebenarnya harga masih bisa ditingkatkan ? Mengapa ?
42. Apa kritik dan saran untuk hotel ini ?
43. Apa pendapat anda tentang hotel ini ?
44. Apakah anda akan menginap di hotel ini lagi dilain waktu? Mengapa ?
45. Bagaimana kualitas hotel ini secara keseluruhan ?
46. Apa saja yang anda alami/lakukan sejak pertama kali tiba di hotel ini ?

47. Apakah anda puas dengan hotel ini ?
48. Bagaimana anda mendeskripsikan tingkat kepuasan anda ?

Lampiran 3 : Transkrip informan 1 (*owner*)

TRANSKRIP WAWANCARA

- A : Theresia Tirza / peneliti
- B : Melisa Eprilia sebagai *owner* / narasumber
- B : Hallo
- A : Hallo, ce Epril?
- B : Iya, mau tanya apa cha?
- A : Oh ini lo ce, aku mau tanya kayak yang dulu aku wawancara sama ko Benaya itu lho ce.
- B : Oh, terus?
- A : Oh ya terus langsung aja ya ce ya, biar tidak terlalu malem. Ce Dafam itu siapa ce?
- B : Ehh Dafam itu kayak, ehh hotel'e cece ini kan kayak kerjasama sama perusahaan lain gitu, Dafam ini yang ngatur keseluruhannya hotel, kayak manajemennya, operasionalnya, ya gitu-gitu.
- A : Jadi kalau kontribusi yang diberikan Dafam itu apa ce?
- B : Ehh Dafam itu ya yang ngatur manajemen hotel, trus ya sebenarnya Dafam itu ya ngatur semua promosi pemasarannya gimana, ... keluar, kayak gitu
- A : Ohh gitu, terus sekarang karyawannya ada berapa ce?
- B : Sekarang sih ada 15 orang
- A : Trus aktivitasnya sehari-hari di hotel ini ngapain aja ce, maksudnya yang pasti setiap hari itu ce?

- B : Ehh, lain di operasionalnya gitu ?
- A : Eh iya
- B : Eh iya tiap pagi sih kita adain briefing sih, ya untuk refresh gitu aja sih.
- A : Trus malem itu apa ada kayak evaluasi gitu, ada tidak ce?
- B : Tidak ada sih, cuma pagi aja, sekitar setengah sembilan gitu
- A : Oh gitu, terus misal biasanya kan di hotel ini pasti ada struktur organisasinya, trus biasanya ada masalah apa ce yang timbul?
- B : Sejauh ini sih tidak ada, sudah sesuai
- A : Oh gitu, produk atau jasa apa yang dijual oleh hotel ini?
- B : Ya hotel ini pastinya ngejual kamar sama fasilitas yang ada
- A : Trus pesaingnya yang sama-sama bintang 3 siapa aja ce, yang di kota Jember?
- B : Ehh, itu sih ehh itu mungkin Bintang Mulia sama Royal kali yah.
- A : Bintang Mulia sama Royal, dua ini aja ya ce?
- B : Iya sih, dua itu aja sih.
- A : Target konsumennya, maksudnya segmen konsumennya itu sapa aja ce. Itu kan biasanya ada segmen ini maksudnya segmen family, trus ada corporate, gitu-gitu ce.
- B : Jadi kayak jenis konsumennya gitu?
- A : He'e, iya.
- B : ehh, kita sih ambilnya semua segmen. Jadi gak khususin ke siapa gitu.
- A : Eh gitu, trus kalo cece taunya itu, misalnya nih aku nginep disana trus cece taunya aku ni termasuk segmen yang mana, itu gimana?

- B : Eh kita sih liat kalo dia dari cooperative itu kan pebisnis-pebisnis gitu, kalau bukan ya kita masukkan ke go show atau walking guest aja sih.
- A : Oh gitu ce, terus peluangnya buat dapat konsumen baru dimasa depan? Menurut cece gimana peluangnya ce?
- B : Kalau cece kira sih peluangnya dimasa depan cukup bagus sih ya. Ini kan lagi bisnis hotel ini lagi ehh, lagi booming kan ya? Lalu kan trus bisnis hotel juga didominasi oleh pebisnis-pebisnis yang butuh cepet jadi bisa lewat online gitu.
- A : Trus caranya buat dapet konsumen baru gimana?
- B : Ehh, yang terutama sih lewat sales call setiap harinya ada.
- A : Apa ce?
- B : Ehh kita bikin sales call gitu setiap hari, trus ada market baru, bikin online sama offline, ya kayak gitu deh
- A : Trus yang membedakan guest house sama hotel ini apa ce?
- B : Yang mencolok sih difasilitasnya ya, kamar, trus parking area, sama suasananya sih.
- A : Terus yang menurut cece yang paling diminati oleh konsumen dari hotel cempaka hill ini apa sih ce?
- B : Ehh, yaa.. fasilitas eh sama suasana lah. Kebersihan bisa jadi sih.
- A : Trus ada pelayanan khusus gak ce? Misalnya ada konsumen yang lansia kan biasanya butuh kursi roda atau apa gitu, nah itu ada pelayanan khusus gak ce dari hotel?
- B : Ehh kalo pelayanan khususnya sih eh gak juga sih, cuman kalo mereka membutuhkan ya kita pasti berusaha yang terbaik sih. Pasti kita juga mau bantu.
- A : Eh apa ada konsumen yang loyal ce sama hotel ini?

- B : Ada sih, ada lah pasti
- A : Trus yang biasanya tugas cari konsumen baru itu siapa ce?
- B : Kalo itu sih, karena kita juga kerjasama sama pihak Dafam jadi mereka yang atur semua manajemennya, jadi kalo untuk konsumen baru mereka atur semua. Itu biasanya namanya sales manager.
- A : Kalo resiko berpindahnya konsumen ke hotel lain gimana? Seberapa besar?
- B : Ya pasti ada lah ya, persaingan kan pasti banyak sih. Apalagi konsumen kan pasti pingin coba hal baru. Jadi ya pasti besar sih risikonya.
- A : Trus inovasi yang dilakukan oleh hotel cempaka hill ini apa ce?
- B : Pasti kita terus meningkatkan fasilitas yang ada sih ya, karena biar konsumen nyaman. Kan konsumen bisa membedakan hotel lain sama hotel kita. Jadi kita harus inovasi sedemikian rupa, sehingga konsumen ini bisa mengetahui apa sih kelebihan dari kita. Gitu..
- A : Eh trus yang diinginkan konsumen tapi masih belum ada di hotel ini apa ce?
- B : Apa ya, ehmm.. selama ini sih saya kira sudah sih, sudah bagus sih.
- A : Cara yang dilakukan untuk mempromosikan hotel ini, gimana ce?
- B : Ya itu sih, yang tadi itu. Kayak sales call, biasanya orang-orang pingin praktis, booking online.
- A : Kalau menurut cece yang mau ditingkatkan lagi dari hotel ini apa ce?
- B : Ehm yang pasti ya pelayanan lah ya, gimana pun konsumen pasti ingin mendapatkan yang baik. Kalo pelayanan kita baik, kan mereka pasti kasih feedback yang baik.

- A : Trus jadi menurut cece ini, hotel ini sudah mampu menyediakan yang dibutuhkan konsumen atau belum?
- B : Iya sudah sih, selama ini juga tidak terlalu banyak komplain
- A : Trus apakah selama ini performa yang diberikan memiliki pengaruh yang besar? Maksudnya jadi gini, apa yang dilakukan oleh hotel ini apakah berpengaruh besar dengan hotel ini, dengan bisnis ini?
- B : Eh, manajemen atau operasionalnya gitu?
- A : Iya dari operasional atau dari apa yang dilakukan oleh hotel ini apa punya pengaruh yang besar untuk hotel ini?
- B : Oh ya pastilah, kalo tidak terlalu bagus, tidak terlalu baik pelayanannya pasti mempenaruhi performa hotel sih.
- A : Kan kebutuhan konsumen itu kan macam-macam, nah apa cece udah memikirna gitu kebutuhan konsumen yang macam-macam itu?
- B : Ya iya lah, karena kan beda segmen beda apa gitu butuhnya juga beda-beda. Kan supaya mereka juga puas sama pelayanan kita.
- A : Apa ada harga khusus untuk kebutuhan khusus itu, kayak tadi itu misalnya ada yang kebutuhan khusus apakah ada harga yang beda gitu? Misalnya ada tambahan harga gitu?
- B : Gak ada sih, itu kan cuma fasilitas pendukung aja ya, jadi kan ya dari marketing sendiri kan ada kasih harga promo-promo. Harga khususnya itu cuman dipromo aja.
- A : Jadi kalo hari-hari biasa tidak ada jadi?
- B : Gak sih, cuma hari tertentu aja.
- A : Pernah gak sih ce ada masalah yang ribut-ribut gitu di hotel ini?
- B : Ehm apa ya, sejauh ini sih kalo komplain-komplain masalah yang besar gitu gak ada sih. Masih bisa ditangani semua, tapi kalo yang

aneh-aneh atau gimana gitu, tidak ada. Kalo misalnya waktu high season, kalo tamu banyak dateng terus tidak dapet kamar itu kan salahnya yang sana, tapi masih bisa dihandle lah.

- A : Trus kira-kira banyak ta ce komplain dari konsumen gitu?
- B : Komplain ya ada sih, tapi tidak ada yang besar sampe konsumen marah-marah gitu. Ya selama ini masih bisa ditangani lah. Jadi komplain lebih ke arah saran, bukan kritik-kritik yang pedes gimana gitu.
- A : Menurut cece dari desain ini apa mempengaruhi kepuasan pelanggan ce?
- B : Ya pastilah, sekarang pelanggan masyarakat sekarang kalo lihat tampilan hotelnya jelek sih pasti males mau masuk. Jadi kalo tampilan hotelnya bagus itu pasti konsumen itu tertarik sih.
- A : Apa ada salah satu desain itu merupakan permintaan dari konsumen gitu ce?
- B : Tidak ada sih, dari awal sampai sekarang tidak ada kayak gitu.
- A : Oh memang murni dari Dafam atau dari cece gitu ya?
- B : Iya
- A : Apa ada desain kamar yang beda, mungkin yang paling bagus, terus harga kamarnya beda gitu?
- B : Kalo yang harga beda gitu sih berdasarkan desain, gak ada yang harga berdasarkan desain gitu. Condong ke ukuran kamar sih yang membedakan harganya.
- A : Yang dilakukan untuk meningkatkan desain itu apa ce?
- B : Kita kan juga menjaga kalo ada kerusakan kita cepet perbaiki. Jadi kita juga melakukan pemeliharaan rutin.

- A : Trus menurut cce ini desain ini penting atau gak ce?
- B : Iya kalo menurut cece desain ini penting banget sih, karena kalo tampilannya jelek mana ada orang tertarik.
- A : Kira-kira brand kayak apa sih yang diberikan oleh konsumen ke hotel ini ce?
- B : Eh kalo rata-rata sih, konsumen kebanyakan bilang cukup puas sih sama hotel ini. Senang sama suasananya, sama fasilitasnya. Konsumen juga bilang kalo suasananya tenang. Ya puaslah.
- A : Bagaimana buat meningkatkan harga gitu ce, mungkin ningkatin harga waktu brandnya semakin naik atau gimana gitu ce?
- B : Ya tidak dari brand juga sih, kalo harga kita ngikutin pasar, jadi kalo musim liburan gitu bisa dinaikin harganya.
- A : Apa ada ce hotel bintang 3 yang harganya lebih baik dari hotel cempaka?
- B : Eh ada sih, tapi pelayanannya gak bisa dibandingin sama hotel kita.
- A : Cara untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan gimana ce?
- B : Cara ngurangin biaya sih kalo untuk yang operasional gak bisa soalnya kita fokus sama pelayanan, tapi cara lainnya sih bisa mengurangi untuk pengeluaran yang tidak terlalu penting sih bisa kita minimalkan.
- A : Trus cara yang dilakukan untuk menghindari komplain dari konsumen?
- B : Konsumen itu kan kebanyakan komplain karena adanya ketidakpuasan kan, ya ketidakpuasan ini mungkin dari kita pelayanannya jelek atau gimana, jadi kita tingkatkan pelayanannya. Itu pasti mempengaruhi kepuasan konsumen.

- A : Terus resiko apa yang selama ini pernah ada, mungkin resiko apa gitu?
- B : Resiko gimana ya?
- A : Ehm maksudnya mungkin resiko kayak takut konsumen gak balik lagi, atau gimana gitu.
- B : Kalo resiko dari konsumen sih gak terlalu banyak. Tapi kalo dari luar sih kita kan sering ada promo, nah biasanya hotel lain itu protes. Trus kalau resiko lainnya sih ada hambatan misal mati lampu atau hotel ada kerusakan, atau tembok, atau gimana gitu.
- A : Trus eh caranya konsumen buat bisa dapet informasi dari hotel ini gimana ce?
- B : Itu kayak tadi yang saya bilang itu sih, kita kan marketingnya condong ke internet. Jadi kita lebih banyak promosi lewat internet. Gitu-gitu.
- A : Trus kalo kemudahan apa yang diberikan biar konsumen itu mudah buat menikmati produk atau jasa yang ada itu gimana?
- B : Ehm
- A : Kalo hotel kan cuma jasa ya, jadi gimana konsumen bisa lebih mudah menikmati
- B : Maksudnya aksesnya?
- A : Bisa bisa..
- B : Oh kalo akses sih kita ada fasilitas antar jemput sih. Jadi kayak kita bisa jemput dari bandara, terminal, stasiun atau gimana gitu. Jadi konsumen bisa lebih mudah sampe ke hotel kita. Ya kayak gitu sih.
- A : Trus caranya hotel buat komunikasi sama konsumen? Mungkin sebelum menginap komunikasinya gimana, trus setelah itu gimana gitu?

- B : Ehm caranya sebelum menginap, kan mereka ada booking, itu nanti kita tanyakan lagi jadi atau tidak. Kalau yang sesudah menginap sih kita biasa ada nanya kontaknya, via email atau apa, jadi kita bisa kasih informasi terkini sih. Jadi biasanya kayak gitu, kritik saran, jadi kita dapet feedback.
- A : Terus menurut cece seberapa strategis sih lokasi hotel ini?
- B : Kalo strategis sih gak terlalu strategis sih ya, tapi kalo buat singgah itu masih bisa. Cuman ya memang gak terlalu strategis sih.
- A : Terus menurut cece media sosial apa sih yang paling menonjol yang paling berdampak buat penjualan kamar?
- B : Pastinya ini orang banyak lewat internet, media-media, e-commerce. Agent online gitu.
- A : Terus media yang, oh jadi media itu sangat membantu atau tidak cece menurut cece?
- B : Oh ya pasti, pastilah. Karena kita kan paling maksimalkan di internet itu, karena praktis kan ya.
- A : Oh perlu tidak cece nambah lagi di media lain gitu? Kalo nambah di instagram atau gimana gitu?
- B : Perlu sih, tapi untuk saat ini semua media kita sudah ada. Sudah cukup sudah.
- A : Terus caranya konsumen bisa kasih kritik dan saran gimana cece?
- B : Biasanya waktu mereka check out kita kasih form gitu lo, kita bisa kasih tau suasananya, pelayanannya, jadi kita bisa dapet komen gitu. Balik lagi, lewat internet juga bisa.
- A : Oh gitu, terus caranya hotel ini buat

REKAMAN SELANJUTNYA

B : Halo?

A : Halo, sorry ce mati HPku.

B : Oh iya gapapa kok.

A : Tadi itu sampee.... Oh ini, oh bentar mana ya, sampe mana ya tadi?

B : Ya itu, untuk apa, untuk saran itu lho.

A : Oh tadi kritik saran. Terus caranya, oh ini buat transaksi ini ce, kalau transaksinya lewat apa aja ini ce?

B : Kita sih menyediakan tiga ya sementara, cash, debit, kredit.

A : Oh, itu aja ya. Terus menurut cece yang dilakukan hotel ini sudah efisien belum ce?

B : Ehm, efisien lah.

A : Seberapa penting sih ce hubungannya dengan konsumen?

B : Cukup penting lah. Kan itu juga selain penting dari kita bisnis hotel kan, namanya konsumen. Ini masih banyak ta?

A : Ehm bentar, bentar, yaa lumayan seh ce. Sudah malem ya ce?

B : Ohh.. Ehm ya lumayan sih.

A : Hehehe, duh gimana ya.

B : Tidak masalah.

A : Saya cepetin ya hehe. Yang bertanggung jawab berhubungan dengan konsumen gitu siapa ce?

B : Eeee...

A : Halo?

B : Ehm yaa, terutama yang pasti ya *front office*-nya ya. Kan di situ paling sering ketemu konsumen ya.

- A : Oh *front office*. Terus ini pelayanannya ada 24 ya ce?
- B : He'e, 24 jam.
- A : Terus hubungan terburuk apa yang bisa terjadi antara hotel dengan konsumen?
- B : Kalo tidak puas sih mereka marah, konsumen marah akhirnya ngejelek-jelekin hotel trus ya image kita turun.
- A : Oh. Terus pemasukan hotel ini dari mana aja ce?
- B : Dari konsumen lah.
- A : Oh konsumen aja ya. Mungkin ga ce kalo nambah jumlah kamar lagi?
- B : Kalo itu sih, tidak tahu sih. Sudah ada banyak, terus gak ada ruang lagi.
- A : Oh gitu, terus harganya ini sudah sesuai ga ce dengan kualitas yang diberikan?
- B : Ya, sudah lah.
- A : Terus mungkin tidak kalo harganya itu dinaikkan lagi?
- B : Kalo naikin harga sih pasti lebih condong sama keadaan pasar sih. Sama sistem.
- A : Oh gitu. Terus kalau proses perekrutan karyawannya gimana itu ce?
- B : Semua sudah diatur Dafam itu. Kan dia yang atur manajemen sama pelatihan dan direkrut sama dia.
- A : Ehm, Terus pernah ga, ada masalah misalnya yang karyawannya bikin masalah sampai menurunkan kualitas pelayanan gitu?
- B : Ga ada sih. Selama ini sih ga tau yang gimana-gimana gitu.
- A : Terus kalo mencegah ...

REKAMAN SELANJUTNYA

- A : Halo ce.
- B : Hm, he'e.
- A : Tidak bisa ditelpon barusan.
- B : Oh ya, terus?
- A : Ini, asset fisik yang dimiliki perusahaan itu apa aja ce?
- B : Ya semua sih, semua yang ada, ya hotel, ya fasilitas. Semua sih.
- A : Oh..Terus kira-kira asset fisik yang dimiliki hotel ini tapi ga dimiliki hotel lain apa ce?
- B : Hampir sama semua sih.
- A : Terus gimana... Kalo menurut cece seberapa penting peran asset fisik sama non fisik itu ce?
- B : Ya keduanya penting lah
- A : Terus kalo teknologi, menurut cece itu seberapa penting peran teknologi?
- B : Sangat penting sih, karena ya itu tadi kan, kita main teknologi. Menyesuaikan dengan kebutuhan orang sekarang.
- A : Terus gimana caranya mengolah teknologi yang ada?
- B : Yang pasti ya perawatan lah, ya maintenance atau service gitu.
- A : Terus, gimana caranya buat ngatur data konsumen?
- B : Dari head office pasti, eeee,, mestinya ada kayak database, database gitu sih. Jadi kita setiap minggu, setiap waktu gitu kita juga memindahkan database yang dari front office lalu ke database itu
- A : Oh, terus kekuatan brand ini hotel ini di kota Jember gimana ce?

B : Brand,,, dari,,, dari mana nih? Dari Dafam?

A : Iya dari hotel.

B : Kalo dari hotel lumayan lah.

A : Terus seberapa penting data konsumen ini menurut cece?

B : Ya pasti sangat penting lah.

A : Terus ada aktifitas apa ce yang dilakukan diluar kantor?

B : Ehm, kalo di luar kantor sih ya rapat itu ya.

A : Oh rapat ya ce.

B : Iya.

A : Terus aktifitas yang paling berdampak buat bisnis ini?

B : Ya pasti liat makanan lah, yang mana konsumen itu bisa tertarik.

A : Terus menurut cece sudah efektif dan efisien belum ce?

B : Lumayan.

A : Terus mitra kerjanya sapa aja ce kalau boleh tau?

B : Kalau itu sih pemerintah ya.

A : Pemerintah.

B : Corporate, coffee toffee, excelso

A : excelso

B : PHRI

A : PHRI

B : Iya

A : Sudah itu ya?

- B : He'e
- A : Terus yang dilakukan buat membina hubungan dengan mitra gimana?
- B : Ya gimana kita menjaga dengan baik gitu ya
- A : Terus mungkin, uda berapa lama ce berhubungan sama mitra ini?
- B : Ya sejak hotel ini didirikan sih.
- A : Eh, terus mungkin ga kalo misalnya mitranya itu bakal hilang? Ato kehilangan mitra?
- B : Ya mungkin saja
- A : Terus misalnya nih, mungkin gak ce nambah mitra lagi ?
- B : Ya mungkin aja kalo misalnya ada yang baik, ya bisa diajak kerjasama
- A : Kalo misal ada yang merugikan cece gimana?
- B : Kita gak langsung putus hubungan, kita evaluasi dulu apakah ini masih bisa dipertahankan atau gak. Gitu aja sih.
- A : Menurut cece ada hal terburuk apa yang bisa terjadi kalo misalnya kerjasama?
- B : Kira-kira gak ada sih, selama ini baik-baik aja.
- A : Terus biaya yang dikeluarin sama perusahaan itu apa aja ce?
- B : Paling besar sih biaya operasional sih sama gaji karyawan
- A : Terus ada gak pengeluaran yang tidak diperdiksi gitu ce? Jadi tiba-tiba keluar biaya ini ini ini gitu?
- B : Ehm, benarnya itu sih dari pihak Dafam yang atur ya. Tapi kalo setahu cece sih kayak sumbangan hari raya gitu
- A : Ada gak pengeluaran yang lebih cepet dari pendapatan gitu ce?
- B : Gak ada sih

- A : Terus biaya yang paling banyak dikeluarin untuk meningkatkan kualitas dari bisnis ini?
- B : Semua biaya ya menentukan, semua biaya berdampak.
- A : Menurut cece lebih penting kualitas atau harga?
- B : Ya pasti kualitas, dimana-mana kalo harganya lumayan tapi kualitasnya juga gak bagus, ya pasti konsumen juga males yang mau dateng.
- A : Terus biaya yang dikeluarkan udah efisien atau belum ce?
- B : Sudah, sejauh ini sih sudah.
- A : Ya udah, sudah selesai seh ce pertanyaane. Thankyou ya ce
- B : Oh he'e, he'e. Sama-sama cha.
- A : He'e, thankyou ce...

Dengan demikian transkrip yang dibuat oleh peneliti untuk kepentingan studi ini, jika hasil wawancara ini benar-benar hasil dari narasumber dan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh narasumber pada saat melakukan wawancara, maka diharapkan menandatangani transkrip ini. Terima kasih.

.....

(Melisa Eprilia)

Lampiran 4 : Transkrip informan 2 (*Sales manager*)

Keterangan :

A : Theresia Tirza / peneliti

B : May sebagai *Sales Manager* / narasumber

A : Kontribusi Dafam untuk hotel ini itu apa Mbak?

B : Mana itu? Kontribusinya ya banyak, karena Dafam itu operator untuk manajemen hotel. Jadi dengan adanya Dafam pastinya kontribusinya besar sekali.

A : Oh jadi kalo Dafam nggak ada, gak jalan?

B : Bukan berarti seperti itu. Sebelumnya juga dimanajemen sendiri oleh ownernya, cuman dari kekuatan link yang lebih besar otomatis kan untuk secara marketing dan salesnya juga lebih bagus, karena kita kan lebih profesional di bidang itu.

A : Terus karyawan yang dimiliki itu ada berapa?

B : 15

A : 15? 15 ini sama cleaning service dan ..

B : Semuanya

A : Semua ya? Terus visi misi?

B : Visi misi aku gak punya disini (dengan melihat catatannya). Nanti saya lihat.

A : Oh gak ada ya. Nanti bisa minta ya?

B : Ini adanya di Dafam.

- A : Menurut Mbak ini struktur organisasinya ada gak sih yang masih kurang, misalnya kurang divisi ini?
- B : Oh semuanya sudah ada.
- A : Oh semuanya sudah ada? Terus misalnya ada yang justru perlu di ilangin?
- B : Gak ada
- A : Oh sudah sempurna? hehe
- B : Iya. Hehe.. Sudah sesuai dengan kebutuhan hotel ini.
- A : Terus yang dijual atau ditawarkan oleh Dafam, ehm oleh hotel ini, apa aja sih?
- B : Hanya kamar aja
- A : Hanya kamar aja? Terus pesaing yang sama-sama bintang tiga?
- B : Bintang Mulia dan Royal
- A : Kenapa kok itu jadi pesaingnya?
- B : Karena mereka lebih awal dari kita, dengan bintang yang sama. Di bintang tiga itu.
- A : Terus kalo fasilitas dari hotel Bintang Mulia dan Royal masih menang mana sama sini?
- B : Ehm, kalo fasilitas hampir sama sih, ada swimming pool juga. Cuma kita gak punya restorannya. Kita gak punya restorannya.
- A : Oh ikut punyanya itu ya? Terus target konsumennya itu dari luar kota atau dari..
- B : Untuk segmen, segmentasi itu beda dengan asalnya. Jadi segmentasi itu terdiri dari ada leisure, ada corporate, kita ambil semua.
- A : Oh, segmen semua? Terus kalo asal kotanya?

- B : Kebanyakan dari Surabaya
- A : Terus kalo Mbak sendiri nentukan segmen konsumen, misalnya nih saya nginep disiniterus Mbak nentukan saya segmen konsumen yang mana itu, darimana caranya? Dari tipe kamar, atau dari apa?
- B : Biasanya kita bisa lihat dari reservasinya by apa, misalnya reservasinya dari satu perusahaan tertentu ya kita kategorikan di corporate. Kan kita juga ada awalnya biasanya kita ada penawaran terhadap suatu perusahaan tertentu, jadi kita dapat harganya sesuai kontrak. Contohnya begitu.
- A : Terus caranya buat nambah segmen konsumen baru?
- B : Kita terus meencari-mencari segmen-segmen baru. Misalnya dengan sales call, di sales call itu dilakukan setiap hari. Kan sudah ada. Dan corporate government itu sudah biasa. Biasanya kita mencari yang lain itu NGO (non governmental organization), NGO itu non government, non government biasanya kan lebih banyak di partai, LSM (lembaga swadaya masyarakat), misalnya toko. Toko-toko apa, toko bangunan, toko emas, toko apa, itu termasuk NGO. Lebih banyak ke situ
- A : Terus peluang buat dapet segmen baru itu seberapa besar?
- B : Kalo yang sudah-sudah, lebih banyak yang corporate ya. Tidak menutup kemungkinan memang NGO itu juga membantu untuk productionnya hotel, cuman yang memang selama ini membantu hotel itu kantor.
- A : Terus kalo peluangnya di masa depan?
- B : Saat ini kalo corporate masih tetep di nomor satu, sama online. Online, corporate, baru government.
- A : Terus apa yang membedakan hotel ini, guest house, atau losmen, atau apa itu apa?

- B : Kalau guest house kan hanya kamar, breakfast, kemudian tidak punya tempat parkir yang lebih luas misalnya, begitu biasanya. Kemudian di harga juga dia lebih murah daripada kita, dan fasilitas juga biasanya lebih minimal lagi daripada hotel. Kalo bedanya guest house seperti itu.
- A : Terus kira-kira yang paling diminati konsumen dari hotel ini, itu apa sih?
- B : Karena kita menjual room yah, jadi kita lebih fokus ke kamar, kebersihannya, ketenangannya, karena letaknya tidak di kota langsung kan.
- A : Terus ada pelayanan khusus nggak, misalnya ada yang cacat, atau ada yang lansia gitu?
- B : Ehm, gak ada. Sejauh ini gak ada. Belum ada.
- A : Tidak ada pelayanan khusus ya?
- B : Kalau pelayanan khusus itu peak up dan antar ke bandara iya, tapi kalau untuk yang cacat kami belum. Biasanya dari tamu ada yang bawa kursi roda sendiri.
- A : Terus yang bertugas cari konsumen baru siapa biasanya?
- B : Saya sebagai sales.
- A : Terus siapa lagi?
- B : Gak ada. Semuanya sih berpeluang untuk mencari tamu-tamu baru. Tapi lebih spesifik salesnya.
- A : Salesnya ada berapa orang?
- B : Hanya satu.
- A : Satu? Terus ada segmen konsumen mana yang loyal sama hotel ini?
- B : Corporate.

- A : Cooperate itu? Terus kenapa kok dia itu loyal sama ..
- B : Karena kota Jember itu sifatnya kota bisnis ya, jadi orang yang datang ke Jember untuk bisnis. Jadi segmen yang paling banyak sumbangsih terhadap hotel adalah orang-orang bisnis.
- A : Terus seberapa besar resiko berpindahnya konsumen ke hotel lain?
- B : Ehm untuk sifat tamu berpindah itu juga besar sih, karena dimana ada hotel baru lagi pasti mereka pingin coba, yang kedua dimana hotel itu rendah lagi untuk memberikan harga mereka juga bisa berpindah. Ehm kalo untuk faktor-faktor loyal, pastinya dengan pelayanan yang prima dan kebersihan yang tetap terjaga pasti mereka tetep loyal.
- A : Dari hotel ini inovasi apa yang terus dilakukan?
- B : Ehm pelayanan terutama, karena kita kan jual jasa ya. Jadi perlu dilakukan training, di refresh lagi, di refresh lagi. Seperti itu.
- A : Misalnya dari inovasi buat konsumennya sendiri, selain pelayanan?
- B : Fasilitas. Fasilitasnya lebih ditingkatkan, kebersihannya lebih ditingkatkan.
- A : Terus yang diinginkan konsumen tapi belum ada disini apa?
- B : Ehm sejauh ini sudah ada, karena gym kita juga punya, swimming pool kita ada, breakfast juga termasuk, parkir cukup luas.
- A : Jadi sementara ini masih terpenuhi semua ya? Cara baru yang dilakukan untuk mempromosikan ya cuma sales call itu tadi ya?
- B : Iya. Sales call dan ikut kegiatan yang itu memang dapat membantu brand cempaka sendiri.
- A : Terus kira-kira apa yang bakal dimunculkan dari hotel ini, yang paling beda dengan hotel yang lain?

- B : Ehm, tempatnya kita lebih tenang sih. Kan biasanya hotel di Jember kan di kota, kalo kita kan lebih ke perbukitan. Kita lebih jual ke view nya.
- A : Terus jadi menurut Mbak hotel ini sudah mampu menyediakan yang dibutuhkan konsumen?
- B : Sejauh ini iya.
- A : Terus menurut Mbak itu, performa dari perusahaan dari bisnis ini, ehm dari hotel ini apa berpengaruh kuat sama berlangsungnya hotel ini?
- B : Iya pasti
- A : Apakah perusahaan sudah memikirkan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam?
- B : Misalnya?
- A : Ehm, misalnya ambil contoh orang cacat ya, itu sudah terpikirkan gak? Misalnya kedepannya bakal disediakan jasa khusus untuk melayani mereka?
- B : Ehm pastinya iya. Semakin kedepan kan kita pasti banyak sekali yang perlu kita benahi ya. Mungkin salah satunya menyediakan kursi roda buat beliau-beliau mungkin yang memang tidak bisa berjalan, karena kita kan memang building, jadi mungkin itu yang kita harus tambahkan difasilitas penunjang
- A : Terus dari pelayanan yang mau ditingkatkan lagi, itu perusahaan untuk menentukan harganya itu gimana, ada harga khusus gak? Misalnya orang minta dikamar lantai dasar, itu ada harga khusus gak? Atau sama semua?
- B : Oh enggak, kita semuanya sama, harga khusus misalnya jika itu memang ada promo aja.

- A : Pernah gak sih ada masalah di hotel ini misalnya sampek ribut gitu?
- B : Sejauh ini enggak sih, semuanya bisa di handle dengan baik
- A : Terus konsumen itu menurut Mbak itu termasuk sering ada komplain atau enggak?
- B : Komplain sejauh ini, bisa di handle, jadi komplainnya hanya pada saat tamu check in, kamar belum siap. Karena kitakan memang ada back to back, jam check out on time, jam check in juga ontime. Jadi kita juga belum selesai. Jadi gitu aja sih, sejauh ini belum ada komplain yang besar.
- A : Dari desainnya ini apa mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- B : Desain? Desain apa ini?
- A : Desain lobby, desain kamar, atau..
- B : Desain interior? Interior kamar masih standar di bintang tiga.
- A : Terus, mempengaruhi gak ke kepuasan pelanggan?
- B : Pasti mempengaruhi, karena mungkin orang itu kadang pengennya kamarnya yang terlihat rapi bersih, jadi misal interiornya terlihat dari catnya kalau catnya gelap, jadi mereka merasa kurang nyaman, surem, hehe..
- A : Ada gak desain disini yang karena permintaan pelanggan?
- B : Gak ada.
- A : Gak ada? Semua memang dari perusahaan ya?
- B : He'e
- A : Terus ini desainnya sama semua? Maksudnya setiap kamarnya..
- B : Sama semua
- A : Terus yang dilakukan untuk meningkatkan desain dari hotel?

- B : Apa yah? Mungkin lebih ke pemeliharaan aja sih, maintenance
- A : Oh jadi desain ini merupakan hal yang penting ya buat bisnis ini?
- B : Ehm bagian dari pelayanan ini juga.
- A : Menurut Mbak, menurut konsumen di kota Jember ini kira-kira menilai bagaimana sih tentang hotel ini?
- B : Sejauh ini mereka menilainya, hotel ini cukup tenang, karena mungkin dipinggiran kota ya, hawanya juga sejuk. Seperti itu
- A : Nah misalnya nih, kedepannya brand semakin bagus. Terus mungkin gak sih kalau harganya semakin naik atau tetap atau diturunkan?
- B : Biasanya setiap tahun pasti ada kenaikan, kita juga melihat dulu kondisinya seperti apa, tetapi ada kenaikan di segala macam sisi, pasti kita pasti ada kenaikan. Secara kan untuk UMK saja kan juga naik. Pasti untuk itu juga, untuk barang-barang itu juga naik, biasanya gitu. Tapi kita menaikkan juga melihat kondisi pasarnya seperti apa.
- A : Terus harga ini didasarkannya berdasarkan apa sih?
- B : Kita lihat dari kondisi, biasanya kita naikkan 10-20%. Kita lihat kompetitor juga, kita lihat kemampuan pasar seperti apa. Itu juga mempengaruhi kita menentukan harga.
- A : Misalnya nih mau meningkatkan harga, tapi gimana agar konsumen tidak lari dari hotel ini?
- B : Ya meningkatkan fasilitas, meningkatkan pelayanan. Karena harga naik tentu itu juga harus lebih bagus lagi,
- A : Ada gak kompetitor yang mengancam karena harganya dia lebih baik atau apa gitu?
- B : Kalau harganya lebih rendah, iya. Tetapi tidak juga pelayanannya tidak lebih baik dari kita. Ada seperti itu.

- A : Caranya perusahaan meminimalkan biaya yang dikeluarkan?
- B : Memaksimalkan pertama dari karyawan bisa, kita bikin seperti konsep hotel budget bisa. Terus misalnya pengeluaran-pengeluaran yang tidak perlu atau tidak urgent kita pending dulu bisa, seperti itu.
- A : Apa yang dilakukan untuk menghindari komplain?
- B : Karena komplain itu biasanya berawal dari pelayanan yang kurang baik atau kurang cepat, maka kita memaksimalkan pelayanan, solusinya itu.
- A : Terus resiko yang pernah muncul selama ini?
- B : Resiko apa?
- A : Semuanya, misalnya dari pelayanan, atau pemasaran, atau eksternal internal.
- B : Resiko ya? Resiko seperti apa ya? Misalnya resiko yang dengan kita kasih harga, kalo dari sisi sales ya, saya gak tau kalo dari sisi yang lain. Misalnya kita kasih promo, hotel lain bisa jadi yang lain jadi ngiri. Karena kita menurunkan harga, dan hotel lain dengan harga di atas kita, maka hotel lain bisa komplain ke kita. Kalo setau saya seperti itu.
- A : Oh pernah ada komplain gitu?
- B : Oh iya, karena kita kan ikut satu ikatan hotel gitu. kemudian di kala hotel itu sama, in line, sama bintang tiga tapi harganya lebih rendah, kadang mereka juga protes dengan itu. Karena itu kan juga merusak pasar.
- A : Oh jadi memang kalo sama-sama bintang tiga harus harganya rata-rata sama segitu semua?
- B : Iya. Bahkan ada hotel bintang empat yang harganya turun ke bintang tiga, itu yang lebih parah.

- A : Terus kalau kayak gitu gimana?
- B : Ya itu tadi, gunanya wadah PHRI (perhimpunan hotel & restoran Indonesia), biasanya kita lebih bijak lagi memberikan harga.
- A : Terus caranya konsumen dapet informasi dari media itu ya? Macem-macam media?
- B : He'e betul
- A : Terus media yang paling utama yang paling diandalkan itu apa? Website, atau apa?
- B : Nah iya, karena sekarang itu semua orang sudah ada di gadgetnya mereka semua sudah ada, maka kita lebih ke online.
- A : Apa itu? Maksudnya paling menonjol itu, instagram, facebook, atau apa itu..
- B : Oh enggak, maksudnya dari online travel agent. Jadi tapi kalo twitter, facebook, kita ada semua. Instagram kita ada, cuman orang lebih senang ke tripadvisor, atau traveloka, atau apa. Jadi kita lebih ke travel agentnya online.
- A : Konsumen kan ada antar jemput bandara, jadi selain bandara gak ada?
- B : Ehm kereta juga bisa, ke stasiun. Iya itu free.
- A : Eh terus kalau misalnya ke rumah, misalnya ke Ambulu gitu bisa?
- B : Enggak.
- A : Khusus ke stasiun, terminal, gitu aja ya?
- B : Betul.
- A : Yang dilakukan perusahaan ini untuk berkomunikasi dengan konsumen, agar konsumen lebih nyaman itu gimana? Maksudnya sebelum atau sesudah itu gimana?

- B : Biasanya komen dari konsumen ya setelah mereka tau kondisi kamarnya, dan pada saat check out kita ngobrol. Kan juga ada guest comment, nanti akan diberikan.
- A : Terus menurut Mbak seberapa strategis lokasi hotel ini?
- B : Kalau dibilang strategis sih, tidak strategis yah. Kurang, kurang strategis. Karena tidak di tengah kota.
- A : Terus yang perlu diperhatikan misalnya tadi mau update di instagram misalnya apa gitu, hal apa saja yang perlu diperhatikan?
- B : Kebetulan kalau sosial media kami dibantu oleh kantor pusat, di bantu oleh Dafam, jadi kami kan punya satu divisi commerce. Ya memang itu untuk membantu kita memposting promo-promo. Seperti itu.
- A : Jadi tergantung pusatnya?
- B : Ehm tidak juga tergantung, kita dari diri masing-masing juga bisa mengupload atau promo apapun atau infomrasi apapun yang terjadi di unit masing-masing. Tapi kita juga dibantu oleh kantor pusat. Seperti itu. Selain online juga di sosmed
- A : Jadi memungkinkan gak media itu menambah jumlah konsumen?
- B : Ehm itu sangat membantu ya, karena dunia maya kan sekarang kan siapapun bisa mengakses ya.
- A : Terus perlu menambah media lagi gak untuk ..
- B : Sejauh ini instagram, facebook, twitter, semua jalan semua. Dan itu dampaknya lumayan besar, maka dari itu kan onlinenya kan juga lumayan banyak membantu.
- A : Jadi perlu ada nambah media, misalnya media di path?
- B : Path kita juga ada.
- A : Jadi semua sudah ada ya?

- B : Iya sudah ada.
- A : Yang dilakukan perusahaan buat mbantu konsumen waktu mau kasih kritik dan saran itu gimana?
- B : Pake guest comment pada saat check out
- A : Ada ya?
- B : Ada
- A : Ini pelayanannya 24 jam?
- B : Iya untuk kamar
- A : Media apa yang menjadi kelebihan hotel lain, yang mengancam hotel cempaka Hill?
- B : Ehm media apa?
- A : Maksudnya misal twitternya hotel mana gitu lebih ngeboom atau gimana, sampai mengancam hotel Cempaka?
- B : Sejauh ini yang medianya media sosialnya berjalan hanya dengan kompetitor yang indirect, bukan selevel dengan kami. Jadi kalau kompetitor lebih ke hotel lokal ya, kalau kami kan hotel chain, jadi yang indirect yang memang itu sebenarnya bukan direct kompetitornya kita, hotel bintang empat yang sama-sama chain. Kalo kita kan hotel chain di bintang tiga, yang direct kompetitor sama Cempaka ini hotel lokal semua dan mereka tidak begitu ini di media sosial, tidak intens.
- A : Terus kalo cara hotel bertransaksi dengan konsumen, transaksi pembayaran lewat apa aja?
- B : Biasanya dengan kredit card, debit iya, cash iya.
- A : Terus menurut Mbak yang dilakukan hotel ini dari sisi channel, sudah efektif nggak? Channel yang kayak media ini.

- B : Cukup efektif kan itu membantu sekali.
- A : Seberapa penting hubungan dengan customer?
- B : Penting sekali ya karena kita bisa dapet masukan dari tamu tamu tersebut, itu gunanya buat terus untuk menjadikan brand yang lebih baik.
- A : Terus disini kalau misalnya hotel ada yang dalam bentuk kertas, disini ada gak? Guest commentnya dalam bentuk apa itu?
- B : iya sama
- A : Eh itu boleh saya lihat?
- B : Ada, ada. Ambil aja.
- A : Oh boleh saya liat ya?
- B : Eh kalo yang sudah-sudah, kayaknya sudah gak di front office, coba nanti saya tanyakan ke supervisornya.
- A : Terus cara perusahaan hubungan terus sama konsumen, selain waktu konsumen disini?
- B : Biasanya kami ada say hello, menanyakan kapan ada kunjungan lagi ke Jember.
- A : Berarti di telepon?
- B : Iya by phone, atau kami kadang ada menggunakan email blast. Untuk sekedar kasih info ke tamu.
- A : Terus misalnya tamu yang gak ada email, brarti cuma telepon ?
- B : Iya by phone, kan kita juga ada.
- A : Yang bertanggung jawab membangun customer relationship siapa?
- B : Kalo yang sering berkomunikasi dengan tamu secara langsung itu dari front office dan sales ya pasti, karena langsung. Kalo untuk lebih

spesifik misalnya GRO (guest relation officer) kami tidak ada. Jadi satu dengan front office. Itu biasanya ada di bintang empat kalo GRO.

- A : Kira-kira kemungkinan terburuk apa yang bisa terjadi antara konsumen dengan hotel ini?
- B : Kemungkinan terburuk? Paling buruk buat jual jasa adalah konsumen lari ke hotel lain pastinya. Itu yang paling buruk.
- A : Terus pemasukan dari hotel ini apa aja, selain dari konsumen ? oh kayak room charge, atau apa itu ya?
- B : Oh karena kita jual jasa, ya pastinya ya dari konsumen aja. Hehe.. karena kita jualnya ya kayak gitu..
- A : Terus kalo modalnya dulu?
- B : Modal apa ni?
- A : Modal ini, buat memulai bisnis ini?
- B : Ehm kalo ktia bicara managed by Dafam, ya kita dapatnya dari revenue.
- A : Revenue dari?
- B : Revenue dari hotel. Hehe
- A : Menurut Mbak itu memungkinkan gak kalo pendapatannya bakal nambah lagi, nambah lagi gitu? Misalnya sini sudah full semua, gimana?
- B : Ehm kalo itu, biasanya yang sudah-sudah, kita kan by reservasi, misalnya sudah penuh ya kita gak bisa. Kita arahkan ke hotel kompetitor otomatis
- A : Terus memungkinkan gak kalo nambah jumlah kamar?
- B : Memungkinkan, bisa jadi, bisa jadi ditambah.

- A : Kira-kira berapa tahun lagi?
- B : Ehm kita gak tau, tinggal lihat aja perkembangannya gimana
- A : Menurut Mbak apa pemasukannya apa sudah sesuai dengan kualitas dengan pelayanan yang diberikan?
- B : Pendapatan?
- A : He'e. Pendapatan perusahaan sesuai dengan kualitas pelayanan.
- B : Mungkin maksudnya bukan gitu, mungkin apa yang dijual sudah sesuai apa enggak?
- A : Misalnya pelayanannya yang diberikan sudah 100%, tapi harganya misalnya cuma 300.000, padahal sebenarnya bisa nih kalo 400.000.
- B : Kita kan juga melihat potensi pasar ya, kalo kita pake harga di bintang empat, kita juga gak mungkin dapet tamu. Kita sesuaikan dengan pelayanan dan fasilitas.
- A : Kalau menurut Mbak, berdasarkan fasilitas yang sudah diberikan ini bisa sampai harga berapa sih kalo gak lihat bintang?
- B : 350 masih bisa. Tapi tamu cukup pinter kok sekarang. Mereka kadang tidak melihat bintang berapa, mereka tidak melihat fasilitasnya apa, yang penting mereka dapat harga bagus ya mereka ambil. Seperti itu.
- A : Harga terus naik setiap tahun? Naiknya 10-20%?
- B : Iya
- A : Terus divisi yang itu sudah lengkap ya Mbak?
- B : Iya sudah lengkap
- A : Yang melakukan perekrutan karyawannya itu Dafamnya?
- B : Hanya perunit. Iya untuk level staff. Kalo level manajer langsung Dafam

- A : Berarti Mbaknya ini dari Dafam?
- B : Dafam.
- A : Dafam ni pusatnya dimana?
- B : Semarang
- A : Terus berarti Mbak ini dari Semarang di kirim ke sini atau memang dari Jember?
- B : Saya dari Jember, cuman saya untuk gabung ke Dafam itu harus ke Semarang dulu. Training, interview, dan lain sebagainya.
- A : Itu gabungnya Mbak mulai kapan?
- B : Per April
- A : April tahun berapa itu?
- B : ini. Kan Dafam April kemarin.
- A : Oh baru itu, langsung training?
- B : He'e
- A : Terus pernah ada masalah yang karyawannya kenapa-kenapa, jadi sampai menurunkan kualitas jasa atau apa gitu
- B : Ehm, sejauh ini enggak.
- A : Terus yang dilakukan agar kinerja karyawan itu maksimal itu gimana? Misalnya ...
- B : Kita tetep ada training yang terus dilakukan, refresh-refresh seperti itu. Kan terstandarkan jadinya
- A : Ada reward bulanan atau apa gitu? Nggak ya?
- B : Emm... reward-nya... biasanya kita kayak ada employee of the month..

- A : Ada?
- B : Ada..
- A : Trus ada.. Ada punishment juga berarti?
- B : Yah ada punishment.
- A : Punishment nya kalo apa?
- B : Biasanya e..keterlambatan lebih dari tiga kali, kemudian emm..nggak masuk tiga hari berturut – turut. Seperti itu.
- A : Itu tanpa ijin atau ada ijin tiga hari berturut – turut?
- B : Tanpa ijin. Itu sudah ada di Undang – Undang. Kita kan ada buku aturan karyawan seperti itu.
- A : Trus itu kayak apa? Maksudnya bentuk punishment-nya dalam bentuk apa?
- B : Ehm ada peringatan satu, dua, dan tiga. Kalo sampai tiga yah keluar.
- A : Apa saja aset fisik yang dimiliki perusahaan?
- B : Aku kalo itu..ngga punya datanya.
- A : Apa aja fasilitas yang dimiliki?
- B : Swimming pool, gym, itu aja sih yang untuk tamu, room service.
- A : Trus ada ngga service yang dimiliki hotel ini tapi ngga dimiliki hotel lain?
- B : Hampir sama sih semua fasilitasnya.
- A : Sistem pembaruan dalam aset fisik gimana?
- B : Misalnya kayak pembangunan penambahan gitu ya?
- A : He'e.

- B : Ehm ini..sejauh ini belum sih, belum ada, belum ada pembangunan lagi. Cuman penambahan – penambahan aja seperti itu sih, karena udah mulai masuk musim hujan kan, sama penggantian AC gitu – gitu aja
- A : Itu kayak, penggantian AC itu tergantung kalo sudah, misalnya kurang dingin atau rutin?
- B : Kalo maintenance iya..kalo maintenance iya.. tapi penggantian itu kalo memang AC nya udah mulai ngga bagus.
- A : Trus kalo diganti yang baru kan sebenarnya AC yang lama ini masih bisa dipakek trus itu kemana larinya?
- B : Owner.
- A : Owner?
- B : Iya karena itu AC by owner pada waktu itu, bawaannya owner. Pada waktu kita masuk, AC nya diganti.Balik lagi ke owner.
- A : Terus ada misalnya ni dulu pake AC ini, AC yang merek lain lebih mahal, trus ganti yang ini jadi lebih murah, ada ngga semacam yang kaya gitu? Jadi perubahan asset fisik, biar pengeluarannya lebih sedikit.Pernah ada ngga?
- B : Ehm aku ngga tau kalo detail seperti itu.
- A : oo..
- B : Aku bisa jawabnya kalo di penjualan aja hehehe..
- A : Oh yaya hehehe. trus Mbak, menurut Mbak seberapa penting peran asset fisik dan non fisik dalam mendukung pekerjaan?
- B : Kalo fisik itu pasti ya kalo dari sisi bangunan, kemudian dari interiornya kan itu juga termasuk fisik ya, dengan fasilitas – fasilitasnya itu penting juga sih, jadi kalo hotelnya terlihat jelek ya

orang tidak akan tertarik untuk datang kan, kalo non fisik ngeliatnya dari apa ya, pelayanan ya kalo non fisik, ngga terlihat kan ya, itu sangat penting sekali. Dua – dua nya bisa saling mendukung.

- A : Trus kalo teknologi yang dimiliki perusahaan, apa aja?
- B : Yang dipakai, misalnya teknologinya. Ehm teknologinya ya ini sih, lebih ke..gunanya untuk ke pemasaran ya.
- A : Seberapa penting?
- B : penting. Misalnya wi-fi nya ngadat aja.Kita udah ngga bisa ngapa – ngapain.
- A : hehe iya bener – bener.
- B : Soalnya semuanya pake itu. Semuanya. Kan kita repost setiap minggu ada. Setiap hari ada. Bulanan juga ada. Hotel kan dua puluh empat jam. Kalo itu mati aja ngga bisa ngapa – ngapain
- A : Trus caranya perusahaan buat ngelola teknologi yang ada tu?
- B : Ehm..pastinya maintaince ya
- A : Maintaince terus ya?
- B : He'em..biasanya kalo misalnya udah pemakaian yang banyak, kita menambah lagi kapasitas. Seperti itu.Karena penggunaanya lebih banyak.
- A : Trus menurut Mbak kekuatan brand hotel ini di kota Jember?
- B : Besar, karena kita hotel chain
- A : Trus caranya hotel ini buat ngatur data konsumen?
- B : Ehm kita kan ada database.
- A : Itu bagian yang ngatur?
- B : Front office yang punya datanya. Saya mengolah data.

- A : Penting ngga sih informasi detail dari konsumen itu?
- B : Penting untuk kedepannya hotel juga.
- A : Trus cara perusahaan mengeksplore strategi yang terpikirkan, jadi misalnya sekarang ini kepikiran mau ngapain kedepannya, cara mengeksplornya itu gimana?
- B : Ehm setiap bulan kan kita ada promo – promo.
- A : he'em,
- B : Nah dari situ lah kita lebih mengeksplore apa lagi yang kita harus lakukan biar lebih rame lagi, biar lebih banyak tamu yang datang lagi. Dari situ, dari data – data itu kita kan juga bisa tau oo ternyata yang lebih banyak itu misalnya yang dari Surabaya, berarti kita harus ke Surabaya untuk berpromosinya seperti itu kan, kita eksplorenya lebih apa sih yang bisa kita jual lagi, kita kan jualannya cuma kamar aja, jadi promo apa sih yang bisa grab tamu lebih banyak, kayak gitu.
- A : Trus aktifitas yang diluar kantor sales call itu?
- B : He'em
- A : Trus aktifitas utama yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis?
- B : Aktifitas utama? Apa ya. Yaa..aktifitas nya ya terus...apa ya. Berpromosi istilahnya.Ya marketing nya harus jalan. Biar lebih banyak yang kenal lagi kan.
- A : Marketingnya ini Mbak juga?
- B : Iya.
- A : Trus kerjanya sendirian gitu apa..
- B : Sales iya, marketing iya.
- A : Berat banget to pasti?

- B : Iya pastinya.
- A : Trus apa perlu orang lagi..
- B : Sebetulnya saya butuh staff satu. Tapi em..dengan masih bisa menhandle, ya sudahlah. Hehehe
- A : hehehe aduh..
- B : Sales iya, marketing iya, bikin promo iya, semuanya sendiri. Repot ya?
- A : Iya..mateng..
- B : Iya karena kamarnya juga sedikitkan, jadi masih belum, belum di approve maksudnya.
- A : Tapi ya lumayan ya berapa ya lima puluh..lima puluh..
- B : Tiga.
- A : Tiga ya.
- B : Tiga puluh empat sama yang in house kan, GM kan disini. Lima puluh empat.
- A : Trus aktifitas apa yang bakal terganggu misalnya dapet ancaman dari hotel lain gitu. Misalnya ada pendaatang baru ni. Hotel – hotel baru tu aktifitas apa yang bakalan terganggu?
- B : Kalo adanya hotel baru otomatis kan bakal ada pesaing baru, nah sebenarnya tidak terganggu aktifitas sih, yang bakal terganggu ya tamunya. Biasanya orang kan akan bergeser, mencoba sesuatu yang baru. Biasanya seperti itu. Sifatnya orang Jember seperti itu. Sering berpindahnya hanya sekedar nyoba.
- A : Coba – coba
- B : He'e coba – coba.

- A : Trus ehm menurut Mbak aktifitas yang selama ini dilakukan udah efektif efisien?
- B : Sejauh ini ya. Sejauh ini ya.
- A : Trus jadi kalo meningkatkan beberapa macam aktifitas lagi pasti meningkatkan keuntungan lagi to pasti ya?
- B : iya betul..
- A : Aktifitas apa yang nggak gampang ditiru sama pesaing kita?
- B : Kalo misalnya sales call, emm..yang saya lakukan ya. Semuanya melakukan. Tidak sesering kami mungkin ya. Ehm hotel lokal juga melakukan hal yang sama tapi tidak intens ya. Mungkin seperti itu. Yang tidak dilakukan hotel lokal lain ya mungkin mendekati agent. Ya mungkin seperti itu. Ee kemudian tidak melakukan booking lewat online. Itu local tidak melakukan. Yang melakukan hanya hotel chain.
- A : Trus menurut Mbak apakah perusahaan ini telah melakukan aktifitasnya dengan kualitas tinggi?
- B : Ehm ya.
- A : Trus yang jadi mitra kerja dari hotel ini, siapa aja?
- B : Yang jadi mitra, sebenarnya semua jadi mitra adalah, semuanya ya semua lapisan ya artinya kita kan juga butuh support dari dinas, yang jadi mitra secara langsung kan dinas pariwisata. Seperti itu kan secara directnya kan seperti itu. Pemerintah secara langsung kan dari dinas pariwisata. PHR juga jadi mitra kita. Tapi kalo mitra – mitra yang lain saya pikir semuanya juga menjadi mitra kita kan. Karena kita kan juga butuh support dari mereka untuk ndatengin tamu – tamunya ketempat kita kan. Kan gitu.
- A : Trus kalo misalnya sama apa tuh. Jong-On yang baru itu kerjasama juga?

- B : Nggak. Belum – belum.
- A : Oh nggak ada
- B : Rumah makan, ehm bukan rumah makan apa sih, kayak coffe toffee gitukan sudah ada. Jadi bermitra sama kita. Jadi misalnya tamu yang check in bawa keycard ke coffe toffee dapat diskon 40%, mereka yang memibernya coffe toffee dapat diskon 10% itu juga jadi mitra kita. Sama excelso juga begitu.
- A : Tapi kalo Jong-On belum?
- B : Belum..nggak – nggak.
- A : Terus yang dilakukan buat membina hubungan yang baik sama mitranya apa yang dilakuin?
- B : Biasanya kita saling berkunjung sih, seperti itu.
- A : Trus yang berkunjung itu siapa?
- B : Ganti – gantian, kadang saya yang ke Coffe Toffee, mereka kadang juga kesini, biasanya seperti itu sih kalo dunia sales. Saling berkunjung seperti itu ya.
- A : Mungkin ngga kalo perusahaan itu bakal kehilangan salah satu dari mitra kerja?
- B : Bisa jadi mungkin kalo tidak di maintenance dengan baik ya. Bisa jadi mereka lepas bergabung dengan yang lainnya, bermitra dengan yang lainnya.
- A : Trus sudah berapa lama menjalin kerjasamanya itu?
- B : Kalo sama Coffe Toffee satu dua bulan kayaknya.
- A : Oh soalnya baru buka juga ya?
- B : He'em baru buka juga dia kan,

- A : Kalo sama lain – lainnya?
- B : Ehm..kita buka masih tujuh bulan, jadi belum banyak juga sih yang bermitra sama kita.
- A : Oooh ini belum satu tahun?
- B : belum hehehe..belum satu tahun.
- A : hehehe iya iya. Trus mungkin ngga bakal nambah mitra kerja lagi?
- B : Bisa ya..
- A : Kira – kira sama sapa kalo mau kerjasama lagi?
- B : Mungkin dari ini ya oleh – oleh. Perusahaan oleh – oleh. Mereka jadi ngga usah susah – susah untuk turun ke kota, dari kita juga ada yang menyediakan gitu.
- A : Trus kok belum dijalanin kenapa?
- B : Ooh terkendalanya sama merekanya sendiri malah.
- A : Kenapa?
- B : umm..kadang waktu itu dari mana ya. Itu showcasenya terlalu besar. Kayak gitu. Kita minta yang agak kecilan. Kayak gitu aja sih, lebih ke teknis ya.
- A : Trus misalnya nih ternyata ada mitra kerjasama melakukan hal yang merugikan buat hotel ini itu apa yang dilakukan?
- B : Ya kalo memang masih bisa diperbaiki ya kita gunakan terus kalo tidak ya kita cut.sesuai sama kontraknya seperti apa gitu.
- A : Trus kemungkinan apa yang bakal terjadi kalo melakukan kerjasama itu?
- B : Ehm..kalo yang namanya kerjasama pasti mendatangkan yang bagus ya, ngga ada yang buruk ya. Pasti membantu kita juga untuk

mempermudah tamu ya. Menambah fasilitaslah. Bisa juga dibilang seperti itu. Jadi kalo misalnya oleh – oleh mereka ngga usah terlalu jauh untuk beli dibawah kan, dikita juga ada jadi itu juga menambah ee..apa ya. Menambah revenue juga kita. Kita juga dapat revenue dari situ, menambah fasilitas tamu juga, jadi tamu tidak kesulitan untuk mendapatkan itu. Seperti itu. Kalo kemungkinan buruk sih saya rasa ngga ada ya.

A : Misalnya ditipu..hehehe..nggak ya..

B : hehehe nggak bakalan..

A : hehehe..terus biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan apa aja ya?

B : Biaya? Gaji itu pasti. Listrik. Gaji dan elektrisiti yang pasti.

A : Selain itu?

B : Sejauh ini itu yang terbesar. Laundry. Laundry kan juga laundrynya ke luar.

A : Ooh bukan dari sini ya.

B : Bukan kita ngelaundry ke luar.

A : Ini tiga ini yang paling banyak keluar ya?

B : he'em, dan itu fix cost kan, kan pasti ya keluarnya itu pasti gitu.

A : Ada ngga jenis biaya yang ngga bisa diprediksi trus jadi kayak mendadak – mendadak gitu?

B : Ehm... apa ya. Biasanya kayak ada sumbangan dari apa ya. Dinas setempat biasanya ada kayak gitu kita ga tau. Entah itu Agustusan, entah itu dari kecamatan apa kayak gitu kan ada kan, dari pesantren...

A : Tapi pemasukan itu berarti ya?

B : Itu pengeluaran dong,

- A : Oh kita yang ngasi?
- B : He'e kita yang ngasi. Mereka minta support dari kita kan kayak gitu. Biasanya kita ngasih berapa..kayak gitu.
- A : Agustusan, apa lagi tadi?
- B : ya kebanyakan Agustusan, lebaran, biasanya kayak gitu.
- A : jadi ya cara ngatasinya ya udah kasih aja gitu?
- B : kan kita pilah – pilah. Kadang kita ngga ngasih semuanya gitu enggak. Kadang kita kan juga punya CSR sendiri kan. Karena kita misalnya pas puasa kita CSR ke pesantren mana, enanya dimana kayak gitu
- A : jadi milahnya itu berdasarkan apa aja. Ketentuannya?
- B : Yang resmi yah. Misalnya kecamatan mintak kan ada kaya gitu yah kecamatan, koramil, kodil, pemerintahan biasanya.
- A : Pokoknya yang resmi – resmi ya?
- B : Iya yang resmi - resmi kita kasih biasanya. Meskipun ya ngga banyak lah.Semuanya pasti kalo lebaran itu pasti minta.
- A : Trus ada ngga biaya pengeluaran yang mengancam kayak keluarnya tu cepet banget gitu lho. Sampai mengancam pertumbuhan perusahaan.
- B : Engga sih, sampai sekarang tiap bulan kan kita udah tahu kita bakal..setip bulannya tuh udah ketauan bahwa..emm.. kita bakal ngeluarin gaji berapa, listrikiti berapa, kan setiap bulannya udah ketauan di range berapa keluarnya. Gitu
- A : Itu pemasukannya tu sudah nutup, bisa nutup semuanya ya?
- B : Bisa. Sejauh ini iya.Kalo tadi ditanya tentang modal kita ngga dapat modal dari owner.
- A : Oo...

- B : Hita ngga dapat modal dari owner, kita dapatnya dari revenue yang itu kita olah sendiri seperti itu.
- A : Trus biaya yang paling menentukan keberhasilan bisnis apa? Biaya yang dikeluarkan yang paling menentukan? Misalnya ini dari biaya perawatan kamar atau apa, yang paling menentukan apa?
- B : yang bisa mendatangkan duit yang banyak maksudnya?
- A : he'em he'em
- B : ya kamar, karena kamar..
- A : kebanyakan..
- B : he'e dapet dari kamar, karena kita kan cuma jual kamar.
- A : Jadi kayak perawatan kamar aja?
- B : Maintenance maksudnya. Perawatan kamar. Itu kan jadi uang keluar.
- A : gitu ya?
- B : he'e he'e jadi biaya maintenance setiap bulan misalnya kayak solar. Itukan juga biaya. Menimbulkan expense kan, kayak gitu.
- A : trus lebih penting harga atau kualitas?
- B : Yang harus yang diutamakan adalah kualitas. Dengan kualitas itu kita bisa menentukan harga. Ada harga ada kualitas. Seperti itu. Tapi banyak juga yang tidak berkualitas harganya tinggi..
- A : Kalo dihotel ini lebih mentingin kualitas?
- B : Iyah pastinya. Karena kita kan jual jasa. Jadi itu harus betul – betul ditentukan.
- A : Jadi menurut Mbak biaya yang dikluarkan ini sudah betul – betul efisien ngga sih?
- B : Sejauh ini iya sih.

- A : Trus itu logonya, artinya apa?
- B : Yang mana? Yang Dafam atau yang cempaka?
- A : Yang bunga ini.
- B : Ya yang cempaka. Iya bunga cempaka.
- A : Ada arti khusus ngga?
- B : Ngga sih, ngga ada sih.
- A : Trus mari gitu apa ya. Udah sih kayaknya hehehe itu aja. Ya makasih ya..
- B : sama – sama.

Dengan demikian transkrip yang dibuat oleh peneliti untuk kepentingan studi ini, jika hasil wawancara ini benar-benar hasil dari narasumber dan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh narasumber pada saat melakukan wawancara, maka diharapkan menandatangani transkrip ini. Terima kasih.

.....

(May)

Lampiran 5 : Transkrip informan 3 (*General Manager*)

Keterangan :

A : Theresia Tirza / peneliti

B : Mastur sebagai *General Manager* / narasumber

A : Pak Mastur gabung disini sudah berapa lama?

B : Saya gabung tanggal 28 Maret 2015.

A : Dafam ini kan yang punya hotel ini ya?

B : Bukan, yang punya itu Cempaka. Kita yang kelola, manajemen.

A : Terus Dafam ini jadi, siapa yang?

B : Manajemennya

A : Manajemennya, terus pengaruhnya Dafam sama hotel ini?

B : Pengaruh maksudnya?

A : Kontribusi apa yang diberikan oleh Dafam?

B : Eh, kalau Cempaka itu kan lokal. Kalau kita kan chain, hotel kita itu ada dimana-mana. Jadi kalo pengaruhnya yang ditanya ya saya bisa jual kemanapun.

A : Oh, jadi kalau tidak ada Dafam, tidak bisa jalan ya?

B : Saya bukan bilang tidak bisa jalan. Tetep bisa jalan, hanya saja barang kali ya mungkin bisa dijadikan tidak berkontribusi terlalu banyak karena apa ya bahasanya ya, jalan ya jalan. Tapi enggak selayaknya.

A : Karyawannya ada berapa disini?

B : 15

A : Terus aktivitas hotel sehari-hari, misalnya pagi hari ada briefing, terus malam ada rapat eval, atau gimana?

B : Enggak, cukup satu kali aja dalam satu hari.

A : Satu kali ini ngapain? Briefing pagi hari itu?

- B : Iya.
- A : Jam berapa?
- B : Jam 8.30
- A : Visi misi hotel nanti ada file nya?
- B ; Mungkin nanti bisa dilihat di setiap pojok hotel.
- A : Organisasi hotel, strukturnya menurut Bapak itu mungkin ada yang kurang atau gimana?
- B : Untuk hotel sekelas ini sudah cukup
- A : Terus mungkin ada masukan misalnya ternyata ada divisi apa sebenarnya gak perlu atau bisa digabung dengan divisi lainnya?
- B : Disini divisinya hanya ada room doang.
- A : Oh jadi memang seperti itu ya?
- B : Iya cukup satu itu.
- A : Terus yang ditawarkan, dijual oleh hotel Cempaka ini?
- B : Eh kita semuanya ada, termasuk paket meeting, paket perkawinan, paket ulang tahun, disamping kamar ya. Semuanya ada.
- A : Terus pesaingnya yang sama-sama bintang tiga?
- B : Bintang Mulia, Panorama, sama Royal.
- A : Kenapa kok itu pesaingnya?
- B : Karena satu level, setara, ratingnya itu setara.
- A : Yang menyebabkan dia menjadi pesaing gitu? Apa?
- B : Bukan pesaing sih, itu kalau di sekolah kita itu satu kelas.
- A : Ehm, mungkin kalo kelebihanannya dari ketiga hotel ini yang lebih dari hotel kita ini?
- B : Ehm, masing-masing hotel punya kelebihan masing-masing, kalau misalkan Bintang mulia dia berada di tengah kota, kalau Royal itu juga hampir di tengah kota. Kalau kita punya tersendiri.
- A : Gitu ya? Kalo yang Panorama?

- B : Panorama di kota juga, cuman sudah, ibaratnya orang sudah tau.
- A : Sudah lama ya? Ini ketiganya juga sudah lama?
- B : Eh, Panorama yang paling lama. Dan kita yang paling belakangan.
- A : Segmen konsumennya siapa saja?
- B : All
- A : Terus target konsumennya dari mana? Maksudnya luar kota atau mana gitu?
- B : Khususnya Jawa Timur, yang dominan itu dari Surabaya
- A : Misalnya Bapak ini menentukan konsumen, misalnya saya ini nginep disini, terus menentukan saya termasuk dalam segmen yang mana itu darimana Bapak liatnya?
- B : Saat datang itu ditanya, punya coorporate gak? Kan kita setiap hari itu nawari coorporate, kalau dia gak punya coorporate lalu kita tawarin non coorporate, kalau gak dari perusahaan. Kalau dia dateng go show, kita anggep sebagai walking guest.
- A : Gitu? Berarti bukan dilihat dari tipe kamar atau apa ya?
- B : Bukan, itu biasanya kalau dia reservasi by phone biasanya ditanya seperti itu. Kalau dateng kesini tetep kita operin ke yang itu, cuman kita anggep kategorinya yang go show.
- A : Caranya perusahaan agar dapat segmen konsumen baru gitu?
- B : Kita create market baru, kita kan jualnya offline sama online.
- A : Offline cara jualnya gimana?
- B : Sales call, sales fisit, telemarketing
- A : Peluangnya buat dapet konsumen baru di masa depan kira-kira gimana?
- B : Kita musti berani bikin sesuatu yang baru apa yang belum ada di Jember
- A : Yang membedakan hotel ini sama guest house atau losmen atau apa gitu, apa?
- B : Fasilitas

- A : Itu aja.
- B : He'e
- A : Terus menurut Bapak hal yang paling diminati konsumen dari hotel ini?
- B : Hotel ini unitnya dengan yang lain, kita memang berada di pinggir kota, agak jauh. Yang sering itu, kita punya kolam renang indoor. Itu adalah unitnya sini. Kalaupun tadi kita bilang punya paket wedding paket pernikahan, kita punya ballroom yang terbesar di Jember.
- A : Ballroom terbesar?
- B : Iya, untuk hotelnya ya.
- A : oh itu ya. Misalnya nih ada konsumen yang cacat atau butuh kebutuhan khusus, itu ada pelayanan tersendiri gak?
- B : Sejauh ini sih belum, belum ada. Cuman biasanya kan, ya maaf, orang sudah bawa peralatan sendiri.
- A : Oh sudah dari keluarganya ya?
- B : He'e. Iya kita sering terima kok, tapi biasanya peralatan ya dari keluarganya sendiri.
- A : Terus yang bertugas cari konsumen baru itu siapa?
- B : Saya sama Mbak May.
- A : Terus, ehmm.. segmen konsumen yang paling loyal sama hotel ini?
- B : Online
- A : Online? Terus maksudnya segmen konsumen cooperate, bisnis, family, atau apa..
- B : Setelah online, lalu cooperate, setelah itu work-in.
- A : Menurut Bapak seberapa besar sih resiko berpindahnya konsumen ini ke hotel lain?
- B : Ehm, presentase maksudnya?
- A : Boleh.
- B : Eh, kadang mereka itu gini lo, kalau tamu di hotel itu, nanti simpulin aja ya, dia akan pindah. Dia akan ngetes. Begitu pelayanannya bagus,

dia akan loyal. Kalau pertama dia merasain gak naman, jarang balik lagi. Jadi yang menimbulkan seseorang loyal atau gak, itu bukan di pricing, tapi di servicing.

- A : Oh jadi tergantung orangnya sama pelayanan pertama yang didapat ya?
- B : Kalo produk gak terlalu
- A : Produk rata-rata sama soalnya ya? Nah inovasi kayak yang bapak tadi bilang, inovawsi di hoterl ini apa yang mau ditampilkan di masa depannya? Yang paling baru, atau paling beda di kota Jember ini.
- B : Saya sudah koordinasi sama owning, khususnya koko Benaya dan Bapak sedang mau buat waterboom di belakang, jadi nanti jadi satu kesatuan nanti hotel ini sama rekreasi. Sedang dibangun, jadi satu kesatuan, satu konsep, one step.
- A : Waterboom ya? Ini sudah mulai jalan?
- B : He'e. Sudah. Mulai jalan proyek, ehm perkiraan menjelang tahun baru sudah jadi.
- A : Sebentar lagi berarti ya?
- B : Betul.
- A : Terus yang diinginkan konsumen tapi belum ada disini ini apa Pakn?
- B : Yang diinginkan konsumen itu transportasi.
- A : Transportasi?
- B : Umum, saya mesti koordinasi dengan dinas terkait. Mbak lihat sendiri ada, kalau kesini mesti punya kendaraan pribadi. Taxi disini on call, gak standby.
- A : Oh gitu ya? Transport, terus apa lagi?
- B : Sudah itu aja
- A : Terus cara yang dilakukan untuk mempromosikan hotel ini?
- B : Saya banyak di sosmed.
- A : Sosmed ya yang paling menonjol ya. Terus apa lagi?
- B : Koran, media lokal, media cetak. Karena kita juga ini, di group kita punya namanya e-commerce, dia memasarkan keseluruh Indonesia.

Kita juga punya PR corporate, dia juga harus memasarkan ke seluruh perusahaan. Dan itu bukan hanya kita, tapi semua unitnya Dafam di pasarkan. Jadi kita ada kantor pusat, ada kantor cabang, dan unit. Jadi tiga ini yang punya kontribusi banyak untuk memasarkan hotel ini.

A : Oh gitu ya. Nah ini, apa sih yang ingin ditingkatkan lagi dari produk atau jasanya dari hotel ini?

B : Kalau fisik sih gak ada ya. Gak ada, ya kita cuman pengetahuan sama skill daripada employee.

A : Nah maksudnya nih employeenya mau ditingkatkan gimana?

B : Musti multitalent

A : Multitalent yang kayak gimana misalnya?

B : Ehm, seorang reseptionis dia gak musti jadi itu aja, barang kali dia bisa jadi tenaga all time, tenaga house keeping, tenaga sales. dia msuti tau semua.

A : Terus menurut Bapak ini apa hotel ini sudah mampu menyediakan apa yang dibutuhkan konsumen?

B : Sudah

A : Sudah semua ya? Nah terus misalnya ada mau melakukan perbaikan pelayanan, atau perbaiki produk, itu apa aja ya?

B : Training

A : Ini ada training tiap bulanan atau gimana

B : Tiap minggu

A : Oh tiap minggu ada training? Yang di training siapa aja Pak?

B : Ehm, semuanya. Karena saya yang training langsung.

A : Oh tapi kayak sales manager gitu apakah enggak ya?

B : Semuanya saya training secara terpisah.

A : Oh training juga ?

B : Iya

A : Yang bagian training cuma Bapak sendirian? Divisinya Bapak cuma satu orang?

- B : Iya
- A : Rata-rata disini kan ada 15 orang, terus mereka punya jabatan, ehm divisi satu-satu? Apa ada satu divisi yang banyak?
- B : ehm di hotel ini kan cuman ada saya, accounting, house keeping, front office, itu doang.
- A : Oh jadi ada kayak house keeping gitu, ada anaknya lagi berapa gitu ya?
- B : Betul, house keeping ada anaknya, engineering ada anaknya, front office juga ada anaknya.
- A : jadi yang gak ada anaknya cuman Bapak sama Mbak May?
- B : Betul
- A : Sama accounting?
- B : Accounting ada satu
- A : oh accounting ada juga. Terus msialnya performa dari perusahaan ini ada memiliki pengaruh yang kuat sama bisnis ini?
- B : Jelas sekali.
- A : Kan biasanya perusahaan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, nah kira-kira kebutuhan pelanggan macam apa yang pernah ada, atau bakalan ada kedepannya?
- B : yang belum ada itu, saya belum dapat marketnya orang Eropa ya. Saya belum tahu orang datang gak ya kesini. Yang saya tahu orang Eropa itu banyak datang itu ke Bondowoso sana, kenapa gak bisa datang ke jember, padahal Jember juga punya alam yang gak kalah gitu. Hanya ini yang belum.
- A : Terus Bapak nih, jenis produk atau jasa apa yang dapat disesuaikan dengan jenis kebutuhan pelanggan? Apa misalnya? Maksudnya jenis jasa, misalnya jenis kebutuhan orang khusus, jadi pelayanannya kita bisa menyesuaikan, kebutuhannya kita bisa menyesuaikan.
- B : Produk yang khusus, saya mesti koordinasi dengan dinas pariwisata, saya musti buka satu promotion tapi tidak hanya mempromosikan hotel ini, tetapi juga harus mempromosikan Jember. Dengan hal ini adalah terkait dengan gaerah yang ada di sekitar sini. Dan itu memang sangat membantu kalau bisa di support oleh dinas pariwisata, karena

apa dunia hospitality itu gak akan ada matinya, cuman kalo kita gak create gak akan pernah ada.

- A : Oh iya. Terus di hotel ini pernah ada gak masalah yang cukup ribut gitu dari konsumen?
- B : Gak terlalu, cuman ada masukan aja sih, seperti yang saya sampaikan tadi itu, transportasi umum, lebih ditingkatkan lagi pelayanannya. Cuman mereka tidak menyampaikan secara spesifik nyampaiannya. Yang krusial mudah-mudahan tidak pernah ada ya.
- A : Terus yang transportasi umum itu terus dari pihak hotel itu gimana?
- B : Saya sudah koordinasi dengan driver bandara, akhirnya driver itu punya nomor teleponnya, pada saat butuh saya tinggal calling orangnya.
- A : Oh gitu ya. Terus apa ada harga khusus dari pelayanan tersebut?
- B : Enggak juga. Kita kan punya harga khusus itu cuman setiap bulan kita punya promo.
- A : Oh promo aja ya. Terus kira-kira konsumen itu sering puas atau lumayan banyak komplain, meskipun cuma kecil-kecil gitu komplainnya?
- B : Ehm, masukkan yang ada ya, komplain besar gak ada.
- A : Oh masukan kecil gitu ya. Terus kalo dilihat dari desain ini, apakah desain ini cukup memuaskan konsumen?
- B : Sejauh ini, oke oke aja ya. Kalaupun mereka paling banyak mengeluhkan hotelnya jauh. Gimana gak mungkin saya pindah ke kota..
- A : Iya juga sih, hehe.. terus ada gak sih pengaruhnya desain ini sama kepuasan pelanggan?
- B : Gak terlalu
- A : Terus ada gak, desain yang merupakan permintaan dari pelanggan gitu?
- B : Gak ada
- A : Gak ada ya? Ini setiap kamar ini desainnya sama semua?
- B : Iya sama, cuman suite yang beda, beda ukuran sih.

- A : Terus yang dilakukan untuk meningkatkan dari desain ini?
- B : Desain sih kita baku ya, desain itu kan dibuat saat proyek sudah jalan, jadi ketika hotel sudah jalan gak perlu lagi kita buat perubahan.
- A : Mungkin perlu tambah apa, tambah apa gitu?
- B : Jarang sih, kecuali kalo renovasi total.
- A : Terus menurut Bapak tanggapan yang muncul dari konsumen tentang hotel ini, kira-kira gimana sih?
- B : Nilainya kalau saya rating in, 7 ke atas. Artinya puas ya, melebihi cukup. Itu overall ya.
- A : Nah terus kan kedepannya brandnya juga pasti tambah bagus ya? Kira-kira mau naikin harga atau gimana?
- B : Ehm, bukan itu salah satu penyebab naiknya harga sebenarnya. Kita bisa membuat harga berubah itu sebenarnya karena tuntutan ya, tuntutan dalam arti kalau pemerintah setiap tahun baru, dia pasti menaikkan upah. Pengusaha untuk ngimbanginnya gak mungkin dong harga diturunin, gak mungkin dong harga tetap, jadi kita mensupport apa yang menjadi kebijaksanaan pemerintah. Jadi setiap satu tahun upah provinsi atau satu kota itu naik.
- A : Naiknya samapi berapa persen?
- B : Upah itu naiknya paling tinggi sampai 15%. Kita ambil upah terendah ya, karena kita menganut asas itu. Habis itu kenaikan daripada sembako, karena
- A : Kalao harga kamarnya sendiri?
- B : Jadinya kita ngikutin perkembangan secara persentase.
- A : Setiap tahun pasti naik?
- B : Kalau kebijakan pemerintah, setiap awal tahun pasti naik. Upah minimum satu kota itu pasti dinaikkan.
- A : Meskipun misalnya nih, bukanya baru bulan Desember, jadi bulan Januari mau nggak mau harus naik?
- B : Kalau bulan Desember, kita sudah pikirin untuk bulan depan.
- A : Oh jadi gimana?

- B : Jadi kita ambil langkah teraman, naik 15% dari harga yang sudah kita set up, itu sudah aman sekali.
- A : Oh gitu ya, terus berarti harganya itu macem-macem ya. Berdasarkan tipe kamar ya.
- B : Betul
- A : Harganya itu berapa Pak?
- B : Kalau tamu yang datang sendiri tanpa corporate itu 325, kalau tamu itu pake corporate itu 295.
- A : Terus itu kan ada pake traveloka, agoda, atau apa itu, itu harganya semua sama atau ?
- B : Mendekati sama, karena kalau kita beda jauh kita kok mereka langsung komen ke kita, kok disana harganya segini, di sini kok segini. Paling bedanya Cuma 50 perak.
- A : Terus misalnya nih kita mau menaikkan harga, tapi biar konsumen gak lari dari hotel ini gimana Pak?
- B : Ehm, kita sih naikin harga juga sesuai dengan anu ya, dari kita juga lihat dari pangsa pasarnya kita. Kita naik juga gak langsung cus, kita naiknya pelan-pelan.
- A : Nah tadi saya tanya sama Mbak May katanya kan hotel bintang tiga rata-rata segitu semua ya harganya?
- B : He'e
- A : Nah itu berarti, kalau misalnya hotel ini mau naik, berarti hotel lain ikut naik?
- B : Kemungkinannya seperti itu. Karena tadi saya meeting tadi pagi, itu kan semua hotel se Jember. Kita juga sudah bahas, kita naik harga semua.
- A : Itu semua hotel bintang empat lima juga naik?
- B : Ehm sesuai dengan klasifikasi bintang.
- A : Terus ada gak hotel yang sama-sama bintang tiga, tetapi harganya dia itu lebih baik dari harganya sini?
- B : Adanya gini ehm, kalau harga kita buat itu adalah patokan. Artinya kita kadang bisa lebih dari harga itu. Misalnya nih harga di Cempaka

tinggal 10 kamar, mesti penuh. Kayak jual tiket pesawat gitu, bangku terakhir sama bangku pertama pasti harganya beda. Jadi harga yang kita lihat adalah harga dasar, cuman kalau tinggal sedikit harganya bukan harga itu lagi. pake harga, bar. Kita ada istilah bar. Bar itu singkatannya Best Available Rate. Jadi ada bar 1,2, 3. Bar 1 itu dipakai waktu persentase 0-40, yang bar 2 40-7-, 70-100. Begitu okupensi sudah sampai bar 2 di stop, naik ke bar 3.

- A : Itu semakin meningkat atau?
- B : Iya semakin meningkat. Bar 1 itu adalah harga terendah yang tadi kita set up.
- A : jadi misalnya nih saya mau pesan kamar, ternyata harganya sisa dua. Berarti harganya semakin mahal ya?
- B : Betul itu. Itu kalo tamu go show, itulah mangkanya kita ikat tamu pake coorporate, coorporate gak akan pernah goyang harganya. Tetep satu tahun.
- A : Oh tetep segitu?
- B : Sampe 30 Desember setiap tahunnya. Hanya tanggal 31 yang tidak ada.
- A : Kenapa kok gitu?
- B : karena kita hampir semua hotel itu melakukan black out date, semua hotel itu memberlakukan tanggal itu menjual harga publish.
- A : Harga publish nih gimana maksudnya Pak?
- B : Harga publish itu adalah harga bukan harga khusus ya, harga tertinggi setiap hotel.
- A : Oh jadi ini boleh beda-beda ini?
- B : Setiap hotel punya kebijakan sendiri untuk mengatur harga publishnya, terutama hotel chain. Harga publish itu biasanya 50% dari harga normal, di atas. Itu minimal. Misalnya harganya 325, publishnya mestinya 650.
- A : Terus dari biaya-biaya yang bisa diminimalkan apa Pak?
- B : Biaya saya hanya bisa saving cost enegy, listrik.
- A : Listrik di bagian apa itu Pak?

- B : Back office, misalnya gak dikantor AC dimatikan, lampu dimatikan, terus kalau dikatakanlah disini house keeping itu, saat mereka set up kamar, berupayalah untuk mereka tidak menghidupkan AC. Jadi Cuma saving energy yang bisa diminimalkan.
- A : Terus yang perlu dilakukan untuk menghindari komplain konsumen itu apa Pak?
- B : Memperbaiki pelayanan, sama memperbaiki produk ya.
- A : Produk disini yang dimaksud disini?
- B : Produk disini tau spreit? Kita musti ke laundry nya disampaikan, harus kebersihannya segini, keputihannya segini. Gitu.
- A : Terus ada resiko apa yang selama ini pernah muncul, antara eksternal dan internal?
- B : mudah – mudahan ngga ada ya
- A : masih belum ada ya? hehehe
- B : jangan ya jangan hehehe
- A : kalo yang kemungkinan?
- B : saya worry disini, kapasitas listriknya untuk disini.
- A : kenapa?
- B : kalo begitu listrik kota ini matinya tengah malem kan kadang solar susah ya, otomatis kalo itu energy naik. Worry nya disitu aja
- A : trus konsumen buat dapet informasi tentang Cempaka Hill ini dari mana aja?
- B : kita punya webnya www.Dafamhotel.com.
- A : web ya website. Trus apa lagi?
- B : umm kita..setiap hari kan melakukan sales call sama Mbak May.
- A : setiap hari itu?
- B : setiap hari dengan itu menambah juga tamu kontak kami. Trus hampir disetiap titik sudut yang mana kita pasang papan nama. Mungkin mbak ngga lihat ya tadi ya.
- A : litanya yang dari..mau masuk kota sini sih di tengah jalan itu.

- B : ho'o itu satu, trus begitu masuk sini juga dari arah sana juga beberapa titik.
- A : oh saya ngga liat itu. Trus alternatif lain kalo misalnya konsumen mau tanyak – tanyak? Selain lewat telepon?Kalo yang di websitenya ini bisa tanya-jawab nggak?
- B : website enggak. Mereka cuman bisa lihat
- A : kayak ngasih informasi aja?
- B : iyah he'e.
- A : jadi selain lewat telepon?
- B : iya lewat sales sale kita.
- A : gitu aja ya.
- B : he'em. Sama nama coorporate nya kita juga bisa.
- A : trus ini yang dijual disini sebenarnya apa aja sih aslinya? Oh itu kayak anu wedding apa itu?
- B : kita punya produk itu room, meeting room, sama wedding paket, sama meeting paket, sama pool, sama spa.
- A : oh spa masih ada sampai sekarang?
- B : masih ya.
- A : oh jadi mau ngga mau kalo mau menikmati jasanya harus kesini ya?
- B : he'em.
- A : ngga bisa misalnya mau spa dirumah trus orangnya yang kesana ngga bisa? Belum ada?
- B : belum ada ya.
- A : trus misalnya konsumen mau kesini tapi ngga ada transport?
- B : ee..kalo tamunya dibandara kita jemput. Kalo tamunya distasiun kita jemput.
- A : jadi bandara, terminal, stasiun.

- B : he'e sepanjang tamunya sudah reservasi duluan hari, itu disitu reservasinya dibuatin yang notetolong jemput saya gini gini gini itu kita jemput.
- A : kalo ngga ada notenya?
- B : kalo ngga ada notenya kita anggap dia ngga ada permintaan
- A : oh jadi ngga bisa jemput.
- B : kecuali kalo saat itu kita available transportasinya, kita berupaya untuk jemput. Hanya saja kita sarankan ke transportasi public lainnya ya kayak taxi tadi.
- A : kalo misalnya pake transportnya sini free?
- B : kalo sepanjang itu dipesen lewa reservasinya itu free. Yang free itu bandara sama train station.
- A : kalo terminal?
- B : kalo terminal sejauh ini sih belum ya.
- A : belum ya ada ya.
- B : belum ya. Jarang ya.
- A : jadi kalo misal minta jemput dirumahnya sapa daerah ambulu gitu ga ada ya?
- B : nda ada Cuma dua itu aja terminal sama stasiun.
- A : o terminal bandara sama stasiun?
- B : he'em
- A : trus yang ditawarkan perusahaan agar konsumen lebih nyaman beraktifitas di hotel ini?
- B : kita sebenarnya ada paket ya.
- A : paket apa?
- B : em room promonya paket kadang ee stay dua malem, eh tiga malam bayar dua malam, itu berlaku setiap weekend. Jadi checkin nya setiap Jumat, Sabtu, Minggu nya free.
- A : o gitu. Trus menurut bapak seberapa strategis sih lokasi ini?

- B : hmm..tergantung orangnya karena kalo waktu bisnis. Ini ngga strategis.Tapi buat orang yang mau liburan menikmati alam ini strategis.Jadi saya ngga bisa simpulkan.
- A : o gitu. Kalo menurut bapak sendiri?
- B : ee kalo sodara dari jember ya, strategisnya nggak terlalu.
- A : kurang ya. Trus media yang perlu diperhatikan ketika mau lebih menjangkau konsumen media apa?
- B : orang, media cetak ya, media cetak.
- A : kan disini juga ada kayak itu ya. Instagram apa gitu banyak?
- B : o kalo itu kita pake semua itu mangkanya itu saya bilang e-commerce kita hampir pake semuanya.
- A : nah itu menurut bapak yang paling menonjol yang paling menguntungkan itu bagian apa?
- B : yang paling menguntungkan adalah facebook sama twitter. Karena kita punya orang yang khusus nangani itu.
- A : oh gitu ya. Itu yang orang bagian nangani ini dia disini ato..
- B : ndak itu di Jakarta.
- A : Jakarta. Jadi dari media – media yang ada itu bisa menambah jumlah konsumen?
- B : iya, setidaknya mengetahui, oh ada hotel ini toh di Jember.
- A : trus perlu nggak nambah media lagi untuk mengembangkan bisnis ini?
- B : kayaknya kita semua media ikut.
- A : oh sudah ada semua berarti sudah ngga bisa nambah lagi?
- B : nambah apa lagi ya..
- A : semua sudah ada ya. Kayak di instagram misalnya itu uploadnya ada setiap satu minggu sekali ato setiap..
- B : hampir tiap hari..nge-tweet itu hampir tiap hari.
- A : ohh... hampir setiap hari. Nha misalnya ada konsumen yang mau kasih kritik saran lewat apa itu?

- B : kritik, ee..kita punya guess comment form, jadi begitu tamu misalkan itu menyelesaikan bill, kan ada petugas nyodorin form untuk ngisi comment. Jadi waktu tamu aan checkout kita permisi untuk isi form.
- A : trus kalo yang online ada ngga?
- B : online bisa..
- A : di websitenya?
- B : di trip advisor itu bisa.
- A : trus bisa ngga nanti misalnya saya lihat ini.
- B : buka aja trip advisor.
- A : yang fisik? Yang file?
- B : oh bisa.
- A : boleh ya?
- B : bisa.
- A : trus media yang paling menonjol, paling menjadi kelebihan dari hotel ini dibandingkan hotel – hotel lain?
- B : media hampir semua hotel sih sama ya, medianya. Kalo katakanlah ya mungkin situ lebih tau dari saya, kalo twitter kan tergantung followernya.
- A : o gitu. Trus cara transaksinya dengan konsumen?
- B : transaksi bisa offline bisa online. Bisa cash bisa transfer.
- A : debit kredit gitu ya?
- B : yak he'em.
- A : trus menurut bapak yang dilakukan hotel ini sudah efektif dan efisien nggak dari segi channelnya?
- B : channel pendistribusiannya sudah.
- A : sudah ya. Nah mengenai hubungan dengan konsumen menurut bapak itu penting ngga sih hubungannya sama konsumen? Trus gimana caranya biar saling terus terus menjalin hubungan dengan konsumen?

- B : okey. Kita tamu yang datang, otomatis kita minta nomor handphone, satu. Kalo bisa pin BB. Kalo bisa email..ee..alamat e-mailnya. Kan ee setiap hari setiap minggu kita blast.Ada beberapa kita punya promo kita blast. Kalo tamunya ulangtahun ita kirimin ucapan selamat ulangtahun.
- A : yang bertanggung jawab membangun customer relationship ini siapa? Bapak?
- B : saya sama bapak. Tapi sebenarnya semua bertanggungjawab ya,
- A : itu pelayanan untuk konsumen itu ada dua puluh empat jam?
- B : he'em.
- A : yang disini ni tapi ya?
- B : he'em
- A : ada nggak pengalaman yang kurang baik dari pelanggan?
- B : belum. Jangan ada ya.Kalo yang kritik kasih masukan sih banyak ya.Ada bilang seperti kadang air panas tidak terlalu panas.Itu sih relative ya bagi orang, kita ngga tau rasanya orang.
- A : nha kemungkinan terburuk apa yang bakal terjadi antara hubungan hotel ini sama konsumen.
- B : umm harapan saya sih jangan sampai terjadi.
- A : tapi kira – kira?
- B : ngga akan.
- A : jangan ya jangan hehehe. Nah pemasukan untuk hotel ini dari mana aja?
- B : penjualan kamar.
- A : itu aja?
- B : he'em
- A : trus misalnya modal dulu awal dari papanya ko Benaya ya?
- B : (geleng kepala)
- A : Dafam engga ya?

B : engga. Kita agreement nya 1 April,
A : satu april?
B : 2015.
A : itu diresmikan atau didirikan? Diresmikan ya?
B : ee agreement kerjasama antara Dafam sama manajemen.
A : tapi hotel ini sudah bangun kan? Sudah bangun ya?
B : sudah..jadi saya datang memulai bekerja disini ini tanggal itu.
A : bapak ini juga dari Dafam ya?
B : iya
A : dari e Jember bapak?
B : enggak.
A : darimana?
B : Sumatra.
A : oh bapak Sumatra. Terus disini?
B : in house.
A : ee sama keluarga? Keluarga di Sumatra?
B : (angguk kepala)
A : kan ini pusatnya di semarang ya?
B : he'em
A : trus kok nggak yang di Semarang?
B : tadinya saya di Dafam Pekan baru.
A : pekanbaru?
B : he'em. Trus sebelumnya saya di Dafam Banjar Baru, Kalimantan.
A : he'e, trus di tugaskan disini?
B : eee kita punya kewajiban sama perusahaan, komitmen dimanapun ditempatkan bersedia.

- A : oo gitu.
- B : nggak masalah. Jadi nggak bisa ditentukan sendiri. Kita di rolling.
- A : setiap berapa tahun?
- B : ee sekali dalam dua tahun di rolling itu maksimal. Minimal dalam setahun di rolling.
- A : berarti manajemennya kan bisa berubah – berubah terus nanti?
- B : engga. Manajemennya tetep.
- A : oo soalnya yang ngatur dari Dafamnya gitu ya?
- B : yang nentuin si A disini, si B disini itu kan ada yang nentuin.
- A : jadi ini maksudnya strategi yang bapak gunakan di hotel ini sama yang di misalnya dimana lagi? Semarang misalnya itu..
- B : sama.
- A : sama hotel – hotel lainnya yang sama – sama Dafam sama gitu ya.
- B : sama.
- A : oo..ini perusahaan kira – kira mampu nggak sih mendapatkan pendapatan lebih dari yang didapat selama ini?
- B : sudah, sudah melebihi.
- A : sudah menutup kayak kebutuhan bulanan gitu ya?
- B : Sudah.
- A : menurut bapak ni pendapatannya sudah sesuai nggak dengan kualitas yang dilakukan?
- B : hampir, hampir mendekati.
- A : seharusnya dari kualitas yang dikasik sama hotel ini seharusnya kita bisa dapet pendapatan sampai berapa sih pak?
- B : umm..kita punya budget yang sudah kita approve antara manajemen sama si pemilik. Harga saya susah ngomongnya ya. Secara presentase aja bicarannya. Saya mesti close 70% okupansi year to date. Jadi rata – rata saya musti close 70%. Itu target yang sudah kita sepakati. Itu okupansi. Secara angka dalam rupiah, maaf saya belum bisa ngasih.

- A : hehehe. Pendapatan dari hotel ini apa ada yang terancam dari hotel bisnis lain gitu?
- B : engga sih kan saya aktif sama temen – temen GM disini, kita mesti saling berkontribusi, bukan perperangan harga ni justru kita mengambil pola ngambil yang menjadi konsumsi kita masing – masing. Kita sudah mulai atur harga. Jadi nggak akan ada pelanggan ini lari sini, pelanggan bintang empat ambil bintang tiga, bintang dua ambil bintang tiga, nggak akan ada. Kita udah menyepakati itu semua.
- A : itu seluruh hotel di Indonesia memang..
- B : Ehm kemungkinan ya sama. Dan disini kan kita ada namanya persatuan hotel dan restoran Indonesia cabang Jember. Jadi kita bahas itu semua disini. Jadi nggak boleh yang bintang empat ambil tamu bintang tiga, bintang tiga ambil tamu bintang dua.
- A : Maksudnya ngambil itu gimana? Cara ngambilnya gimana?
- B : Dengan ngasih harga sama, harga bintang dua ngasih harga bintang tiga, ada kode etik gitu sih.
- A : atau bintang empat ngasih bintang lima, oh itu tidak boleh. Misalnya sampai melanggar gitu?
- B : Ya kita kan ada kontrol tiap hari, ya kan kita bisa melihat. Caranya bisa melihat kan kita, saya sampaikan ya kita ada grup antar GM, kita setiap hari tau kamar ini jual berapa hotel sana jual harga berapa, kita punya misteri contact kita telfonin sana.
- A : jadi bukan rahasia perusahaan masing – masing gitu engga ya?
- B : bukan. Bukan. Sampai kita, saya Cuma punya budget dua ratus ribu misalnya. Boleh nggak saya dapet kamar. Kalo mereka boleh kansesuatu. Kita musti commit. Iya sih nggak tertulis cuma secara..apa ya secara wise lah ya kita juga mesti jaga komitmen bersama. Itu aja

sih. Tertulis sih ita ngga sampai ya. Cuma dalam suatu forum kita bicarakan.Gitu.

A : trus perekrutan karyawan yang ngrekut siapa?

B : ee karena ini hotelnya sudah jalan sebelumnya, jadi karyawan yang sekarang yang kita berdayakan disini adalah karyawannya cempaka group

A : oo jadi bukan dari Dafam ya?

B : kita kemaren seleksi lagi saat kita dating, ya. Secara manusiawi kita hormati semuanya.Cuman secara professional mereka musti ngikutin aturan yang kita punya.

A : trus ee seleksinya tu kriterianya gimana, apa aja?

B : pertama tentu kita lihat pendidikannya,

A : pendidikan minimal?

B : SLTA. Habis iu kita lihat pengalaman kerjanya. Habis itu kita lihat skill yang ada.Yang terpenting kita liat etitude-nya.

A : trus kalo bahasa?

B : kalo itu saya pernah coba, saya ngga dapet karyawan.

A : jadi misalnya ada konsumen asing gitu?

B : saya turun. Ngga usah saya.Sekelas Aston pun ngga ada. Saya nyari ke Aston pun, saya interview mereka, sama.

A : jadi misalnya konsumennya dating tengah malem gitu?

B : saya in-house ya disini.

A : oh bapak disini. Oalah..

B : dan kejadian, sudah ada kejadiannya. Iya.

- A : besok – besok ini ada ngga sih mau rekrut karyawan baru?
- B : kalau penggantian sih ini. Itu kan gini. Dafam kan berkembang. Februari kita buka di Surabaya. Saya mesti bisa regenerasi mereka ini. Saya mesti bisa support mereka ini. Kalo mereka mau pindah, silahkan. Atas dasar rekomendasi saya. Nah tentunya saya siap pengganti. Kalo sudah cari pengganti tentunya saya sangat selektif sekali untuk urusan pengganti. Dari semua point itu saya perhatiin semua. Sampai ke bahasa itu saya perhatiin sudah. Setidaknya basic nya bahasa asing mereka punya.
- A : o gitu jadi ini semua basicnya ada?
- B : ada kalo ini semua karena ini kan terbawa dari yang awal, nah yang baru saya sudah memang filter semua untuk pengganti
- A : apa ngga mau kayak mulai di training bahasa gitu?
- B : ee di training saya tadi tu ada.
- A : trainingnya tu jadi semua langsung jadi satu gitu?
- B : ngebut tugas tetap sih, gini lo trainingnya satu jam sebelum mereka pulang, itu training. Jadi tidak mengganggu aktifitas untuk oprasional juga. Itu keesokannya kan dibagi dua. Ada bagian satu ada bagian dua. Gantian.
- A : trus pernah ada masalah yang dari karyawan sampai mengganggu konsumen gitu? Menurunkan kualitas?
- B : saya ngga suka ya masalah ya, mudah – mudahan ngga ada masalah disini.
- A : sejauh ini ngga ada ya?
- B : jangan sampai. Saya puyeng kalo banyak masalah. Mangkanya saya lebih menghindar kalo orang ngomongin masalah. Lebih enak ngomongnya kendala.

- A : trus ini tadi karyawan itu gimana sih biar meningkatkan kinerjanya selain training? Ada reward ngga?
- B : saya punishment sama reward jarang saya.
- A : oh ada semua ya. Nah reward ini pertahun atau per..
- B : engga, mesti per jam aja kalo memang saya suka saya kasih reward.
- A : oh gitu rewardnya dalam bentuk apa pak?
- B : Kalo mereka bisa target yang saya kasih, akhir mereka saya kasih target kamu harus satu hari sekian kamar, nanti saya bayar.
- A : trus kalo punishment itu misalnya?
- B : terlambat, saya kasih hukuman. Tiga kali berturut – turut saya kasih peringatan 1
- A : itu maksimalnya sampai berapa kali?
- B : ada retrimen satu, retrimen 2, sampai retrimen 3. Ke empat sudah keluar. Tapi retrimen satu itu tenggang masanya tiga bulan, selama tiga bulan dia melakukan kesalahan, dia masuk retrimen dua, tenggang waktunya enam bulan. Selama enam bulan dia melakukan kesalahan satu, masuk retrimen tiga tenggang waktunya sama.
- A : trus asset fisik yang dimiliki perusahaan itu apa aja pak?
- B : asset fisik... perlu itu?
- A : perlu sih, kalo disini catatan saya kayak computer, apa,
- B : ya alat kantor, kalo mau dikamar ya liat aja tempat tidur ini ini itu kan asset itu.
- A : trus asset fisik yang dimiliki hotel lain tapi ngga dimiliki disiniapa pak?
- B : sama ya kalo hotel ya?

- A : rata – rata ada semua ya?
- B : he'em
- A : trus kalo system pembaharuan dalam asset fisik itu?
- B : itu biasanya setelah lima tahun. Kita tinjau keefektifitasan daripada si asset itu. Masih layak pakai atau tidak
- A : pernah ngga sih coba misalnya pakai AC merek ini terus ganti merek ini biar lebih murah, selama ini sudah pernah?
- B : terbalik justru kita milih yang lebih mahal malah.
- A : oh gitu..hehehe.. kenapa pak gitu?
- B : ya mahal baik kan?
- A : o gitu jadi ngga papa biayanya pengeluarannya lebih besar tapi
- B : yang penting life time.
- A : trus yang dilakukan perusahaan untuk membantu aktifitas perusahaan? Misalnya pakai teknologi ya?Teknologi semua disini.Seberapa penting sih teknologi itu pak?
- B : seberapa penting , sesuai dengan kebutuhan manusia sekarang
- A : trus kalo menurut bapak peran asset fisik dan non fisik ini seberapa penting?
- B : sekarang itu justru asset non fisik yang menjadi satu contoh. Wi-fi tau ya wi-fi ya. Itu coba hotel ngga ada wifi, orang ngga akan datang lagi sekarang. Peranan dari pada si karyawan itu menurut saya non fisik ya, kalo fisiknya kan si karyawan itu sendiri. Kalo attitude kan non fisik. Kalo attitude nya katakanlah pencuri, perannannya tukang curi, tukang apa lagi ya. Ya ngga baik lah.
- A : hambatan yang pernah dihadapi perusahaan dalam asset fisik yang dimiliki?

- B : belum.
- A : trus caranya perusahaan mengelola teknologi yang ada?
- B : tetep pasti di servis lah. Sama kita kan kerjasa sama vendor, kita selektif untuk memilih vendor. Kan juga beberapa vendor kita itu bukan hanya dipakai disini tetapi hampir di setiap unit kita itu vendornya sama kalo untuk teknologi.
- A : Nah kalo menurut bapak ini kekuatan brand hotel ini di Jember seberapa besar?
- B : besar sih ya pengaruhnya. Yang membuat besar pengaruhnya Dafamnya.
- A : oh Dafamnya. Kenapa kok gitu?
- B : karena untuk di Jawa, orang tau akan kita semua. Begitu kita masuk Jember, kita sudah di perhitungkan sama rekan – rekan hotel disini
- A : trus cara perusahaan mengatur data konsumen, gimana?
- B : sorry?
- A : ee caranya perusahaan untuk mengatur data – data dari konsumen?
- B : kita kan ada namanya database itu kan. Jadi setiap hari itu database itu dikumpul, setiap minggu itu data base dikumpul dan dikirim ke head office, setiap bulan database juga dikumpul dan dikirim ke head office jadi kita tau sehingga siapa sih yang sering dating kesini? Siapa sih yang datang sekali trus kok ndak datang lagi. Jadi ada dari harian, mingguan, bulanan itu kita kumpulin.
- A : jadi memang penting ya data..
- B : saangat penting sekali. Dan pelanggan itu kita jadikan bukan pelanggan disini aja tapi hampir semua.

- A : trus caranya perusahaan mengeksplore strategi yang masih cuma sekedar terpikir belum anu, cara mengesplorenya gimana?
- B : sosmed tadi ya, banyak masihkah?
- A : tinggal sedikit sih pak. Aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk menjalin hubungan dengan konsumen ya yang tadi itu ya? Yang telepon apa itu.
- B : he'em he'em
- A : yang dilakukan oleh perusahaan, aktifitas luar kantor?
- B : maksudnya yang spesifiknya?
- A : kayak misalnya tadi rapat? Semacam itu?
- B : oh iya gabung sama PHRI
- A : rapat PHRI..trus sales call itu..
- B : iya..
- A : aktifitas utama yang dilakukan untuk mengembangkan bisnis? Yang paling utama
- B : ya sales call itu
- A : aktifitas yang akan ditambah dimasa depan? Untuk meningkatkan oprasional bisnis?
- B : yang ditambah?
- A : he'e
- B : ngga ada kayaknya ya. Karena kita kan sama ya. Rutinitas itu diulang – ulang sama.
- A : trus menurut bapak aktifitas yang sama ini udah efektif dan efisien ngga?

- B : hampir iya.
- A : aktifitas yang dilakukan misalnya kayak sales call itu yang tidak mudah ditiru oleh pesaingnya? Ada ya? Mungkin sales callnya caranya gimana ato..?
- B : gini..hampir semua hotel itu melakukan sales call ya. Sepertinya yang membedakan personal attachment.Dalam artian eenggak asal. Kalo orang kayak, maaf ya ada beberapa perusahaan ee..ngrekrut orang, diajarin, besok dikasih brosur masuk sana mungkin nggak. Kita ngga kaya ngga kaya gitu.Kita lebih ke personal ato ke individunya si calon client kita. Meng confirm, meyakinkan mereka dengan produk kita ngga asal. Lebih masuk ke personal attachment.
- A : terus menurut bapak kualitas dari ee aktifitas yang dilakukan ini sudah bagus atau masih bisa ditingkatkan lagi?
- B : belum maksimal. Masih banyak yang dilakukan.
- A : trus mitra kerjanya dari hotel ini siapa aja?
- B : semua corporate yang ada di Jember, semua corporate yang ada di Jawa Timur, semua corporate yang ada kaitannya Jakarta ke Jawa Timur.
- A : trus kayak sama rumah makan – rumah makan apa gitu?
- B : saya sudah ada kerjasama dengan Coffe Toffee, kerjasama sama bandara, station, taxi driver.
- A : driver ini berarti ngga Cuma satu macem kayak misalnya bluebird ato apa? Macem – macem?
- B : disini yang ada cuman taxi bandara aja, selebihnya ngga ada.
- A : mungkin ngga kerjasama sama lawan hotel?
- B : umm..kerjasamanya gini. Kalo saya trima kan, saya punya kamar 53. Tiba – tiba saya terima 60. Otomatis kan saya minus. Saya musti jaga

hubungan baik sama hotel lain. Ke hotel mana saya harus bisa titip tamunya saya. Saya musti jaga hubungan baik dengan hotel yang selevel, satu bintang sama saya.

A : trus bapak milih cari hotel, hotel itu kan macem – macem yang bintang tiga itu, nah tu bapak milih salah satu dari banyaknya hotel itu gimana?

B : ee pertama kita lihat juga jarak dari kita yang terdekat itu ya Royal, abis itu yang hampir sama harganya sama kita ya juga Royal. Harganya ya tidak beda – beda tipis gitu.

A : yang dilakukan untuk membina hubungan yang baik sama mitranya apa aja?

B : umm..corporate khususnya ya, kita tentunya lihat o perusahaan itu ulangtahunnya kapan? O si perusahaan itu ngrayain tahun baru nggak, perusahaan itu ngrayain natal ngga, perusahaan itu lebaran ngga, kita musti hafal itunya. Sampai bahkan kita musti tau, pimpinannya ulangtahunnya kapan? Kita approachnya sampai disitu.

A : mungkin ngga bisa kehilangan mitra kerjanya?

B : mungkin saja. Karena kita ngga perhatiin, sapa yang mau coba?Kan gitu.

A : trus menjalin hubungan kerjasama ini, berapa lama sudahan?

B : maksudnya?

A : sama..ee kerjasama misalnya sama Coffee Toffee atau bandara?

B : oh kita ada kontrak eksklusif, kita punya kontrak. Kontrak kita minimal satu tahun.

A : tapi ini sudah jalan berapa lama?

B : sejak Coffee Toffee ada.

- A : oh baru kan ya itu ya?
- B : baru..
- A : mungkin ngga mau nambah mitra kerja lagi?
- B : mungkin saja.
- A : kenapa?
- B : makin banyak mitra makin seneng to. Makin banyak mitra makin banyak temen, makin banyak kemudahan, makin banyak pelanggan, makin banyak temen untuk bisa mempromosikan, memasarkan,
- A : trus misalnya ada satu mitra yang misalnya agak merugikan, trus yang dilakukan?
- B : kita review. Kan tentu ada sebab ada akibatnya. Kita review dulu
- A : trus apa langsung putus hubungan gitu engga?
- B : engga sih
- A : trus biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan itu apa aja?
- B : biaya oprasional, ya buanyak to biaya oprasional, gaji karyawan,
- A : yang paling menonjol?
- B : biaya listrik
- A : listrik yang paling menonjol?
- B : gaji karyawan. Biaya oprasional selanjutnya itu adalah guess supplies namanya. Guess supplies itu adalah biaya – biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tamu selama tinggal.
- A : ada jenis biaya yang ngga bisa diprediksi ngga? Maksudnya tiba – tiba?

- B : engga kita semuanya berdasarkan budget kita sudah ada tentuin budgetnya semua.
- A : trus ada biaya yang mengancam, misalnya pengeluarannya yang satu ini lebih besar daripada pemasukan? Ada ngga?
- B : ngga akan karena kita ngga ada batasannya. Kita sudah atur di anggaran semuanya.
- A : trus biaya yang paling menentukan keberhasilan bisnis ini?
- B : ya sesuai dengan yang ditargetkan, targetnya berapa, biayanya berapa. Ada namanya budget. Ya kita based on budget. Di budget itu diatur semuanya. Saya mau dapat sekian, biayanya sekian.
- A : trus lebih penting kualitas atau harga pak?
- B : dua – duanya. Kadang juga harga nentuin kualitas.
- A : trus menurut bapak biaya yang dikeluarkan ini sudah efisien belum?
- B : sudah
- A : sudah sih itu aja pak. Iya panjang..hehehe
- B : terimakasih
- A : iya terimakasih banyak ya pak ya..

Dengan demikian transkrip yang dibuat oleh peneliti untuk kepentingan studi ini, jika hasil wawancara ini benar-benar hasil dari narasumber dan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh narasumber pada saat melakukan wawancara, maka diharapkan menandatangani transkrip ini. Terima kasih.

.....

(Mastur)

Lampiran 6 : Transkrip informan 4 (konsumen)

Keterangan :

A : Theresia Tirza / peneliti

B : Paulina sebagai konsumen / narasumber

A : Namanya sapa?

B : Paulin

A : Usia?

B : Ehm, 23 tahun

A : Asal kotanya?

B : Dari Lumajang

A : Pekerjaan?

B : Ehm, make up artist

A : Ehm ini, kapan hari kan nginep di Cempaka Hill toh?

B : Iya

A : Ehm terus yang dilakukan itu, maksudnya berlibur atau transit atau ada acara apa gitu?

B : Ehm, berlibur sih waktu itu, jadi pas pulang ke Lumajang jadi sekalian pengen nyobain ke Jember itu

A : Oh gitu?

B : He'e

A : Terus nginepnya berapa lama?

- B : Semalem sih
- A : Oh semalem?
- B : He'e
- A : Oh terus nginepnya sama sapa aja? Sama keluarga atau sama temen?
- B : Sama temen.
- A : Itu berapa orang?
- B : Bertiga.
- A : Bertiga sama cece?
- B : Iya. Bertiga sama aku
- A : Terus kalo menurut cece ya cara hotel supaya dapet konsumen baru itu gimana?
- B : Ehm, mungkin dari ini ya strategi marketingnya. Jadi dia itu pemasarannya gimana, buat menarik orang-orang itu gimana. Dari iklannya di web atau di broadcast message. Atau apa gitu poster-poster.
- A : Terus kalo menurut cece, hotel ini sudah memenuhi kebutuhan cece sebagai konsumen gak?
- B : Ehm, maksudnya gimana?
- A : Kebutuhan buat cece nginep di hotel kan pasti butuh-butuh apa di hotel gitu?
- B : Ehm, biasa sih, ya terpenuhilah ya kayaknya.
- A : Mungkin ada, kira-kira apa aja sih yang dibutuhkan konsumen dari sebuah hotel itu?
- B : yang aspti kenyamanannya ya, jadi kayak kebersihan hotel, kayak suhu ac, terus keramahan dari pegawai-pegawainya staff itu gimana.

Terus fasilitas yang lengkap, itu kayak kolam renang, terus ada waterhitter. Kayak gitu.

A : Oh itu ada semua di hotel itu ce?

B : Oh kalo kebersihan kurang ya kayaknya, waktu itu, ini aku cerita ya?

A : Iya gak papa

B : jadi waktu itu aku nginep kan, terus temenku itu nutup selambunya di atas kasur, ada jendela ada selambunya gitu, terus sama temenku itu ditutup. Terus ada kecoaknya jatuh ke atas kasur, kayak gitu. Jadi kan apa ya, kurang bersih toh. Jadi apa ya, takut-takutan, ada kecoak lagi gak ya, atau ada kotoran apa lagi yang kita gak tau. Gitu. Kan jadi kurang nyaman

A : Terus kalo fasilitas?

B : Fasilitas? Kayak AC gitu ta?

A : Iya

B : itu ac juga kurang dingin sih, gak bisa di dinginin lagi. udah mentok segitu, udah gak bisa didinginin lagi. suhu paling dingin udah segitu, gak sejuk gitu.

A : Jadi agak panas?

B : He'e, itu dikamarnya. Di lobby juga gitu, gak dingin sama sekali. Padahal kan orang biasa dateng dari parkiran, kan huu enaknya dingin. Tapi kalo ini endak, biasa aja. Gitu

A : Oh gitu?

B : He'e

A : Oh, terus kalo menurut cece apa yang ada di hotel ini yang paling beda sama hotel lain ce?

- B : Apa ya paling beda, mungkin itu ya ballroom ya. Denger-denger sih ballroomnya paling besar di Jember.kolam renangnya juga indoor, dan di Jember biasanya outdoor semua, ehm iya outdoor. Kan lebih enak ya, kadang ada orang yang takut item, apa, jadi lebih enak.
- A : Oh gitu ya, hehe
- B : Iya hehe
- A : Terus kalo menurut cece ni apa yang perlu ditambahkan di hotel ini, jadi sebagai bentuk inovasi, jadi paling beda dari hotel-hotel lain, perlu ditambah apa?
- B : Ehm mungkin ditambah tempat bermain buat anak-anak
- A : Oh disitu gak ada?
- B : Iya gak ada, kalo saya liat sih belum ada. Jadi Cuma kolam renang, tempat makan. Kan anak-anak juga kalo berlibur, kalo siang sore-sore gitu, gak ngapa-ngapain. Gak mau renang, caranya kan tempat main. Prusutan kek, atau apa itu puter-puter. Kalo buat orang tua apa ya, mungkin kayak perpustakaan mini gitu, jadi kayak di Hotel malang tuh ada buagus, perpustakaannya itu bagus buesar, tenang. Jadi kalo males keluar dari hotel itu ya bisa renang, main, diem di perpustakaan gitu. Jadi bener-bener diem di hotel, menikmati fasilitas hotel.
- A : jadi yang perlu ditambah perpustakaan sama taman bermainnya ya?
- B : Iya
- A : Nah kalo dari kinerja pelayanannya, ada yang perlu ditingkatkan lagi gak?
- B : Kinerja staffnya? Mungkin keramahannya ya. Ehm, bener gak maksudnya kalo gitu?
- A : Boleh-boleh kayak gitu

- B : Jadi waktu saya masuk itu, dia diem aja, gak disambut. Dia Cuma diem aja, gak kasi salam selamat siang kek, atau apa. Harusnya kan disambut. Selamat siang, ada yang bisa dibantu, itu enggak. Cuman dilihat, jadi ya udah saya masuk-masuk sendiri aja gitu. Soalnya sebelumnya kan emang temen saya udah check in duluan, nah ya meskipun dia mungkin udah tau, tapi kan harus ditanyain ya. Maksudnya mau ke kamar nomer berapa, atau ada yang bisa dibantukah? Jadi ya udah, saya masuk gitu aja.
- A : Oh gitu, jadi seharusnya lebih ramah gitu ya, terus ada lagi gak ce?
- B : Ehm kayaknya udah, gitu aja.
- A : Terus dari aktivitas yang dilakukan sama perusahaan itu gimana, sudah efisien dan efektif gak?
- B : Maksudnya gimana?
- A : Ehm mungkin gini, aktivitas dalam perusahaan yang kelihatan mata kan mungkin bersih-bersihnya, atau kayak tadi itu pelayanan ke customer, kayak gitu, nah itu menurut cece itu udah efektif atau belum?
- B : oh mungkin yang bersih-bersih ya, kapan hari sih aku cuman lihat satu kamar aja sih yang dibersihin. Terus apa ya, ehm apa ya.. aku jadi ngeblank. Hehehe... Jadi kayak waktu itu kan, aku mau masuk kamar toh, dia bersih-bersih. Kayak kurang ramah gitu lo, gak tau kenapa ya. Jadi kurang disambut gitu lo. Kalo aku sih biasanya nginep di hotel sama keluargaku meskipun dia bukan bersihin bukan kamarku yang mau ditempatin itu, itu nyapa.
- A : Oh jadi memang kayaknya yang banyak masalah itu di keramahan ya?
- B : iya
- A : Jadi kalo menurut cece gimana biar bisa memaksimalkan kinerjanya?

- B : mungkin di training lagi ya, terus kayak ada evaluasinya gitu lo, ada evaluasi staff-staffnya gimana. Terus kurangnya dimana itu diperbaiki, kan sayang toh karena gitu aja customer jadi kurang nyaman di hotel itu. Karena kalo hotelnya sih udah oke, tapi kalo staffnya kayak gitu kan orang jadi males ya.
- A : Oh gitu ya, terus gini. Apakah ada kebutuhan khusus dari pelanggan yang masih belum terpenuhi di hotel ini, mungkin cece ada butuh apa gitu? Kebututhan khusus atau..
- B : Ehm butuh apa ya, gak ada sih kayaknya..
- A : Jadi udah terpenuhi semua ya, jadi sudah memuaskan apa belum.
- B : ya itu tadi, tambahin fasilitas aja itu, terus bentar kalo gak di kamar mandinya itu kan biasanya lengkap ya, ada showercap, odol, shampoo, sikat gigi gitu kan. Kalo orang yang biasanya orang yang ngingep di hotel terus males ribet, biasanya mereka udah tau kalo di hotel ini pasti sudah lengkap, gak usah bawa lagi kita. Mungkin kalo yang jijikan cuman bawa anduk gitu aja kan. Nah waktu itu kebetulan aku gak bawa sikat gigi, kan biasanya di hotel-hotel sudah ada gitu lo sikat gigi. Nah tapi disitu gak ada sikat gigi, ya mungkin di tambahin sikat gigi satu atau dua gitu kan lumayan ya.
- A : Oh brati fasilitasnya dalam kamar juga kurang lengkap ya? Terus mungkin ada gak cece, ada masalah gak perlu masalah yang besar gitu, mungkin tasnya berat itu kan juga termasuk masalah ya, nah pihak hotel ada bantu apa gitu?
- B : Nah itu, sayangnya itu, jadi dari awal dia sudah gak ada, terus juga gak ada apa itu istilahnya, bellboy ya kayaknya. Jadi ya udah, gak ada angkat-angkat itu juga, angkat sendiri. Dari parkir, juga gak ada yang bantu. Biasanya kan ada ya memang gak ada kali ya. Terus masuk hotel bawa-bawa barang sendiri, gak di sapa, terus ke kamar, ketemu cleaning service juga gak di sapa, jadi bener-bener mandiri.

Hehehe.. jadi memang gak ada sih, masuk-masuk sendiri, bawa-bawa sendiri.

A : Nah terus ada masalah lain gak? Apa ya.., ada gak?

B : Ehm gak ada sih. Sayangnya aku gak telpon pihak hotel waktu ada kecoak, jadi aku harusnya tau ada masalah apa enggak, responnya mereka gimana.

A : Oh gitu ya?

B : Iya, harusnya kan gitu. Tapi enggaklah waktu itu juga udah malem, jadi males. Jadi tinggal di bersihin dikit, terus ya udah.

A : Terus cece gak coba komplain apa besoknya?

B : Yah besoknya lupa mau komplain, jadi ya udah lah.

A : Ehm terus anu gak, terus menurut cece kenapa seh kok pihak hotel itu bertindak seperti itu, bertindak enggak ramah gitu?

B : Ehm mungkin bukan salah di hotelnya, tapi salah di staffnya. Jadi apa karena males, apa karena panas itu tadi ya.. jadi bete, gak ada semangat kerja. Hehehe

A : Terus itu emangnya disana itu panas pol tah ce? Kok kayak'e daritadi itu masalahe panas gitu, emang'e sepanas apa seh?

B : Hehehe, gak panas banget seh Cuma e kan kalo kita ke hotel, pikiran'e woh sejuk, ya gak dingin ya, pokok sejuk. Setidak e ada lebih sejuk di dalem hotel, daripada di parkir. Lah ini enggak, mending keluar.. hehe

A : Masak seh?

B : hehehe, ya enggak juga seh. Haha.. gak, salah-salah, ya maksudnya kurang sejuk, gitu aja. Gak sampe panas gimana gitu.

A : Oh gitu, terus kalo menurut cece masalah desain gimana ce?

- B : Desainnya udah bagus kok, bukan kayak di Jember, kayak di Malang atau Tretes gitu. Udah bagus kok
- A : Terus mungkin ada saran ce buat desainnya?
- B : Saran buat desainnya? Ehm udah bagus sih
- A : Ehm, kalo menurut cece, brand gimana cece kasih brand ke hotel ini?
- B : Brand? Maksudnya gimana?
- A : Brand maksudnya, oh hotel ini bagus, apa apa gitu..
- B : Ehm ya hotel nya bagusm terus apa ya, desainnya bagus, gitu.. apa lagi ya.. udah lah gitu aja. Aku juga bingung mau jawab apa.
- A : Kalo di rating gitu kira-kira, berapa?
- B : Dari berapa?
- A : Dari 1-5, bintang ya
- B : Bintang, seharusnya bisa 4 ya. Kalo staffnya tadi itu, kenyamanan, kebersihan itu tadi, bisa jadi 4 harusnya ya.
- A : Kalo kenyamanannya berapa?
- B : Kenyamanan yang saya rasakan itu ya?
- A : iya
- B : Kenyamanan rating empat, kalo kebersihannya rating tiga. Ada kecoaknya itu loh, hehe
- A : Kalo harga nih ce, kalo menurut cece udah sesuai gak sih, sama apa yang cece dapatkan di hotel itu?
- B : Kalo harga, sesuai sih, kalo harga naik di tambahin fasilitas gitu baru gak papa.
- A : Oh gitu?

- B : He'e, masih sesuai kok
- A : Nah kalo menurut cece nih ya harganya, dari kualitas yang cece dapet, itu seharusnya harga segitu itu, eh bisa gak harganya lebih tinggi lagi? dengan kualitas yang sama.
- B : Dengan kualitas yang sama kemarin itu?
- A : He'e, apa mentok memang segitu?
- B : He'e, mentok kecuali mereka kayak tadi fasilitasnya ditambah, staffnya lebih ramah, atau AC lebih dingin lagi. itu mungkin bisa lah di naikkan.
- A : Oh jadi kalo sekarang ya mentok segitu ya?
- B : He'e, kalo saat itu mentok segitu dulu aja.
- A : Terus, cece pernah mungkin dapet potongan harga, a tau apa harga sepcial apa gtu?
- B : Di hotel ini> gak pernah sih, baru sekali nginep ini.
- A : Oh baru sekali?
- B : Iya baru sekali ini.
- A : Oh terus itu cece mesennya, reservasinya by apa?
- B : By internet, itu temenku sih yang menesin.
- A : internetnya ini maksudnya, cece tau gak dari websitenya hotelnya atau kan macen-macem, ada agoda, atau traveloka?
- B : Kalo gak salah sih temenku pake traveloka.
- A : Cece tau gak kenapa kok pake traveloka, kan maksudnya bisa langsung dari websitenya, soalnya kalo saya tuh kan kapan hari itu liat toh, memang di websitenya sendiri juga bisa, bisa mesen gitu loh, kenapa kok pake traveloka atau apa gitu?

- B : Kapan hari sih ngecek-ngecek di traveloka sama websitenya sendiri sih lebih murah di traveloka gitu. Lupa ya selisihnya berapa, kalo gak salah 50 ribu an. Kan sayang toh uang 50 ribu juga lumayan, cuman gara-gara daftar di webnya sendiri sama di traveloka. Mangkanya temenku juga milih mesen lewat traveloka.
- A : Terus cece tau gak proses pemesanannya itu ribet atau gimana gitu?
- B : Enggak kok, gak tau. Kayaknya gak ribet deh. Temenku juga gak ngomong, kayaknya gampang mungkin tinggal masukin nama atau apa.
- A : Tapi kalo cece sendiri gak tau ya?
- B : Gak, gak tau
- A : Kalo menurut cece nih, resiko apa sih mungkin yang bisa muncul dari konsumen dengan hotel? Resiko biasanya ya resiko terburuk.
- B : Resiko terburuk dari konsumen ke hotel?
- A : He'e, dengan hotel.
- B : Resiko dari apa ya? Maksudnya?
- A : Ehm mungkin gini, kalo di hotel ya, kalo menurut saya nih ya, tapi gak tau kalo menurut cece, kalo menurutku tuh gini ce, konsumen tuh jadi kayak bete sama hotel gara-gara kurang ramah gitu kan itu jadi resiko dari hotelnya sendiri gitu toh ce, kalo menurut cece sendiri bagaimana?
- B : hehehe... Ya itu tadi, memang beresiko memang kalo staff hotelnya gak ramah, kadang ada orang yang keras ya misal'e ya, gak kenekan gitu ngomong'e. Nah gak kenekan gitu isa ogah toh, kan males kan mau dateng kesitu itu. Kalo aku kan Cuma, loh kok gini seh. Kok gak ramah sama sekali. Tapi biasanya kayak om-om, atau A'i-a'i gitu isa

ngamuk lo kadang ya. Soale bener-bener gak dibawakno, barang e dari parkiran ke kamar itu bener gak dibawakno.

A : Oh gitu?

B : He'e. Kecuali mugnkin berkoper banyak, berkoper-koper gitu, mungkin dibawano ya. Tapi aku kemarin juga gak liak ada apa itu

A : Semacam troli gitu ya

B : Iya semacam troli gitu biasa buat koper-koper gitu gak ada seh kemaren aku liat, atau belum ada. Belum disediano atau gimana

A : Jadi resikonya kalau konsumen marah terus gak balik lagi ya?

B : He'e, takute gitu

A : Terus menurut cece hotel nih memberi kemudahan kayak gimana seh buat orang mengakses hotel ini? Biar bisa nyempek ke hotel, kemudahan apa gitu..

B : Maksudnya buat yang mendatang atau yang kemaren-kemaren yang aku tau?

A : Yang kemaren ce

B : Ehm, kemudahannya sih di sepanjang jalan raya itu udah ada kayak ikalannya, kayak poster?

A : Poster? Hehehe

B : hehehe.. bener gak sih jawabanku?

A : Bener sih. hehe

B : kayak ada petunjuknya gitu loh, cempaka hill hotel gitu

A : Oh mungkin semacam apa ya, kayak banner gitu ya yang ditaruk di tengah jalan gitu ya?

- B : He'e, itu ada sih beberapa di jalan rayanya itu ada. Tapi emang agak susah sih, tapi kan pake GPS. Untung'e pake GPS, terus memang agak jauh, jadi kayak gak nyangka kalo di jalan itu bakal ada hotel.
- A : Oh kan memang di pinggiran kan itu ya?
- B : He'e.
- A : Itu memang bener-bener plosok gitu ta?
- B : Iya, tak kira itu bakal masuk desa. Hehe.. Soale pun gak ada lampu-lampu pinggir jalan gitu, kurang terang gitu loh. Kan nakuti ya, serem jadie. Terus ya mungkin seharusnya buat mendatang, mungkin dikasih lagi arah ke cempaka hill, jadi orang tuh gak ragu, tak takut nyasar. Aduh ini bener gak, kok kayak ke desa mana, soalnya kan jalannya naik turun naik turun, menggok menggok. Agak nakuti gitu, apalagi kalo malem, ada kuburannya juga, jadi kedepannya itu dikasi arah gitu kalo menuju ke cempaka hill, jadi orang tuh yakin ini jalannya bener.
- A : Ehm emange gak ada arah e ta ce? Penunjuk arah?
- B : Ehm, Cuma di jalan raya ne tok. Terus belok kiri ke rel kereta api, itu udah gak ada lagi.
- A : Oh gitu, kalo dari rel kereta apine itu masih jauh ta?
- B : Jauh. Hehe.. Masih naik turun, naik turun. Mangkane aku takut nyasar, apa ke desa mana. Ya itu untung e pake GPS. Ternyata bener ada hotel kok.
- A : Jadi kemudahan yang diberikan itu cuman banner gitu aja ya?
- B : He'e
- A : Caranya perusahaan buat menyampaikan jasanya itu gimana ce menurut cece? Biasanya kalo hotel itu njelasin dengan harga segini bisa dapet apa, dapet kamar kayak gini, atau gimana. Terus menurut

cece itu cara penyampaiannya itu udah bagus atau endak, terus kayak gimana cara penyampaiannya?

B : Kalo yang di webnya itu udah lumayan kok, bisa menjelaskan maksudnya hotel itu ke customer itu gimana, terus ya lumayan menarik minat customer juga. Terus apa ya, mungkin brosur-brosur gitu ya, perlu jadi aku taunya sih Cuma ada web aja, sama di jalan raya ada cempaka hill cempaka hill cempaka hill gitu, udah gitu aja. Jadi kalo orang gak buka internet, ya gak tau. Ya mungkin taruk titip dimana gitu.

A : Terus cece taunya ada hotel Cempaka Hill gimana, kan cece dari Surabaya.

B : Kebetulan temenku itu pernah nginep disana, itu lo jadi itu punya temen sekolahku dulu, tapi aku ndak pernah nginep sana kan. Lah temenku ngomong disana lumayan, coba ae. Ya wes pas pulang Lumajang, skalian coba ke Jember nginep disana. Gitu

A : Oh gitu, terus Oh jadi cece kok milih hotel ini daripada hotel lain?

B : Coba-coba aja sih, kan termasuk baru ini hotel e. Jadi penasaran kayak apa hotelnya.

A : Apa aja yang cece ketahui dari hotel ini?

B : Ya itu tadi, ballroom terbesar di Jember, terus kolam renang indoor. Terus sekarang lagi musimnya tempat makan yang kece gitu kan, terus itu juga lagi bangun itu, namanya teh bridge kalo gak salah. Kayak yang di Surabaya. Jadi kayak tempat makan kece gitu.

A : Ada di hotel itu juga?

B : Disebelahnya

A : Oh uda dibangun ya?

B : Iya udah dibangun, tapi katanya menunya yang belum ada

- A : Oh menunya gak ada? Jadi belum buka ya?
- B : He'e
- A : Terus caranya, menurut cece informasinya yang diberikan itu udah jelas dan lengkap gak?
- B : Kalo di webnya ya lumayan lah ya, lumayan bisa dimengerti
- A : Terus kesulitannya cece buat dapet informasi dari hotel ini apa?
- B : Ehm gak sulit kok, cari di google aja ada kok.
- A : Oh Cuma di google aja? Jadi cece sampe sekarang gak tau ya, di instagram tweeter atau mana itu ada atau gak?
- B : aku gak tau, aku taunya the bridgenya yang ada, kalo hotelnya gak tau
- A : Oh kalo cece mau kasi saran dari media yang digunakan? Misalnya nih cece menyarankan sering-sering post di instagram atau apa
- B : Ehm ya ini, aku kan gak tau ya ada instagram atau gak, tapi kalo ada instagram ya itu ya, sering-sering di update terus, rutin itu lo, di tag-tag, jadi orang kan bisa tau, di tag ke siapa ke orang-orang gitu, di adain promo, kan orang lebih tertarik biasanya kalo ada promo.
- A : Terus caranya cece komunikasi sama perusahaan? Maksudnya komunikasi sama hotelnya.
- B : Maksudnya?
- A ; Mungkin by phone, atau apa gitu..
- B ; Oh waktu order?
- A : Iya bisa.
- B : Dari internet itu aja.
- A : Oh jadi gak komunikasi langsung ya? Kan kalo dari internet kan orangnya gak tau apa-apa

- B : Iya gak komunikasi langsung, lewat internet, terus pesen kamar, udah.
- A : Terus transaksinya lewat apa?
- B : Ehm itu transfer ke rekening yang ada di websitenya
- A : Cece tau buat transaksinya bisa lewat apa aja ce?
- B : Itu bisa lewat transfer sama cash
- A : Udah itu aja?
- B : Pembayarannya..
- A : Kenapa?
- B : Ya itu credit, cash..
- A : Credit, cash?
- B : Iya credit, cash, transfer.
- A : Terus setelah cece nginep disitu, yang dilakukan hotel itu ngapain aja ke cece, kalo biasanya kan habis nginep, selang satu bulan nanti di telpon, kapan mau ada kunjungan? Ato apa
- B : Ehm waktu itu gak ada seh, Cuma dateng itu kayak diminta, oh temenku sih, dia diminta bayar 100 ribu, buat untuk jaminan untuk kalo ada barang yang rusak.
- A : Oh ndak, maksudnya gini ce. Setelah cece pulang, selang waktu satu bulan, gak di telpon lagi atau apa gitu?
- B : Oh enggak-enggak, gak ada apa-apa. Cuma kembaliin uang 100 ribu, udah makasih gitu aja, terus gak pernah di follow up lagi.
- A : Atau mungkin gara-gara bukan cece yang pesen?
- B : Tapi temenku juga gak ada crita apa-apa sih
- A : Terus biaya yang cece keluarkan, apa aja ce?

- B : Cuma biaya kamar aja sih
- A : Mungkin biaya breakfast gitu?
- B : Kebetulan waktu breakfast itu aku bangun kesiangan, jadi aku gak breakfast di hotel. Tapi kayaknya kalo breakfast sih free ya, kecuali nambah orang ya.
- A : Terus kritik dan saran untuk hotel ini secara keseluruhan?
- B : Kritiknya ya tadi itu kamarnya ada kecoaknya tadi, brati kurang bersih, mungkin jendelanya kurang rapet ato gimana.
- A : jadi kebersihan..
- B : Terus pekayanannya tadi
- A : He'e
- B : Kan bahaya juga orang masuk gak di reken, tiba-tiba masuk gitu. Terus kenyamanannya ya itu AC di lobby sama di kamar
- A : terus ada lagi gak?
- B : Fasilitasnya kayak tempat bermain dana perpustakaan aja sih
- A : Oh jadi pendapat cece tentang hotel ini ya kurang lebih kayak tadi itu ya.. mungkin ndak kalo di lain waktu cece nginep disini lagi?
- B : Mungkin kok, mungkin mungkin.
- A : kenapa?
- B : Soalnya seharusnya tempatnya enak sih, Cuma ya gara-gara orangnya kurang ramah, tapi seharusnya masih bisa
- A : Oh gitu, kalo dari kualitasnya gimana secara keseluruhan?
- B : Kualitasnya ya oke lah
- A : Kalo di nilai dari 1-100?

- B : kualitas hotelnya 70 lah
- A : Terus kalo apa aja seh yang cece lakukan dari pertama nyampek disana, maksudnya yang dilakukan oleh staffnya sana, kalo tadi cece cerita tadi cece dateng mereka gak ngapa-ngapain, jadi cece dateng gak ada yang bukain pintu atau apa gitu?
- B : Gak, gak ada apa-apa.
- A : Jadi sendiri?
- B : Iya semua sendiri.
- A : Terus puas gak sama hotel ini?
- B : Ya puas lah, Cuma pelayanannya aja kurang puas. Tapi kalo sama hotelnya puas, bentuknya desainya bagus juga
- A : kalo 1-100 tingkat kepuasannya berapa ce?
- B : Tingkat kepuasan dari hotelnya atau staffnya?
- A : Semuanya
- B : Oh semuanya? Ya 70 itu tadi
- A : Oh 70,iya udah ce gitu ae. Thankyou ya
- B : Oh iya thankyou.

Dengan demikian transkrip yang dibuat oleh peneliti untuk kepentingan studi ini, jika hasil wawancara ini benar-benar hasil dari narasumber dan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh narasumber pada saat melakukan wawancara, maka diharapkan menandatangani transkrip ini. Terima kasih.

.....

(Paulina)

Lampiran 7 : Triangulasi

Indikator	Owner	Sales Manager	General Manager	Konsumen	Validitas	Analisis
Siapakah Dafam itu?	Dafam itu manajemen perhotelan yang mengatur hotel Cempaka Hill Jember	Operasional, yang mengatur hotel ini	Manajemennya		Valid	Dafam adalah manajemen yang mengatur operasional secara keseluruhan dari hotel Cempaka Hill
Kontribusi apa yang diberikan oleh Dafam?	Dafam mengurus segala sesuatu yang ada di hotel Cempaka Hill	Kontribusinya banyak karena Dafam adalah operator manajemen perhotelan. Sehingga dengan kekuatan link yang besar, maka sales dan marketingnya akan lebih bagus, karena Dafam ahli dibidang itu.	Dafam ada dimana-mana, sehingga dapat menjual ke banyak tempat. Dan jika tidak ada Dafam, maka hotel ini tidak berjalan dengan selayaknya.		valid	Dafam yang mengatur segala sesuatu dari hotel Cempaka Hill, Dafam juga banyak membantu pemasaran karena Dafam merupakan link yang cukup besar di Indonesia
Berapa jumlah karyawannya?	15 orang	15 orang	15 orang		Valid	15 orang
Aktivitas sehari-harinya seperti apa?	Setiap pagi ada briefing dan training	Selalu ada training dan refresh	Setiap pagi ada briefing jam 08.30		valid	Ada kegiatan briefing setiap hari
Apa permasalahan yang ada pada struktur organisasinya?	Sejauh ini tidak ada apa-apa, sudah sesuai	Sudah sesuai semuanya	Sudah sesuai dan memenuhi kebutuhan		valid	Sudah sesuai
Produk atau jasa apa yang dijual oleh hotel ini?	Jual kamar dan fasilitasnya	Kamar	Paket meeting, paket pernikahan, paket ulang tahun, dan kamar	Kamar dan fasilitas yang ada.	valid	Hotel beserta fasilitasnya
Siapa saja pesaingnya yang sama di bintang 3? Mengapa?	Bintang Mulia dan Royal	Bintang Mulia dan Royal. Karena hotel tersebut berdiri lebih awal	Bintang mulia, Panorama, dan Royal. Karena hotel tersebut berdiri lebih awal dan lebih awal dikenal, dan juga memiliki letak yang lebih		valid	Bintang mulia dan Royal karena letak dan waktu berdiri yang lebih awal

			strategis			
siapa saja target segmen konsumennya?	Semua segmen	Ada leisure, corporate, semua di ambil	Semua segmen	semua.	valid	Semua segmen
Bagaimana cara menentukan bahwa konsumen termasuk dalam salah satu segmen yang ada	Lihat dari corporate atau bukan, kalau bukan termasuk dalam go show	Dengan melihat reservasi menggunakan apa, jika reservasi dari satu perusahaan tertentu maka akan dikategorikan sebagai corporate	Dengan menanyakan berasal dari perusahaan mana, jika tidak ada perusahaan maka dikategorikan sebagai non corporate yaitu walking guest.		valid	Dengan melihat apakah dari corporate atau bukan, jika bukan maka termasuk dengan go show atau walking guest
Bagaimana peluang untuk mendapatkan konsumen baru di masa yang akan datang?	Cukup bagus	Cukup baik, dan akan di dominasi oleh corporate dan online	Baik tetapi harus membuat sesuatu yang berbeda di kota Jember		valid	Cukup baik
Bagaimana cara untuk mendapatkan konsumen baru?	Sales call setiap hari, buat market baru, jual offline dan online	sales call setiap hari	Create market baru, jual online dan offline, sales call, sales visit, telemarketing	Dari strategy marketing, bagaimana hotel menarik konsumen. Bisa lewat website atau brosur.	valid	Sales call setiap hari
Apa yang membedakan hotel ini dengan guest house atau losmen?	Fasilitas, kamar, parking area, semua beda	Kamar, parking area, fasilitas, suasana	Fasilitas		valid	Kamar dan fasilitas
Hal apa yang paling diminati konsumen, sehingga konsumen memilih untuk menginap di hotel Cempaka Hill?	Fasilitas dan suasana, kebersihan	Kebersihan, ketenangan	Kolam renang indoor, paket pernikahan, ballroom terbesar	Hotelnya bagus dan baru.	valid	fasilitas dan kebersihan
Apakah ada pelayanan khusus untuk konsumen dengan kebutuhan	tidak ada, tetapi pasti dibantu, ketika konsumen membutuhkan apa pasti	Tidak ada, selain layanan antar jemput	Tidak ada, karena biasanya sudah dipenuhi oleh keluarga dari konsumen itu sendiri	tidak ada.	Valid	Tidak ada

khusus?	dibantu					
Apakah ada konsumen yang loyal dengan hotel ini? Mengapa demikian?	Ada	Ada corporate, karena kota Jember merupakan kota bisnis sehingga paling banyak adalah konsumen yang berbisnis	Ada, yang pertama adalah dari online, corporate, dan work-in		valid	Ada, paling banyak adalah corporate
Siapa yang bertugas mencari konsumen baru?	Pihak Dafam, sales manager	May sebagai sales, dan semua berpeluang untuk mencari tamu	Mastur sebagai general manager dan May sebagai sales manager		valid	Sales manager yang paling bertanggung jawab
Seberapa besar resiko berpindahnya konsumen ke hotel lain?	Lumayan besar, konsumen terkadang bosan dan mencoba yang baru	Konsumen biasanya mencoba sesuatu yang baru, tetapi jika dia mendapatkan pelayanan yang baik maka dia akan loyal	Tergantung, biasanya orang akan mencoba hal yang baru. Sehingga kalau service kurang baik, maka kemungkinan besar dia akan berpindah ke hotel yang baru, maka yang menentukan hilangnya konsumen bukan price tapi service	tergantung dengan pelayanan yang diberikan dan seperti yang saya lakukan yaitu mencoba hotel baru.	valid	Cukup besar, karena konsumen sering mencoba hotel baru. Tetapi jika pelayanannya baik, maka konsumen juga akan loyal.
Inovasi apa yang terus dilakukan oleh hotel Cempaka Hill?	Pelayanan	Pelayanan, maka sering diadakan training dan refresh untuk human resource. Fasilitas dan kebersihan yang terus ditingkatkan.	Akan membuat waterboom, sehingga jadi satu kesatuan dengan rekreasi dan juga pelayanannya		valid	Pelayanan dan akan membuat waterboom
Hal apa yang diinginkan konsumen, tetapi belum tersedia di hotel ini?	Selama ini sudah bagus	Untuk sementara ini sudah terpenuhi semua.	Sudah semua, hanya transportasi umum masih sulit	Sudah, tetapi bisa ditambah fasilitas dalam kamar, taman bermain, perpustakaan.	valid	Sudah baik, ditambah beberapa fasilitas saja
Cara apa yang dilakukan untuk mempromosikan hotel ini?	Sales call, booking online, media sosial	Sales call dan mengikuti acara yang memang dapat membantu	Paling banyak dilakukan dengan media sosial. Dibantu oleh e-commerce	promosi lewat internet dan iklan di jalan	valid	Sales call, media sosial, dan PR

		hotel ini dan media sosial	yang memasarkan ke seluruh Indonesia, dan PR yang memasarkan di perusahaan.			
Hal apa yang ingin ditingkatkan lagi dari hotel ini?	Pelayanan	Pelayanan.	Untuk fisik, tidak ada. Yang perlu adalah pengetahuan dan skill untuk pelayanan	Fasilitas, pelayanan, keramahan, kebersihan.	valid	Pelayanan dan skill karyawan
Apakah hotel sudah mampu menyediakan yang dibutuhkan oleh konsumen?	Sudah	Sejauh ini sudah	Sudah.	Sudah.	valid	Sudah memenuhi
Apakah performa hotel ini memiliki pengaruh yang besar terhadap bisnis ini?	Pasti	Iya pasti.	Jelas sekali		valid	Sangat berpengaruh
Apakah sudah memikirkan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam?	Sudah	Pastinya iya, dan akan terus memperbaiki hotel ini. Dengan menambah fasilitas juga bisa.	Sudah terpikirkan mengapa ada target market orang Eropa yang belum pernah ke sini, maka mulai memikirkan caranya.		valid	Sudah
Apakah ada harga khusus untuk memberikan pelayanan kepada yang kebutuhan khusus?	Tidak, hanya ketika ada promo	Tidak ada kecuali harga promo	Tidak ada, kecuali ada promo	tidak	valid	Tidak ada harga khusus kecuali promo
Apakah pernah terjadi sebuah masalah yang cukup rumit di hotel ini?	Sejauh ini masih bisa ditangani semua	Sejauh ini tidak ada, semua bisa di handle dengan baik	Sejauh ini tidak ada, hanya ada komplain sedikit paling banyak karena hotel jauh.		valid	Tidak ada masalah besar, semua bisa di handle
Kira-kira apakah ada banyak komplain dari konsumen?	Ada, masih bisa ditangani	Komplain selama ini tetap bisa di handle	Hanya ada masukan, komplain besar tidak ada	seharusnya saya komplain.	valid	Selama ini semua komplain hanya sebagai masukan
Apakah desain dari hotel ini mempengaruhi	Pasti, kalau tampilannya jelek orang	Pasti mempengaruhi karena untuk	Tidak terlalu, tetapi penting	Iya	valid	mempengaruhi kenyamanan

kepuasan pelanggan?	tidak tertarik	kenyamanan konsumen juga				
Apakah ada desain yang merupakan permintaan dari pelanggan?	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada		valid	Tidak ada
Jika ada kamar dengan desain yang lebih baik, apakah ada harga khusus?	Tidak ada, berdasarkan ukuran kamar	Tidak ada, karena sama semua	Tidak ada, kecuali beda ukuran beda harga		valid	Tidak ada kecuali beda ukuran kamar
Apa yang dilakukan untuk meningkatkan desain ini?	Memperbaiki yang rusak, jika ada.	Melakukan pemeliharaan	Tidak ada, kecuali renovasi total	Tidak ada, sudah bagus.	valid	Pemeliharaan dan memperbaiki yang rusak
Apakah desain menjadi hal yang penting?	Penting	Iya karena bagian dari pelayanan	iya	Iya	valid	Penting
Brand seperti apa yang diberikan konsumen kepada hotel ini?	Mereka cukup puas dengan hotel ini	Hotel yang cukup tenang dan hawanya sejuk	Nilainya 7 ke atas, artinya puas.	Hotelnya bagus, desainnya bagus. Bisa rating bintang 4.	valid	Cukup memuaskan karena hotelnya cukup tenang dan sejuk
Apakah akan meningkatkan harga ketika brand semakin baik?	Tidak, karena mengikuti harga pasar, bukan dari brand	Pasti ada kenaikan secara rutin, tetapi itu melihat kondisi dan situasi, melihat UMK juga. Dan melihat kondisi pasar.	Harga akan berubah ketika ada tuntutan, tuntutan dari pasar atau pemerintah. Jadi hotel akan mengimbangi harga tersebut.		valid	Tidak, karena harga akan naik ketika pasar juga naik
Bagaimana cara meningkatkan harga, tetapi tidak membuat konsumen lari ke hotel lain?	Dengan mengadakan promo dan meningkatkan kualitas	Meningkatkan pelayanan dan fasilitas, karena ketika harga naik maka kualitas juga harus naik.	Karena kita naik dengan melihat pasar, kesimpulannya kita harganya akan tetap seimbang dengan yang lain.	meningkatkan pelayanan, fasilitas, kebersihan, dan keramahan.	valid	Menaikkan kualitas dan mengadakan promo
Apakah ada hotel bintang 3 dengan harga yang lebih baik?	Ada, ketika harganya tidak sesuai dengan bintangnya yang seharusnya.	Ada yang harganya lebih murah, tetapi pelayanannya tidak lebih dari kita.	Tidak tentu, karena hotel ini memiliki harga khusus ketika jumlah kamar yang tersedia masih banyak atau tinggal sedikit. Harga dapat berubah, sehingga harganya tidak bisa terus		valid	Ada, tetapi pelayanannya tidak lebih baik dari kita

			menjadi patokan.			
Bagaimana cara perusahaan untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan?	Mengurangi pengeluaran yang tidak perlu	Meminimalkan karyawan dengan metode seperti hotel budget. Kemudian mengurangi pengeluaran yang tidak terlalu mendesak.	Mengurangi menggunakan listrik		valid	Menekan biaya listrik dan mengurangi semua keperluan yang tidak mendesak
Apa yang perlu dilakukan untuk menghindari komplain dari konsumen?	Melayani dengan baik	Memaksimalkan pelayanan, karena komplain biasanya berasal dari pelayanan yang kurang tepat.	Memperbaiki pelayanan, dan menjaga kebersihan produk.		valid	Memaksimalkan pelayanan dan kenyamanan
Resiko apa yang selama ini pernah muncul?	Hotel lain protes ketika kita sering mengadakan promo	Kalau dari sisi sales, ketika kita memberikan promo, maka hotel lain bisa protes.	Khawatir jika lampu mati, karena hotel jauh dari kota, maka susah mendapat solar	Resiko kalau konsumen marah	valid	Resiko jika sering memberikan promo maka hotel lain bisa protes. Dan juga susah kalau mati lampu.
Bagaimana cara konsumen mendapatkan informasi tentang hotel ini?	Internet yaitu media sosial dan website. Booking engine, agoda, tripadvisor.	Menggunakan segala aplikasi dan media sosial offline dan online.	www.dafamhotel.com dan sales call	internet dan informasi dari teman, dan ada iklan di sepanjang jalan raya.	Valid	Internet, segala media sosial, dan sales call
Cara apa yang dilakukan untuk mempermudah konsumen dapat menikmati produk atau jasa yang dijual?	ada antar jemput untuk konsumen	Ada antar jemput ke bandara, stasiun, dan terminal.	Ada antar jemput	Ada iklan di sepanjang jalan.	valid	Ada pelayanan antar jemput ke bandara, stasiun, dan terkadang juga dari terminal
Bagaimana cara hotel ini dapat berkomunikasi dengan konsumen, baik sesudah menginap atau sebelum menginap?	Menelepon dan memastikan apakah jadi menginap. Dan setelah itu akan terus memberikan info ketika ada promo, dan lain sebagainya.	Dengan guest comment, dan bisa juga saat check out mengobrol dengan pihak hotel.	Tetap mengkontak konsumen ada email blast	By internet.	valid	Menelpon sebelum menginap untuk memastikan, menghubungi setelah menginap ketika ada promo, melalui guest comment, dan bisa mengobrol dengan pihak hotel saat check out.

Seberapa strategis lokasi dari hotel ini?	Tidak seberapa strategis	Kurang strategis	Kalau untuk bisnis, ini kurang strategis. Tapi kalau untuk berlibur, ini cukup strategis.	Tidak startegis.	Valid	Tidak strategis
Media sosial apa yang paling menonjol dan paling berdampak terhadap penjualan kamar?	Agent yang online	Paling banyak travel agent, dan menggunakan tripadvisor, traveloka, dan sebagainya	Facebook dan tweeter.	Traveloka.	Valid	Travel agent (booking engine, traveloka, tripadvisor)
Apakah dengan media yang ada tersebut dapat menambah jumlah konsumen?	Pasti	Sangat membantu	Iya	Iya	Valid	Sangat membantu
Apakah perlu menambah media lainnya lagi?	Perlu, tapi sudah cukup untuk saat ini karena sudah ada semua	Tidak, karena semua media sudah dipakai	Tidak, semua sudah ada	Kalau ada instagram dan sebagainya, lebih baik sering di update.	Valid	Semua media sudah digunakan
Bagaimana cara konsumen untuk memberikan kritik dan saran?	Ada form guest comment dan internet	Guest comment pada saat check out	Ada guest comment dan tripadvisor	langsung komplain di hotel.	Valid	Guest comment dan bisa melalui website
Bagaimana cara hotel ini bertransaksi dengan konsumen?	Cash, debit, kredit	Kredit, debit, cash	Offline cash / transfer	cash, transfer, credit	Valid	Cash, debit, kredit
Apakah yang dilakukan hotel ini sudah efisien dan efektif dalam hal channelnya?	Efisien	Cukup efektif dan itu membantu sekali	Sudah	Sudah	Valid	Cukup efektif
Seberapa penting hubungan dengan konsumen?	Penting	Sangat penting karena dapat memberi masukan kepada hotel	Penting	Penting	Valid	Sangat penting
Bagaimana cara berhubungan dengan konsumen?	Melayani sebaik-baiknya.	Say hello, atau menanyakan kapan ada kunjungan kembali.	Secara blast, kalau ada yang ulang tahun juga mengucapkan selamat.	Internet .	Valid	Paling sering menggunakan sms dan email blast, terkadang juga by phone

		Menggunakan email atau sms blast, dan by phone.				
Siapa yang bertanggung jawab membangun hubungan dengan konsumen?	Front office	Yang berhubungan langsung dengan konsumen adalah front office dan sales.	General Manager dan sales, tetapi sebenarnya ya semuanya.		Valid	Sebenarnya semua, tetapi paling sering adalah front office
Apakah pelayanan untuk konsumen tersedia selama 24jam?	Lobby ada 24 jam	Lobby 24 jam	iya untuk lobbynya	Lobby ada 24 jam	Valid	Iya untuk lobby
Kemungkinan terburuk apa yang bisa terjadi antara hotel dengan konsumen?	Konsumen marah, dan mengatakan yang jelek-jelek	Konsumen lari ke hotel lain	Tidak ada, dan jangan ada.	Konsumen marah dan tidak kembali lagi	Valid	Konsumen marah sehingga lari ke hotel lain
Darimana saja pemasukan untuk hotel ini?	Konsumen.	Konsumen.	Jual kamar	harga kamar	Valid	Konsumen
Apakah memungkinkan untuk menambah jumlah kamar lagi?	Tidak tahu, karena tidak ada ruang lagi	Mungkin, tapi tidak tahu kapan	Tidak tahu		Valid	Tidak tahu
Apakah harga sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?	Sudah	Masih bisa jika harga di tingkatkan lagi.	Bisa, tapi harga tidak bisa mudah baik turun.	Sudah	Valid	Bisa saja
Apakah mungkin jika harga dinaikkan?	Tergantung, kadang bisa naik, bisa turun. Tergantung pasar dan seasonnya.	Harga memang setiap tahun naik 10-20%	Ada waktunya sendiri untuk naik harga.	Bisa kalau fasilitas dan lainnya juga ditingkatkan.	Valid	Mungkin, tetapi mengikuti pasar.
Bagaimana proses perekrutan karyawan?	dari Dafam	Untuk level manager, langsung dari Dafam. Kalau untuk perunitnya dapat dari Cempaka.	Karyawan dapat dari Cempaka yang lama, tetapi ada beberapa yang tidak bisa lanjut bekerja, karena kami harus profesional, sesuai dengan ketentuan juga.		Valid	Direkrut oleh Dafam

Apakah pernah ada masalah dengan karyawan sehingga menurunkan kualitas pelayanan?	Tidak ada	Sejauh ini tidak ada.	Hanya karena bahasa karyawan kurang, sehingga ketika ada konsumen asing itu mereka tidak bisa menangani sendiri, tetapi masih teratasi.		valid	Sejauh ini masih dapat di handle
Bagaimana cara meningkatkan kinerja karyawan?	Pihak Dafam	Selalu ada training dan refresh. Dan juga ada reward employee of the month.	Ada training rutin, ada punishment dan reward. Reward akan saya berikan kapanpun ketika saya mendapati karyawan kinerjanya baik.	Di training dan evaluasi	Valid	Selalu diadakan training, refresh, reward dan punishment
Aset fisik apa saja yang dimiliki oleh perusahaan?	Hotel beserta fasilitasnya	Ya bisa dilihat semua yang ada disini, seperti meja, kursi, ac, dan sebagainya.	Peralatan kantor, kamar, dan sebagainya yang ada di hotel ini.		Valid	Semua yang ada pada hotel ini
Aset fisik apa yang dimiliki oleh hotel ini, tetapi tidak dimiliki oleh hotel lainnya?	Hampir sama semua.	Rata-rata fasilitasnya sama.	Kalau hotel kurang lebih sama.	Ballroom terbesar dan kolam renang indoor	Valid	Kurang lebih sama saja
Bagaimana dengan pembaharuan aset fisiknya?	Hanya perbaikan saja.	Penambahan AC misalnya, perbaikan, atau membuat terop.	Dilihat setelah 5 tahun, masih layak pakai atau tidak.		Valid	Perbaikan dan perawatan
Apakah pernah melakukan perubahan aset fisik, agar mengurangi pengeluaran?	Tanya pada Dafam.	Tidak tahu masalah itu.	Malah membeli AC yang lebih mahal, agar kualitas lebih baik dan tahan lama.		valid	Membeli yang lebih baik agar lebih tahan lama, tidak masalah jika harga mahal
Seberapa penting peran aset fisik dan non fisik?	Penting	Keduanya sangat penting dan saling mendukung.	Sangat penting.		Valid	Sangat penting
Teknologi apa yang dimiliki perusahaan dan seberapa penting peran teknologi itu?	Penting karena menyesuaikan dengan kebutuhan orang sekarang	Teknologi yang biasanya lebih digunakan untuk pemasaran, sangat penting karena itu sangat menunjang bisnis, dan	Sangat penting dan sesuai dengan kebutuhan orang.		Valid	Teknologi untuk pemasaran, sangat penting untuk mengembangkan bisnis ini

		bisnis ini sangat bergantung juga dengan teknologi yang ada.				
Bagaimana cara mengelola teknologi yang ada?	Perawatan, maintance, dan service	Maintance.	Service, dan karena kita sangat selective dalam memilih vendor, maka kualitas juga harus baik.		valid	Maintance dan service
Bagaimana kekuatan brand di kota Jember ini?	Lumayan	Besar, karena ini adalah hotel chain	Besar karena ada pengaruh dari Dafam.		Valid	Besar karena Dafam adalah hotel chain
Bagaimana cara mengatur data konsumen?	Dari head office nanti mengolah database	Ada database dari front office, kemudian dioleh oleh sales manager.	Setiap minggu data di kirim ke head office, setiap bulan dikirim ke head office. Sehingga tahu siapa yang pernah datang, dan siapa yang tidak datang lagi.		Valid	Ada database yang kemudian akan di olah kembali dan dikirim ke head office
Seberapa penting data konsumen tersebut?	Penting	Sangat penting untuk kedepannya hotel ini juga	Sangat penting		Valid	Sangat penting
Bagaimana cara perusahaan mengeksplor ide yang belum terpenuhi?	memikirkan untuk menambah fasilitas, waterboom.	Mengadakan promo, dan mengeskplor ke konsumen, dan mencari tahu cara untuk mendapatkan kosnumen lebih lagi.	Dengan bantuan sosial media.		Valid	Dengan bantuan media sosial untuk menginformasikan lebih kepada konsumen
Aktivitas apa yang dilakukan diluar kantor?	Rapat, sales call.	Sales call	Rapat gabungan PHRI dan sales call		Valid	Sales call, dan rapat PHRI
Aktivitas utama apa yang paling berdampak untuk bisnis ini?	Pemasaran	Pemasaran	Sales call		Valid	Pemasaran
Apakah aktivitas ini sudah efektif dan efisien?	Lumayan	Sejauh ini sudah lumayan	Masih kurang maksimal	Lumayan	valid	Tidak maksimal
Aktivitas apa yang tidak mudah ditiru oleh pesaing?	Tanya pada Dafam	Sales call yang kami lakukan itu sering, dan kami sering	Kalau kami biasanya sangat selective saat mempromosikan hotel, sehingga tidak		Valid	Sales call yang sering, dan tidak asal melakukan promosi

		mendekati agent.	asal.			
Siapa mitra kerja dari hotel ini?	Pemerintah, coorporate, coffe toffe, excelso, PHRI	Pemerintah, PHRI, coffe toffe, excelso, coorporate.	Semua coorporate Jawa timur, dan yang berkaitan dengan Jakarta - Jawa Timur, bandara, stasiun, taxi driver		Valid	Pemerintah, coorporate, coffe toffe, excelso, bandara, stasiun, taxi driver, dan PHRI
Apa yang harus dilakukan untuk membina hubungan dengan mitra?	Menjaga dengan baik	Saling berkunjung.	Memberikan perhatian lebih, memperhatikan ulang tahunnya dan sebagainya		Valid	Saling berkunjung dan memberikan perhatian lebih
Apa mungkin jika nanti kehilangan mitra?	Mungkin saja	mungkin saja kalau tidak di maintance dengan baik.	Mungkin saja kalau tidak diperhatikan dengan baik		Valid	Bisa, jika tidak diperhatikan dengan baik
Sudah berapa lama menjalin hubungan mitra tersebut?	Sejak hotel berdiri	Baru, karena kami baru buka, dan coffe toffe juga baru buka 2 bulan.	Sejak coffe toffe ada.		valid	Baru
Apakah mungkin untuk menambah mitra, dengan siapa, dan mengapa?	Mungkin saja jika ada mitra kerja yang baik	Mungkin saja , dengan toko oleh-oleh, sehingga tamu tidak perlu jauh-jauh untuk membeli oleh-oleh.	Bisa saja, dengan siapa saja, karena semakin banyak mitra semakin banyak teman, semakin mudah untuk mempromosikan,		Valid	Bisa jika ada mitra yang tepat
Apabila ada mitra yang merugikan, apa yang diperbuat?	Dievaluasi dulu apakah bisa dipertahankan	Kalau masih bisa diperbaiki, ya tetap digunakan. Jika tidak, maka putus hubungan.	Di review dulu, tidak langsung putus hubungan		Valid	Kalau parah, terpaksa putus hubungan
Kemungkinan terburuk apa yang bisa terjadi ketika melakukan kerjasama denga pihak lain?	Kira-kira tidak ada	Ketika melakukan kerjasama tentu mendatangkan yang baik dan akan saling membantu antar pihak.	Tidak ada		Valid	Tidak ada, karena kerjasama akan mendatangkan hal yang baik
Biaya apa saja yang dikeluarkan oleh perusahaan?	Paling besar operasional dan gaji karyawan	Selama ini yang terbesar adalah pengeluaran untuk gaji, listrik, dan laundry	Biaya operasional, biaya gaji karyawan		Valid	Biaya operasional, listrik, gaji, dan laundry.

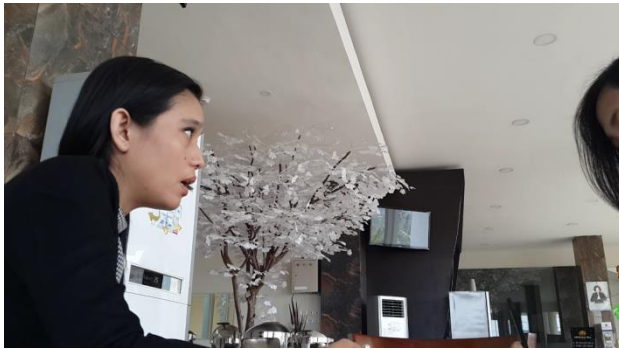
Apakah ada pengeluaran yang tidak diprediksi?	Sumbangan hari raya	Uang sumbangan natal, puasa, agustusan, dan sebagainya.	Tidak ada, karena semua sudah ditentukan budgetnya		Valid	Sebenarnya tidak ada, tetapi kadang diminta untuk sumbangan
Apakah ada pengeluaran yang mengancam yang tumbuh lebih cepat daripada pemasukan?	Tidak ada	Tidak, karena setiap bulan sudah tahu harus siap biaya apa saja.	Tidak akan, karena sudah di atur semua anggarannya.		Valid	Tidak, karena semua sudah diperkirakan
Biaya apa yang paling menentukan keberhasilan bisnis ini?	Semua berdampak	Biaya untuk kamar	Semua, dan sudah ada target. Based on target.		valid	Semuanya
Lebih penting harga atau kualitas?	Kualitas, karena kualitas jelek tamu tidak datang lagi.	Kualitas,dengan kualitas nanti dapat menentukan harga.	Dua-duanya, karena harga juga menentukan kualitas.		Valid	Kualitas lebih penting
Apakah biaya yang dikeluarkan sudah efisien?	Lumayan	Sejauh ini sudah	Sudah		Valid	Sudah

Lampiran 8 : Dokumentasi

Wawancara dengan *owner*



Wawancara dengan *sales manager*



Wawancara dengan *general manager*



Lampiran 9 : Bukti kunjungan

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Minggu, 25 Oktober 2015

Dengan hormat,

Melalui surat ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Benaya
Jabatan : Pemilik Hotel Cempaka Hill Jember
Alamat perusahaan : Jalan Cempaka No. 50, Gebang, Jember

Menyatakan bahwa mahasiswa Universitas Kristen Petra atas nama Theresia Tirza Puspita Ludianto (31412126) dari Program Manajemen Bisnis telah melakukan penelitian dan wawancara di Hotel Cempaka Hill Jember pada bulan Oktober 2015.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagai informasi seperlunya. Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,




CEMPAKA HILL
HOTEL
Managed by
DAFAM HOTELS

Benaya