

Hak Anak Dalam Prinsip Bisnis DI Industri Hotel (Studi Kasus Hotel di Kota Bandung dan Subang)

Mustika Permatasari

Politeknik Pariwisata Palembang
mup@poltekpar-palembang.ac.id

Dony Riyadi

Politeknik Pariwisata Palembang
donyr@stp-bandung.ac.id

Mega Aldora

STP NHI Bandung
megaaldor@gmail.com

ABSTRAK

Kota Bandung dan Subang merupakan tempat wisata yang menawarkan berbagai hiburan terutama bagi wisatawan keluarga dalam menghabiskan waktu liburannya. Dalam mendukung kenyamanan dan pelayanan agar wisatawan selama menghabiskan waktunya, maka perlu fasilitas pendukung mulai dari hotel dan restoran yang tidak hanya menawarkan pelayanan untuk tamu dewasa namun juga untuk tamu anak-anak. Kehadiran tamu anak-anak masih sering dianggap minoritas oleh pelaku usaha hotel. Hal ini terlihat dari beberapa hotel yang belum mempertimbangkan tentang menu anak dan fasilitas baik berupa produk maupun pelayanan yang memberikan rasa kenyamanan dan keamanan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan sampel hotel yang di Bandung dan Subang dimana tamunya adalah keluarga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa penting menu dan fasilitas anak yang dimiliki oleh pengusaha hotel di Kota Bandung dan Subang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi tamu hotel terkait pelayanan dan fasilitas hotel memiliki nilai interval > 4.21 yang berarti sangat penting. Penilaian dengan nilai tertinggi condong kepada atribut kolam renang dan taman air, kegiatan dan ruang bermain anak serta menu anak lengkap.

KATA KUNCI: Menu, Fasilitas, Keluarga dan Anak.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perhotelan di provinsi Jawa Barat Bisnis memegang peranan penting setelah Jakarta dan Bali. Dalam kurun lima tahun yaitu tahun 2013-2018, permintaan akomodasi di wilayah ini melonjak lebih dari dua kali lipat menjadi sebanyak 6 juta malam tamu (guest nights) untuk 460 hotel yang mencakup 43.000 kamar. Menurut Pengamat Perhotelan Ross Woods, laju pertumbuhan majemuk tahunan atau *compound annual*

growth rate (CAGR) hotel-hotel di Jawa Barat menunjukkan pertumbuhan sebesar 16,4 persen.

Selain itu, Ross melanjutkan, semakin ketatnya persaingan antar hotel berbintang telah mengubah preferensi pasar domestik. Terbukti, akomodasi non-berbintang ikut tumbuh dengan CAGR sebesar 8,8 persen. Tak mengherankan jika empat dari 25 besar dan tujuh teratas dari 50 kota besar di Indonesia, berada di kota-kota Jawa Barat. Termasuk Bandung, Bekasi, Depok, dan Bogor. Di kota-kota ini, tercatat lebih dari 180 hotel berbintang yang mencakup 15.000 kamar.

Kota Bandung dan Subang masih menjadi unggulan destinasi pariwisata di Jawa Barat, dan banyaknya para wisatawan berupa keluarga dengan anak-anak yang datang ke Bandung serta Subang dengan tujuan liburan. Hal ini merupakan salah satu manfaat bagi para pelaku wisata terutama hotel, untuk memperkaya dan menjalin hubungan yang lebih baik bukan hanya dengan mitra tetapi juga kepada anak-anak.

Kehadiran anak-anak yang datang berkunjung ke hotel seringkali menjadi minor prioritas oleh para pelaku usaha hotel. Banyak berbagai perusahaan di Industri perhotelan masih belum mempertimbangkan tentang hak dan keamanan anak-anak atas produk dan layanan mereka. Padahal anak-anak dari para tamu adalah tamu dan konsumen untuk bisnis mereka.

Sejumlah hotel terbilang ramah keluarga, apabila dalam adalah memastikan bahwa keluarga dan anak-anak mereka diberikan fasilitas yang memiliki tingkat kenyamanan selama berada di hotel, selain itu diperlukan pengawasan dalam penitipan anak (children care), taman bermain



keluarga, area kegiatan anak-anak dan fasilitas penitipan anak yang terlatih.

Adapun memiliki fasilitas penitipan anak yang aman, terawat dan menyenangkan adalah nilai yang didapat baik hotel dan keluarga selama berada didalam hotel. Para orang tua dapat menikmati waktu santai pada saat mereka berlibur, sehingga tamu dapat menghabiskan uang di fasilitas hotel lainnya seperti spa.

Serta dalam produk makanan yang diberikan dimana yang ditawarkan sesuai dengan harapan mereka dan apabila anak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka orang tuanya pun akan ikut puas dan memberikan peluang untuk dapat kembali ke hotel untuk waktu liburan selanjutnya.

Banyak penelitian telah mendapati bahwa kebersihan, harga, kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas dan keramahan para pegawainya dipandang sebagai penilaian dalam melakukan pemesanan kamar di hotel. Namun belum ada studi yang menganalisis apakah prosedur dalam mengutamakan kenyamanan anak yang ditawarkan oleh berbagai hotel merupakan penilaian penting bagi tamu keluarga. Peneliti berupaya untuk melihat kesenjangan dengan melakukan riset apakah kebijakan dalam mengutamakan kenyamanan anak penting bagi tamu keluarga.

Industri perhotelan sangat berperan penting dalam dunia pariwisata. Dengan adanya industri perhotelan di suatu destinasi, maka destinasi tersebut dapat berkembang menjadi lebih baik karena memperhatikan kebutuhan wisatawan yang datang. Menurut Bagyono, (2008 :1), perhotelan adalah bidang usaha yang berkembang seiring dengan kemajuan sektor pariwisata. Tuntutan para pelancong yang ingin mendapatkan produk dan layanan akomodasi yang sesuai, mendorong usaha perhotelan untuk terus meluas, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Usaha perhotelan memiliki ciri-ciri khusus, yaitu memadukan usaha menjual produk nyata hotel (*tangible product*), seperti kamar, makanan dan minuman, dengan usaha menjual jasa pelayanan (*intangible product*) seperti keramahan, sopan santun, kecekatan, kecepatan, kemudahan, kenyamanan, keindahan, keamanan dan sebagainya.

Industri perhotelan meliputi berbagai usaha lainnya seperti tempat minum (*bar*), rumah makan (*restaurant*), *guest house/homestay*, *laundry*, *kids play ground*, *gym*, dan lain sebagainya. Menurut Michael L. Kasavana dalam

American Hotel & Lodging Educational Institute (AHLEI) tahun 2017, Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamu yang menginap dimana dalam suatu hotel terdapat beberapa bagian atau departemen seperti kantor depan (*front office*), tata graha (*housekeeping*), makan dan minum (*food and beverage*), *meeting incentive convention dan exhibition* (MICE), serta rekreasi.

Adapun hotel ini didukung beberapa fasilitas yang baik dan lengkap guna memberikan kepuasan kepada para tamu atau wisatawan yang menginap di hotel tersebut.

Fasilitas hotel atau atribut hotel memiliki peran yang penting bagi tamu yang menginap. Menurut Suppa (dikutip Kelly dan Antonio, 2017) mengatakan bahwa :

“Hotel attributes matter to family travelers and found that the ten attributes were considered as important to family travelers: 1) Location; 2) Activities for kids and play space; 3) Home like characteristics; 4) Value added extras; 5) All- inclusive activities; 6) All-inclusive meal plans; 7) Swimming pools and Water parks; 8) Entertainment for the whole family; 9) Room cleanliness; 10) Friendly, helpful staff.”

Dimana pengertiannya bahwa yang atribut hotel yang penting bagi wisatawan keluarga dan menemukan bahwa kesepuluh atribut dianggap penting bagi wisatawan keluarga: 1) Lokasi; 2) Kegiatan untuk anak-anak dan ruang bermain; 3) Karakteristik seperti rumah; 4) Nilai tambah ekstra; 5) Semua kegiatan inklusif; 6) Paket makan inklusif; 7) Kolam renang dan taman air; 8) Hiburan untuk seluruh keluarga; 9) Kebersihan kamar; 10) Staf yang ramah dan membantu.

Selain itu fasilitas atau atribut hotel yang cocok untuk pasar keluarga menurut Kostková, Němčanský, & Torčíková, 2009, seperti dalam penjelasan berikut :

“for the market segment of families with children it is necessary to build hotels that will provide children with full facilities and will be prepared to meet special requirements and needs of parents and their children (Hörl, 2007)”, Lalu *“The main criterion should be a suitability of the hotel for children, childcare, facilities and offer of specialized services for children”*.

Dimana pengertiannya. untuk segmen pasar keluarga dengan anak-anak perlu untuk membangun hotel yang menyediakan fasilitas lengkap bagi anak-anak dan dipersiapkan untuk memenuhi persyaratan dan kebutuhan khusus orang tua dan anak-anak mereka.

Kriteria utama hotel harus sesuai untuk anak-anak, seperti penitipan anak, fasilitas, dan menawarkan layanan khusus untuk anak-anak (Kostková, Němčanský, & Torčíková, 2009).

Johanson (2018) juga menyampaikan bahwa :

“In restaurants children’s menu, high chairs, children cutlery and children’s prices are some of the facilities that can be provided so as to cater for children. These may also be some of the facilities that parents may be looking forward to when they go to eat out”.

Yang pengertiannya bahwa menu restoran untuk anak – anak, kursi yang tinggi, peralatan makan anak-anak dan harga makanan bagi anak-anak adalah beberapa fasilitas yang bisa disediakan untuk memenuhi kebutuhan anak – anak. Ini mungkin juga beberapa fasilitas yang orang tua menantikan ketika mereka pergi untuk makan di luar.

Tamu keluarga merupakan salah satu segmen pasar yang saat ini menjadi potensial pasar di beberapa destinasi unggulan di Indonesia. Pengertian tamu keluarga menurut Nickerson, Jurowski, Schänzel, Yeoman, dan Lynch (dikutip oleh H. M. Hamed, 2017) disebutkan bahwa :

“In the tourism industry, families travelling with kids represent one of the largest markets. They usually seek vacations and tourist activities that provide them with opportunities to relax, bond and practice a variety of recreational activities that all the family members, especially the kids, would enjoy. Several tourism firms and suppliers target families with kids as their potential tourist segment. They focus on the kids in their market research as main consumers who have a great influence on the family’s choice of vacation and tourist activities and a great impact on increasing the number of visitors and sales”.

Dalam terjemahannya bahwa dalam industri pariwisata, keluarga yang bepergian dengan anak-anak merupakan salah satu pasar terbesar. Mereka biasanya mencari liburan dan kegiatan wisata yang memberi mereka kesempatan untuk bersantai, menjalin ikatan, dan mempraktikkan berbagai kegiatan rekreasi yang akan dinikmati semua anggota keluarga, terutama anak-anak. Beberapa perusahaan pariwisata dan pemasok menargetkan keluarga dengan anak-anak sebagai segmen wisata potensial mereka.

Mereka fokus pada anak-anak dalam riset pasar mereka sebagai konsumen utama yang memiliki pengaruh besar pada pilihan liburan keluarga dan kegiatan wisata dan

dampak besar pada peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan. (2010).

Menurut Labrecque & Ricard, Rose, Boush & Shoham, Wang, Hsieh, Yeh & Tsai, Lavasseur, Yeoman, Blichfeldt, Pedersen, Johansen & Hansen (dikutip oleh H. M. Hamed, 2017) adalah :

“Kids are growing from a stage to the other faster than ever due to the sophistication they face in every aspect of life; technology, media, products, marketing campaigns and advertisements all these things are leading them to grow older and more mature than their actual age, subsequently, their needs, desires and expectations are arising to be more progressive and advanced. Kids are considered an essential market segment in many industries such as clothes, electronics, food and drink, music and games”.

Yang artinya anak-anak tumbuh dari satu tahap ke tahap lainnya lebih cepat dari sebelumnya karena kecanggihan yang mereka hadapi dalam setiap aspek kehidupan; teknologi, media, produk, kampanye pemasaran, dan iklan, semua hal ini mengarahkan mereka untuk tumbuh lebih tua dan lebih dewasa daripada usia mereka yang sebenarnya, kemudian, kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka muncul untuk menjadi lebih progresif dan maju.

Anak-anak dianggap sebagai segmen pasar yang penting dalam banyak industri seperti pakaian, elektronik, makanan dan minuman, musik serta permainan.

Menurut UNICEF, *the UN Global Compact and Save the Children* pengertian tentang *Children’s Rights and Business Principles* (CRBP) tahun 2012, Hak anak adalah hak asasi manusia yang harus diajukan, dilindungi, dipenuhi dan dijamin oleh orang tua, keluarga, komunitas, pemerintahan dan negara. Perlindungan anak-anak termasuk semua kegiatan dalam memastikan dan melindungi anak-anak dan pemenuhan hak-hak mereka untuk hidup, tumbuh, berkembang dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan martabat manusia dan perlindungan terhadap kekerasan dan diskriminasi.

Empat pilar utama dalam pemenuhan hak anak dan prinsip bisnis adalah 1. Integrasi hak anak-anak yaitu a. Kebijakan, prosedur, program, mekanisme pemantauan kebijakan, b. Sosialisasi, keterlibatan dan partisipasi pemangku kepentingan termasuk serikat anak, 2. Tempat Kerja yaitu a. Ruang Laktasi bagi Ibu menyusui, b. Menyediakan kebutuhan sehari-hari, c. Menyediakan gaji yang layak untuk menciptakan kenyamanan dan keselamatan pekerja, d. Menghilangkan pekerja anak yang

berusia dibawa 15 tahun, e. Dan jika seorang anak atau pekerja muda (24 tahun ke bawah) harus bekerja, pastikan cita-cita dan hak didengar, dibayar dengan baik, dengan karier yang baik, f. Karyawan yang dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan untuk bekerja dengan anak-anak, 3. Produk dan Pemasaran yaitu a. Mendidik, meningkatkan kesadaran, memberdayakan, b. Informasi yang baik dan sesuai untuk pertumbuhan anak, c. Iklan produk tidak menggambarkan satu kelompok, dan bentuk tubuh yang negative, d. Produk dan pemasaran tidak mengarah pada eksploitasi dan pornografi, e. Isi dan desain kamar, pelayanan yang sesuai untuk anak-anak. 4. Masyarakat dan Lingkungan yaitu a. CSR untuk implementasi dan pemenuhan hak anak (pertumbuhan, kelangsungan hidup, partisipasi dan perlindungan), b. Melibatkan anak-anak dan masyarakat di sekitar industri dalam perencanaan CSR, c. Jika seorang anak dianggap mengganggu dalam proses industri, perlakukan mereka dengan ramah dan sopan. Memastikan keamanan dan sistem keamanan yang ramah anak, d. Industri lahan kadang mengambil lahan umum yang dijadikan anak-anak untuk bermain, memastikan bahwa anak masih dapat bermain dengan aman dan bebas, e. Perusahaan menanggapi situasi krisis bencana dan mendukung pemberian Asi selama evakuasi, f. Meningkatkan dan memberdayakan industri pemasok menurut nilai visi dan perusahaan.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (dikutip oleh Fitria D, 2012), ekspektasi konsumen adalah harapan atau kepercayaan atas penyampaian jasa yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Ekspektasi konsumen dapat di pengaruhi oleh iklan, komunikasi mulut ke mulut (*word-of-mouth*), dan pengalaman terdahulu.

Faktor yang mempengaruhi ekspektasi berasal dari *personal needs* dan *lasting service intensifiers*. *Personal needs* atau kebutuhan pribadi/individu adalah suatu keadaan atau kondisi paling dasar fisik atau psikologi manusia dan faktor yang sangat penting yang membentuk apa yang konsumen inginkan dalam jasa. *Lasting service intensifiers* merupakan faktor yang stabil atau kokoh yang membawa konsumen meninggalkan kepekaan terhadap kepekaan jasa.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *explanatory* untuk mengetahui lebih dalam dan mengidentifikasi ekspektasi tamu berdasarkan pengalaman terdahulu. Pendekatan penelitian secara kualitatif dan kuantitatif. Populasi penelitian merupakan tamu yang

menginap di 3 (tiga) hotel di Kota Bandung dan Subang sehingga sampel diperoleh melalui nonprobability sampling dengan teknik accidental sampling.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan tidak secara acak, sehingga tidak setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Adapun kriteria responden yang terpilih adalah sebagai berikut : 1. Tamu Keluarga 2. Sudah menginap di hotel yang diteliti minimal 1 (Satu) kali. Ukuran sampel dalam penelitian ini melalui pendekatan Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

- n = ukuran sampel minimum
- N = ukuran populasi unit, yaitu jumlah tamu yang menginap di 3 hotel di Bandung
- e = persentase tingkat ketidakteelitian yang ditolerir, ditetapkan 5 persen

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas instrument dilakukan kepada 30 responden diluar sampel penelitian. Uji validitas instrument berdasarkan uji korelasi unit pada taraf signifikan 5 persen. Jika nilai *corrected item* total correlation (r hitung) $>$ r tabel dan nilainya positif, maka item atau butir pertanyaan pada setiap variabel penelitian dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2011). Sedangkan uji reliabilitas instrument dilakukan one shot dengan alat *test Koefisien Alpha Cronbach*. Zulfanef, (2006), menyatakan bahwa instrument penelitian memiliki reliabilitas memadai jika koefisien *alpha cronbach* $\geq 0,70$.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan *Software Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23, menghasilkan Tabel 1.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen pada Tabel 1 dapat dilakukan interpretasi bahwa: 1. Nilai r hitung setiap butir pertanyaan $>$ nilai r tabel (0,361), bermakna setiap butir pertanyaan adalah layak sebagai kuesioner; 2. Nilai *koefisien alpha cronbach* secara keseluruhan (0,876) maupun setiap instrumen melebihi batas minimum reliabilitas penelitian sebesar 0,7 yang mengindikasikan bahwa secara keseluruhan semua instrumen variabel dalam penelitian adalah reliabel (konsisten).

Tabel 1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas Instrumen

No.	Indikator	Corrected Item Total Correlation	Validitas	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Reliabilitas
1.	Lokasi yang strategis	0,864	Valid	0,846	Reliable
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	0,449	Valid	0,880	Reliable
3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	0,572	Valid	0,872	Reliable
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	0,864	Valid	0,846	Reliable
5.	Tersedia nya paket menu anak yang lengkap	0,374	Valid	0,883	Reliable
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	0,484	Valid	0,877	Reliable
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	0,864	Valid	0,846	Reliable
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	0,826	Valid	0,851	Reliable

9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	0,449	Valid	0,880	Reliable
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	0,864	Valid	0,846	Reliable

Sumber : Data Olahan Peneliti (SPSS 23, 2018)

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2016:23), Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu : 1) Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha dan para karyawan yang berkaitan dengan peraturan dan kebijakan tentang hak anak serta tersedianya fasilitas hotel dalam pemenuhan hak anak, 2) Observasi dengan memberikan tanda check list pada item-item yang berkenaan dengan fasilitas hotel untuk anak. 3) Kuesioner yang terdiri dari 100 Responden yang mengisi kuesioner merupakan tamu hotel yang menginap di hotel-hotel tersebut. 4) Dokumentasi dengan memasukkan data-data observasi dan data yang diakses melalui media internet.

Skala penilaian untuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan kategori yaitu: 1. Sangat Penting: Bobot Nilai 5; 2. Penting: Bobot Nilai 4; 3. Cukup Penting: Bobot Nilai 3; 4. Tidak Penting: Bobot Nilai 2; 5. Sangat Tidak Penting: Bobot Nilai 1.

Selanjutnya untuk memudahkan penilaian rata-rata, maka dibuat secara interval dengan membagi kelas interval sebanyak 5 kelas. Rumus Panjang kelas menurut Sundjana (2008) yaitu $(5-1)/4 = 0,8$ sehingga dapat disimpulkan interval kriteria penilaian sebagai berikut :

Tabel 2. Rentang Interval.

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Penting
1,81 – 2,60	Tidak Penting
2,61 – 3,40	Cukup Penting
3,41 – 4,20	Penting
4,21 – 5,00	Sangat Penting

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, (2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dibagi kedalam enam karakteristik meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, asal kota, tujuan datang ke Bandung, dan keterangan membawa Keluarga.

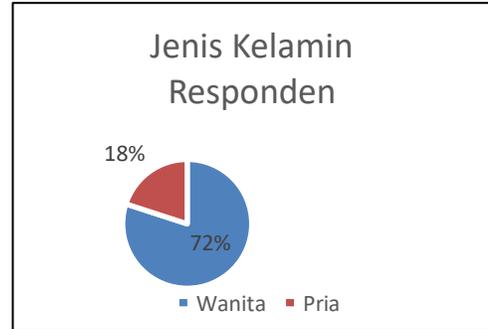
Tabel 3. Karakteristik Responden.

No.	Karakteristik Responden	
1.	Interval Usia	✓20 – 30 tahun ✓31 – 40 tahun ✓41 – 50 tahun ✓ > 50 tahun
2.	Jenis Kelamin	✓Pria ✓Wanita
3.	Pekerjaan	✓Pegawai Negeri ✓Pegawai Swasta ✓Wiraswasta ✓Lainnya
4.	Asal Daerah	✓Bandung ✓DKI Jakarta ✓Bogor ✓Bekasi ✓Tangerang ✓Luar Jawa Barat ✓Lainnya
5.	Tujuan datang Ke Kota Bandung	✓Berlibur ✓Mengunjungi sanak saudara ✓Bekerja/Bisnis ✓Berkunjung ke tempat wisata ✓Lainnya

Sumber : Data Olahan Peneliti (2018).

Berdasarkan gambar 1 terlihat jumlah responden terdiri dari 72% wanita atau 72 responden dan 18% pria atau 18 pria.

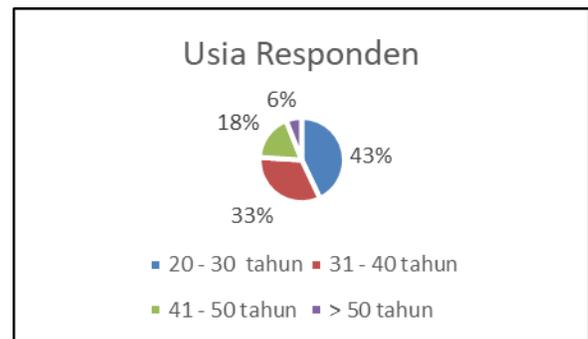
Gambar 1. Jenis Kelamin Responden.



Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Untuk usia responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 20-30 tahun dengan persentase 43%, sedangkan responden yang berusia 31-40 tahun dengan persentase 33%, responden yang berusia 41-50 tahun dengan persentase 18% dan responden yang berusia diatas 50 tahun sebesar 6%.

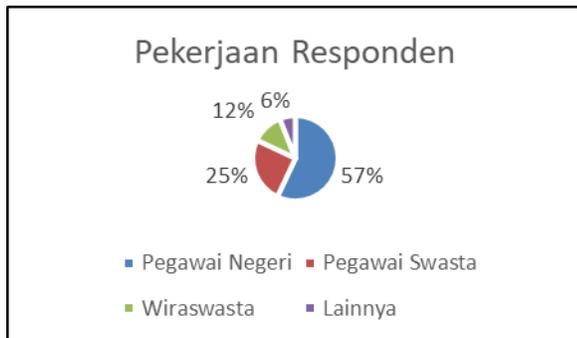
Gambar 2. Usia Responden.



Sumber : Data Olahan Peneliti (2018).

Adapun dari pekerjaan para responden menunjukkan bahwa sebesar 57% atau 57 responden bekerja sebagai pegawai negeri, 25% atau 25 responden bekerja sebagai pegawai swasta, 12% atau 12 responden bekerja sebagai wiraswasta dan 6% atau 6 responden memiliki pekerjaan lainnya.

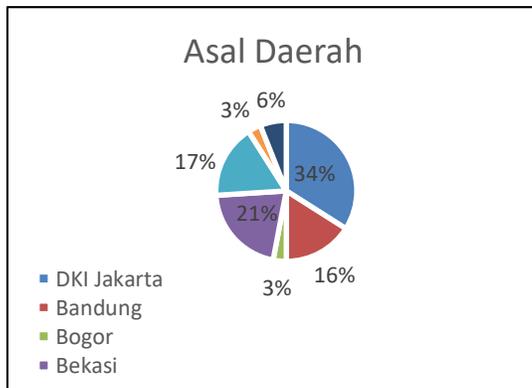
Gambar 3. Pekerjaan Responden.



Sumber : Data Olahan Peneliti (2018).

Para responden pun datang dari berbagai daerah seperti dari DKI Jakarta sebesar 34% atau 34 responden, dari Bandung sebesar 16% atau 16 responden, dari Bogor sebesar 3% atau 3 responden, dari Bekasi sebesar 21% atau sebesar 21 responden, dari Tangerang sebesar 17% atau sebesar 17 responden, dari Luar Jawa Barat sebesar 3% atau 3 responden dan Lainnya seperti Malaysia, Singapura sebesar 6% atau 6 responden. Hal ini terlihat di gambar berikut ini :

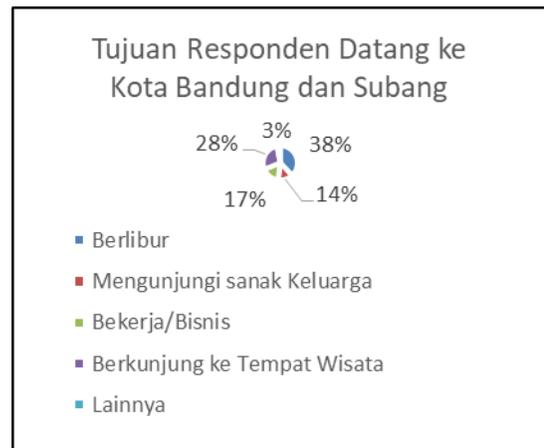
Gambar 4. Asal Daerah.



Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Tujuan responden datang ke Kota Bandung dan Subang adalah untuk berlibur sebesar 38% atau 38 responden, untuk mengunjungi sanak saudara sebesar 14% atau 14 responden, untuk bekerja/bisnis sebesar 17% atau 17 responden, untuk berkunjung ke tempat wisata sebesar 28% atau 28 responden, dan lainnya sebesar 3% atau 3 responden. Yang terlihat di gambar sebagai berikut :

Gambar 5. Tujuan Responden datang ke Kota Bandung dan Subang



Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Peneliti melakukan *check list* terhadap 3 (tiga) hotel yang memiliki layanan dan fasilitas anak, dengan atribut check list sebagai berikut:

Tabel 4. Ketersediaan Layanan dan Fasilitas Bagi Anak di Holiday Inn Bandung Dago

No.	Atribut	Ket.
1.	Lokasi yang strategis	V
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	-
3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	V
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	-
5.	Tersedianya paket menu anak yang lengkap	-
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	-
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	V
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	V
9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	V
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	V

Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa Holiday Inn Hotel Dago belum memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak, belum tersedianya paket kegiatan yang lengkap, belum tersedianya paket menu untuk anak, dan belum ada tambahan pelayanan untuk anak. Namun untuk Holiday Inn Hotel Dago memiliki lokasi yang strategis, memiliki suasana hotel seperti suasana dirumah, memiliki kolam renang, memiliki

hiburan untuk seluruh keluarga, memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar, dan memberikan pelayanan yang ramah dan membantu.

Untuk Gumilang Regency Hotel ketersediaan layanan dan fasilitas bagi anak terlihat di Tabel 5, sebagai berikut :

Tabel 5. Ketersediaan Layanan dan Fasilitas Bagi Anak di Gumilang Regency Hotel

No.	Atribut	Ket.
1.	Lokasi yang strategis	✓
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	✓
3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	✓
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	-
5.	Tersedianya paket menu anak yang lengkap	-
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	-
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	✓
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	✓
9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	✓
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	✓

Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan Tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa Gumilang Regency Hotel belum tersedianya paket kegiatan yang lengkap, paket menu untuk anak, dan belum ada tambahan pelayanan untuk anak. Namun untuk Gumilang Regency Hotel memiliki lokasi yang strategis, memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak, memiliki suasana hotel seperti suasana dirumah, memiliki paket kegiatan yang lengkap, memiliki kolam renang, memiliki hiburan untuk seluruh keluarga, memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar, dan memberikan pelayanan yang ramah dan membantu.

Untuk Sari Ater Hotel and Resort ketersediaan layanan dan fasilitas bagi anak terlihat di tabel 6, sebagai berikut :

Tabel 6. Ketersediaan Layanan dan Fasilitas Bagi Anak di Sari Ater Hotel and Resort.

No.	Atribut	Ket.
1.	Lokasi yang strategis	✓
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	✓

3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	✓
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	✓
5.	Tersedianya paket menu anak yang lengkap	-
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	-
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	✓
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	✓
9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	✓
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	✓

Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan Tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa Sari Ater Hotel and Resort belum tersedianya paket menu untuk anak, dan belum ada tambahan pelayanan untuk anak. Namun untuk Sari Ater Hotel and Resort, memiliki lokasi yang strategis, memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak, memiliki suasana hotel seperti suasana dirumah, memiliki paket kegiatan yang lengkap, memiliki kolam renang, memiliki hiburan untuk seluruh keluarga, memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar, dan memberikan pelayanan yang ramah dan membantu..

Setelah mengetahui apa saja layanan dan fasilitas yang dimiliki oleh ketiga hotel yaitu Holiday Inn, Gumilang Regency dan Sari Ater Hotel and Resort, data selanjutnya yang akan dipaparkan yaitu mengenai ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel. Dimana kuesioner diberikan kepada 30 responden tamu yang menginap di Holiday Inn Hotel Dago. Ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel terendah pada Holiday Inn Hotel Dago menurut hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu tingkat kebersihan yang nyaman dikamar, dan atribut ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel tertinggi pada Holiday Inn Hotel Dago yaitu kolam renang dan taman air, diikuti oleh menu anak, dan kegiatan serta ruang bermain untuk anak.

Tabel 7. Ekspektasi Mengenai Layanan dan Fasilitas di Holiday Inn Hotel Dago.

No.	Atribut	Mean
1.	Lokasi yang strategis	4.23
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	4.57
3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	4.20
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	4.23
5.	Tersedianya paket menu anak yang	4.60

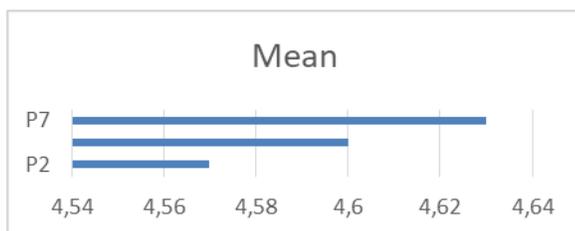
	lengkap	
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	4.27
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	4.63
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	4.20
9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	4.17
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	4.23

Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan tabel 7 diatas, terlihat bahwa pada atribut ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel terendah pada Holiday Inn Hotel Dago menurut hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu tingkat kebersihan yang nyaman dikamar, dan atribut ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel tertinggi pada Holiday Inn Hotel Dago yaitu kolam renang dan taman air, diikuti oleh menu anak, dan kegiatan serta ruang bermain untuk anak.

Adapun 3 (tiga) atribut tersebut dituangkan kedalam bentuk grafik yang terlihat pada grafik berikut ini :

Grafik 1. 3 (Tiga) Atribut Dengan Penilaian Tertinggi di Holiday Inn Hotel Dago.



Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan data diatas diketahui terdapat 3 atribut dengan nilai mean tertinggi di Holiday Inn yaitu atribut Kolam Renang dan Taman Air (P7) dengan nilai 4.63, diikuti oleh atribut Paket Menu Anak Lengkap (P5) dengan mean 4.60 dan di posisi selanjutnya yaitu ketersediaan kegiatan dan ruang bermain anak (P2) dengan mean 4.57.

Ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel di Gumilang Regency Hotel, dimana kuesioner diberikan kepada 30 responden tamu yang menginap di Gumilang Regency Hotel sebagai berikut :

Tabel 8. Ekspektasi Mengenai Layanan dan Fasilitas di Gumilang Regency Hotel.

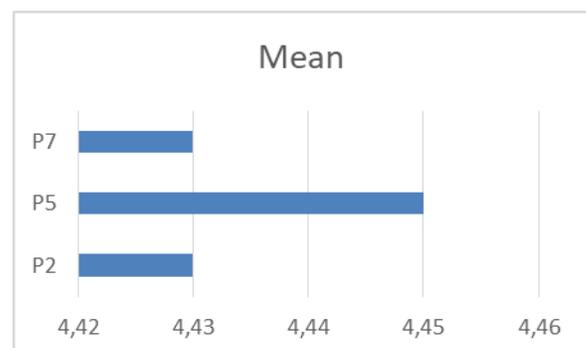
No.	Atribut	Mean
1.	Lokasi yang strategis	4.25
2.	Memiliki kegiatan dan ruang bermain untuk anak-anak	4.38
3.	Suasana hotel seperti suasana dirumah	4.20
4.	Memiliki paket kegiatan yang lengkap	4.18
5.	Tersedianya paket menu anak yang lengkap	4.38
6.	Memberikan nilai tambah dalam pelayanan (Peralatan Makan Anak; Baby Chair; Penitipan Anak)	4.20
7.	Memiliki kolam renang dan taman air	4.38
8.	Memiliki hiburan untuk seluruh keluarga	4.20
9.	Memiliki tingkat kebersihan yang nyaman dikamar	4.23
10.	Pelayanan yang ramah dan membantu	4.23

Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Berdasarkan tabel 8 diatas, terlihat bahwa pada atribut ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel terendah pada Gumilang Regency Hotel menurut hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu paket kegiatan yang lengkap dan atribut ekspektasi tamu mengenai layanan dan fasilitas hotel tertinggi pada Gumilang Regency Hotel yaitu kegiatan serta ruang bermain untuk anak, paket menu anak yang lengkap dan kolam renang dan taman air.

Adapun 3 (tiga) atribut tersebut dituangkan kedalam bentuk grafik yang terlihat pada grafik berikut ini :

Grafik 2. 3 Atribut Dengan Penilaian Tertinggi di Gumilang Regency Hotel.



Sumber : Data Olahan Peneliti, (2018).

Data diatas menunjukkan 3 atribut dengan nilai mean tertinggi di Sari ater hotel and resort yaitu atribut paket menu lengkap anak (P5) dengan mean 4.45, lalu diikuti oleh atribut kegiatan dan ruang bermain anak (P2) dan kolam renang anak dan taman air (P7) dengan nilai yang sama yaitu 4.43.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis terkait ekspektasi tamu terhadap produk dan layanan hotel yang mementingkan kepentingan anak adalah sebagai berikut : 1. Dari 3 (tiga) hotel diatas diketahui bahwa ekspektasi tamu hotel terkait pelayanan dan fasilitas hotel memiliki nilai interval >4.21 yang berarti sangat penting. Penilaian dengan nilai tertinggi condong kepada atribut kolam renang dan taman air, kegiatan dan ruang bermain anak serta menu anak lengkap. 2. Masih rendahnya kesadaran pengusaha hotel di kota bandung terhadap hak-hak pemenuhan anak terutama pada menu dan fasilitas anak. 3. Anak sebagai decision maker pembelian produk dan layanan di industri perhotelan terutama bagi keluarga yang memiliki anak dari 0 sampai 12 tahun.

Sehingga para pengelola hotel diharapkan dapat mampu meningkatkan kualitas dari produk dan pelayanan kepada tamu dengan pengikuti pendekatan ramah anak. Untuk peneliti memberikan rekomendasi bahwa : 1. Menyediakan produk dan layanan ramah anak yang dinilai sangat penting oleh tamu berdasarkan hasil penelitian ini, diluar atribut yang sudah tersedia. Beberapa atribut tersebut diantaranya yaitu : a. Memberikan nilai tambah dalam pelayanan seperti peralatan makan anak, baby chair, dan penitipan anak ; b. Tingkat kebersihan yang nyaman di kamar; dan c. Pelayanan yang ramah dan membantu. 2. *Children right business principal* sebagai acuan dalam mengembangkan produk dan layanan anak di industri perhotelan; 3. Industri perhotelan sudah seharusnya mempunyai *suistainable* program terhadap produk dan layanan yang akan dijual di industri perhotelan bukan hanya *supporting* namun menjadi *primary issues*. Dan kebijakan serta peraturan di industri perhotelan harus diimplementasikan kedalam visi dan misi agar seluruh karyawan mengetahui produk dan layanan secara prosional terhadap pemenuhan hak anak tamu sebagai bagian dari *potential market*.

DAFTAR PUSTAKA

Bagyono. (2008), *Teori dan Praktik Hotel Front Office*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Children's Rights and Business Principles* (CRBP), (2012). UNICEF, the UN Global Compact and Save the Children.
- Fitria D, (2012). Analisis Ekspektasi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Convenience Store (Studi Kasus Convenience Store 7-Eleven Jakarta), Universitas Indonesia.
- Jelínková, D., Tučková, Z. & Jurigová, Z. (2017). Market segment of families with children: a new stimulus for modern Czech spa industry?. *Journal of International Studies*, 10(2), 158-169.
- Johanson, M. (2008). A trend analysis of vacationing and its impact on resort marketing, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 7(3), 81-90.
- Kasavana, Michael L, (2017). *Managing Front Office Operations*, Tenth Edition, Michigan State University.
- Kelly H, Antonio A, 2017. *Child Payment Policies an Important Hotel Attribute for Family Travelers? How Does Barbadoes Match Up ?*. Barbados. University of The West Indies at Cave Hill.
- Mwando Molline, Nyarota Margret, Muyambo Rumbidazi, 2015. *Family friendly services and customer satisfaction in Zimbabwean resorts*. Chinhoyi University of Technology. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol. 4 (2)
- Sudjana. (2008). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suppa, T. (2013, October 1). *About Us:Trip Advisor for business*. Retrieved from Trip Advisor for Business: file:///F:/Research%20for%20tourism/10%20Charact eristics%20All%20TopRanking%20Family%20Hotel s%20and%20Resorts%20Share%20_%20TripAdviso r%20Insights.html
- Zeithaml, Bitner dan Gremier, D. D. (2012) *Services Marketing*. Singapore. Mc Graw Hill.