

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan perekonomian dan berkembangnya industri pariwisata, khususnya dalam bidang perhotelan, maka memberikan kesempatan kepada tamu untuk memilih hotel yang ingin disinggahi. Banyaknya hotel yang berdiri, memicu persaingan yang ketat di industri perhotelan. Salah satu yang menjadi pemicunya persaingan dalam dunia perhotelan adalah karena setiap hotel berbintang maupun non berbintang berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dari segi kualitas dan kuantitasnya. Keberadaan tamu juga menentukan tercapainya target okupansi dari suatu hotel, disamping memberikan pengalaman kepada tamu dalam menikmati fasilitas hotel. Hal ini juga didukung dengan semakin berkembangnya era digital dalam dunia pariwisata turut mengubah pula peta persaingan di industri perhotelan dan restoran. Siapa pun yang punya reputasi lebih baik di dunia maya, maka akan menjadi jawaranya.

Novotel Hotel & Suite Surabaya yang berlokasi di Jalan Ngagel Surabaya merupakan salah satu hotel dibawah naungan manajemen Accorhotel, bersama-sama dengan OTA (*Online Travel Agent*) menjalin kerjasama dalam hal reservasi kamar secara online. Teknologi yang semakin canggih memudahkan tamu dalam mengakses media online secara bebas dan tanpa batas. Lewat media online tamu secara bebas dapat memberikan ulasan mengenai hotel yang mereka kunjungi. Ulasan yang diberikan akan menunjukkan reputasi dan RPS (*Reputation Performance Score*) hotel di mata tamu dan dalam kanal pencarian di media online. Penelitian ini dilakukan di Novotel Hotel & Suite Surabaya, dan data yang diperoleh untuk mendukung penelitian ini berasal dari OTA (*Online Travel Agent*) yaitu Booking.Com, Traveloka, dan Agoda, didukung juga dengan data internal dari hotel.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tolak ukur kinerja pelayanan hotel dari segi RPS (*Reputation Performance Score*) di media online yang didapatkan dari ulasan dan penilaian tamu terhadap hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menyebabkan tamu memberikan ulasan negatif adalah dari segi produk, fasilitas, pelayanan, emosional, dan manajemen. Ulasan dari tamu tidak harus dilihat sebagai hal yang negatif tetapi sebagai sumber belajar dan masukan bagi Novotel Hotel & Suite Surabaya untuk memperbaiki kinerja pelayanan dan produk yang ditawarkan. Dengan demikian, mengetahui permasalahan yang menyebabkan tamu memberikan ulasan negatif adalah sesuatu yang harus diperhatikan oleh hotel dan itu adalah tujuan dari penelitian ini. Oleh karena itu perlunya penanganan dari pihak hotel dalam menanggapi dan memberikan respon balik serta melakukan pembenahan kinerja pelayanan akan memberikan nilai sosial lebih di media online sehingga akan selalu dijadikan referensi dan rekomendasi bagi tamu lainnya yang ingin menginap, dan tentu saja reputasi hotel tetap dapat dipertahankan dan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Keyword : *Reputation Performance Score/Hotel/Kinerja Pelayanan*