

**ANALISIS PERSEPSI TAMU TERHADAP FASILITAS HOTEL NOVOTEL
MANADO BERBASIS OTA (ONLINE TRAVEL AGENT)**

Florensia Grifit Junior Manadake^{1*}, Bet El Silisna Lagarens², Linda Sinolungan³

¹Hotel Tahuna Beach Hotel and Resort

²Program Studi D4 Global Tourism Management, Politeknik Negeri Manado

³Program Studi D3 Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

Penulis Koresponden:

Bet El Silisna Lagarens

E-mail: betel.lagarens3@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze guest perceptions of the facilities at Hotel Novotel Manado based on reviews posted on various online travel agent (ota) platforms such as traveloka, agoda, booking.com, tripadvisor, accor hotels, kayak, and skyscanner. in today's digital era, customer reviews on online platforms have become a key indicator reflecting the quality of hotel services and facilities from the consumer's perspective. This research employs a descriptive qualitative approach using content analysis on 50 purposively selected guest reviews. the reviews were analyzed and categorized into five main themes: room & cleanliness, restaurant & breakfast, swimming pool & gym, staff service, and additional facilities. The findings reveal that room conditions and cleanliness are the primary focus of guest perceptions, followed by staff service and breakfast quality. most reviews express positive sentiments, particularly regarding room comfort and staff friendliness, although some criticisms were noted concerning cleanliness, food variety, and additional facility quality. these insights serve as valuable input for the hotel to enhance service quality amid growing digital competition.

Keywords: *guest perception, hotel facilities, novotel manado, online travel agent, digital*

Abstrak:

Latar belakang Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi tamu terhadap fasilitas Hotel Novotel Manado berdasarkan ulasan yang ditinggalkan di berbagai platform online travel agent (ota), seperti traveloka, agoda, booking.com, tripadvisor, accor hotels, kayak, dan skyscanner. di era digital saat ini, ulasan pelanggan di platform daring menjadi indikator penting yang mencerminkan kualitas pelayanan dan fasilitas sebuah hotel dari sudut pandang konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi terhadap 50 ulasan tamu yang dipilih secara purposive. ulasan dianalisis dan dikategorikan ke dalam lima tema utama, yaitu: kamar & kebersihan, restoran & sarapan, kolam renang & gym, pelayanan staf, dan fasilitas tambahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kamar dan kebersihan menjadi fokus utama dalam persepsi tamu, disusul oleh pelayanan staf dan sarapan. mayoritas ulasan bersifat positif, terutama terkait kenyamanan kamar dan keramahan staf, meskipun terdapat kritik mengenai kebersihan, variasi makanan, dan fasilitas tambahan. temuan ini menjadi masukan penting bagi hotel dalam meningkatkan kualitas layanan di tengah persaingan digital.

Kata kunci: persepsi tamu, fasilitas hotel, novotel manado, online travel agent, ulasan digital.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, baik secara lokal, nasional, maupun global. seiring dengan kemajuan teknologi dan transformasi digital, perilaku wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka juga turut mengalami perubahan yang signifikan. salah satu perubahan utama adalah meningkatnya ketergantungan wisatawan terhadap platform digital, khususnya Online Travel Agent (OTA), dalam mencari informasi, membandingkan pilihan, membaca ulasan, serta melakukan pemesanan hotel. peran OTA dalam industri perhotelan saat ini bukan hanya sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai wadah utama pembentukan persepsi tamu terhadap suatu hotel sebelum mereka melakukan kunjungan. dalam konteks ini, Hotel Novotel Manado, sebagai salah satu hotel berbintang empat yang terletak di Kota Manado, Sulawesi Utara, menawarkan beragam fasilitas penunjang kenyamanan tamu. hotel ini merupakan bagian dari jaringan accor hotels yang dikenal luas di tingkat internasional dan mengusung standar layanan global. Berlokasi strategis di kawasan bisnis dan pariwisata Manado, Hotel Novotel Manado menyediakan berbagai fasilitas seperti kamar dengan desain modern, kolam renang, restoran dan bar, pusat kebugaran, spa, ruang pertemuan, serta layanan pendukung lainnya. fasilitas - fasilitas ini ditujukan untuk memberikan pengalaman menginap yang nyaman, baik bagi wisatawan yang berlibur maupun pelaku perjalanan bisnis. Namun, di tengah ketatnya persaingan industri perhotelan, keberadaan fasilitas yang lengkap saja tidak cukup untuk menjamin kepuasan dan loyalitas tamu. hal yang jauh lebih penting adalah bagaimana fasilitas tersebut dipersepsikan oleh para tamu, terutama mereka yang mendapatkan informasi awal melalui ulasan dan penilaian di OTA. di era digital ini, persepsi publik terhadap suatu hotel sangat dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan oleh pengguna lain. ulasan dan rating yang diberikan tamu di OTA seperti traveloka, agoda, booking.com, skyscanner, kayak, tripadvisor dan accor.hotel. menjadi referensi utama bagi calon tamu dalam membentuk ekspektasi mereka terhadap suatu hotel. Persepsi tamu merupakan gambaran subjektif yang terbentuk dari hasil interaksi antara harapan, pengalaman nyata, dan informasi yang diperoleh sebelumnya. dalam hal ini, ulasan dan rating yang terdapat di OTA mencerminkan bagaimana tamu menilai fasilitas dan pelayanan hotel berdasarkan pengalaman mereka. ulasan tersebut mencakup berbagai aspek seperti kenyamanan kamar, kebersihan, keramahan staf, kelengkapan fasilitas, hingga kualitas makanan. oleh karena itu, persepsi yang terbentuk melalui pengalaman menginap dan informasi di OTA sangat memengaruhi keputusan calon tamu, apakah mereka akan memilih hotel tersebut atau tidak. Fokus Penelitian ini adalah bagaimana persepsi tamu terhadap fasilitas Hotel Novotel Manado berdasarkan ulasan di platform online travel agent (OTA) dan aspek fasilitas apa saja yang paling banyak mendapat perhatian dalam ulasan tamu di OTA. Tujuan Penelitian adalah untuk: 1) Menganalisis persepsi tamu terhadap fasilitas Hotel Novotel Manado berdasarkan ulasan di OTA; 2) Menjelaskan aspek fasilitas yang dinilai positif maupun negatif oleh para tamu.

KAJIAN TEORETIK

Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. istilah pariwisata secara umum merujuk pada kegiatan perjalanan seseorang atau kelompok orang ke suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, relaksasi, bisnis, atau kegiatan lainnya di luar tempat tinggal tetapnya, dalam jangka waktu tertentu. Menurut WTO (*World Tourism*

Organization 2021) mendefinisikan pariwisata sebagai "a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes." ini mencakup aktivitas perjalanan sementara dan menginap, serta interaksi antara wisatawan dan tempat yang dikunjungi, yang menciptakan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan. (UNWTO, 2021). Menurut undang-undang no. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan berdasarkan uu no. 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 1, pariwisata adalah "berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah." UU ini juga menekankan pentingnya aspek keberlanjutan, partisipasi masyarakat, dan pelestarian budaya dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. (Kementerian Hukum dan HAM RI, 2009). Menurut Revida, dkk (2020) memberi arti pariwisata sebagai suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang bab 1 konsep dasar manajemen pariwisata 3 secara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain secara berulang-ulang yang dilakukan untuk sementara waktu dengan maksud untuk menikmati keindahan dan bukan untuk menambah penghasilan atau mencari nafkah. Peran pariwisata dalam ekonomi dan pengaruh terhadap pertumbuhan industri perhotelan. pariwisata merupakan sektor multidimensi yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah, tetapi juga mendorong perkembangan industri penunjang seperti perhotelan, transportasi, dan UMKM. Pariwisata adalah sumber pemasukan negara dari devisa serta salah satu kontributor terhadap produk domestik bruto (pdb). menurut Prasetyo (2020), sektor ini berkontribusi signifikan terhadap pdb nasional terutama melalui konsumsi wisatawan asing dan domestik di sektor akomodasi, makanan- minuman, dan transportasi. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mendorong pembangunan hotel baru dan peningkatan kapasitas hotel eksisting. hotel tidak hanya menjadi tempat menginap, tetapi juga bagian dari pengalaman wisata itu sendiri. Rachmawati & Suryani (2021) mencatat bahwa pengembangan destinasi wisata lokal mendorong peningkatan tingkat hunian hotel hingga 30% di kawasan studi. Industri pariwisata dan perhotelan menciptakan lapangan kerja di berbagai bidang, baik langsung (staf hotel, pemandu wisata) maupun tidak langsung (pengrajin, sopir wisata). menurut Nuraini & Budianto (2022), setiap 100 wisatawan asing yang datang ke Indonesia mampu menciptakan lebih dari 6 pekerjaan baru secara langsung. Pariwisata mendorong pemerintah dan swasta berinvestasi dalam pembangunan infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan fasilitas umum. Putra dkk. (2023) menekankan adanya efek berantai di mana pembangunan fasilitas wisata ikut memacu pertumbuhan sektor konstruksi dan properti hotel. Pariwisata berbasis komunitas dapat mendorong pelestarian budaya lokal dan lingkungan. wisata budaya, kuliner, dan ekowisata menjadi andalan banyak daerah. Fitriani & Wulandari (2021) menyoroti keberhasilan desa wisata dalam menjaga tradisi lokal sambil memberikan penghasilan tambahan bagi masyarakat. Pajak hotel, restoran, retribusi wisata, dan belanja wisatawan memberikan kontribusi signifikan pada pendapatan asli daerah (pad). studi oleh Rahman (2022) di kabupaten Banyuwangi menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang lebih dari 25% pad melalui pajak dan retribusi pariwisata.

Hotel

Definisi menurut regulasi Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan berbasis risiko, hotel adalah usaha penyediaan akomodasi, pelayanan makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial." definisi ini diperkuat dalam klasifikasi usaha akomodasi berdasarkan KBLI

55110, yang menjadi dasar izin usaha perhotelan di Indonesia. Menurut Wulandari (2020) hotel merupakan sarana akomodasi komersial yang menyediakan layanan menginap, makan, minum, dan fasilitas tambahan untuk mendukung kenyamanan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Sutrisno & Fadillah (2022) berpendapat bahwa hotel adalah institusi pelayanan jasa akomodasi yang terintegrasi dengan kebutuhan perjalanan wisatawan, kegiatan bisnis, dan kegiatan sosial lainnya. Selain itu Rahmadani (2021) menyatakan bahwa hotel bukan hanya tempat tinggal sementara, tetapi juga bagian dari pengalaman wisatawan yang berfungsi sebagai atraksi jika memiliki desain atau layanan yang unik. Klasifikasi hotel berdasarkan peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif no. 6 tahun 2014 serta praktik terkini, hotel diklasifikasikan menjadi : Hotel non-bintang (Hotel melati, homestay, guest house) menyediakan fasilitas dasar. Hotel bintang 1- 5 berdasarkan kelengkapan fasilitas, pelayanan, jumlah kamar, dan profesionalisme staf:

- a. Bintang 1: layanan dasar, cocok untuk pelancong hemat.
- b. Bintang 2: tambahan seperti restoran sederhana.
- c. Bintang 3: layanan kamar, restoran, ruang rapat.
- d. Bintang 4: fasilitas lengkap (spa, gym).
- e. Bintang 5: layanan premium & internasional.

Hotel Khusus (Resort, boutique hotel, heritage hotel). Fungsi hotel dalam mendukung kegiatan pariwisata:

1. Sebagai sarana akomodasi : menyediakan tempat tinggal sementara yang nyaman dan aman untuk wisatawan.
2. Sebagai pendukung destinasi : hotel dapat menjadi daya tarik tersendiri melalui konsep arsitektur, layanan tematik, atau lokasi yang unik.
3. Sebagai pusat informasi wisata : banyak hotel menyediakan layanan informasi destinasi wisata, pemesanan tur, hingga layanan transportasi.
4. Sebagai sumber ekonomi daerah yaitu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan konsumsi wisatawan.
5. Sebagai mitra pariwisata berkelanjutan : hotel ramah lingkungan mendukung prinsip ecotourism dan keberlanjutan lingkungan.

Persepsi

Menurut Yuliani (2021) : “persepsi adalah hasil interpretasi individu terhadap stimulus yang masuk melalui alat indera, yang dipengaruhi oleh pengalaman, emosi, dan perhatian. Dalam konteks manajemen, khususnya pemasaran dan perilaku konsumen, persepsi adalah cara konsumen menilai suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman, informasi, dan citra merek. Menurut Hidayat & Pratama (2022), persepsi konsumen adalah bagaimana konsumen memproses informasi dan pengalaman terhadap suatu produk untuk membentuk penilaian subjektif. Dalam bidang layanan publik dan komunikasi, persepsi juga dikaitkan dengan tingkat kepuasan, harapan, dan interaksi sosial. Menurut Sari & Nugroho (2020), persepsi publik terhadap layanan sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang diterima, harapan awal, dan realitas layanan yang dirasakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen yaitu: faktor personal (pengalaman masa lalu, kepribadian, harapan dan motivasi), Faktor sosial dan budaya (lingkungan sosial, norma budaya, rekomendasi dari orang lain), Faktor situasional (Waktu dan konteks pembelian, suasana toko atau pelayanan, media informasi), Faktor produk dan merek (citra merek /brand image, kualitas tampilan produk, harga dan nilai yang dirasakan).

Online Travel Agent (OTA)

Pengertian online travel agent (OTA) adalah platform digital yang menyediakan layanan pemesanan perjalanan secara daring, termasuk pemesanan hotel, tiket pesawat, paket wisata, dan transportasi lainnya. Menurut Ramadhani & Sulisty (2021) OTA merupakan media distribusi digital yang menghubungkan antara penyedia jasa perjalanan seperti hotel dengan konsumen secara real-time melalui sistem reservasi berbasis internet. Menurut Aditya & Lestari (2022): “online travel agent adalah saluran penjualan daring yang tidak hanya berfungsi sebagai media pemesanan, tetapi juga sebagai platform branding dan pembentuk persepsi konsumen. Menurut Nugroho (2023): “ota memegang peran strategis dalam ekosistem pariwisata modern karena mengintegrasikan teknologi informasi, pemasaran digital, dan manajemen reputasi hotel. Online travel agent (ota) merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk memesan akomodasi secara daring serta menuliskan ulasan berdasarkan pengalaman mereka. dalam konteks industri perhotelan, ota berperan penting sebagai media pembentuk persepsi tamu terhadap layanan dan fasilitas hotel.

Brand Image

Brand image merupakan persepsi konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk melalui pengalaman langsung, ekspektasi, serta komunikasi pemasaran yang diterima secara berkelanjutan. Dalam konteks industri perhotelan, brand image memiliki peran strategis karena mencerminkan penilaian tamu terhadap kualitas layanan dan keseluruhan pengalaman menginap. Pranata (2020) menyatakan bahwa citra merek hotel merupakan hasil dari persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, serta simbol dan identitas merek yang dibangun secara konsisten. Persepsi tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fisik hotel, tetapi juga oleh interaksi sosial antara tamu dengan karyawan maupun lingkungan sekitar. Hubungan antara persepsi tamu dan brand image terletak pada bagaimana pengalaman positif yang dirasakan mampu membentuk kesan mendalam terhadap merek hotel. Ketika tamu menilai kualitas layanan dan fasilitas sesuai atau melebihi harapan, maka citra merek akan terbentuk secara positif. Brand image yang kuat selanjutnya berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kepercayaan tamu terhadap hotel. Kepercayaan ini menjadi dasar penting dalam mendorong kepuasan dan loyalitas tamu dalam jangka panjang. Semakin konsisten pengalaman yang dirasakan tamu dengan janji merek yang dikomunikasikan, semakin kuat pula brand image yang tertanam dalam benak konsumen. Dengan demikian, pengelolaan pengalaman tamu yang konsisten dan berkualitas menjadi kunci utama dalam membangun dan mempertahankan citra merek hotel yang unggul.

Faktor yang mempengaruhi persepsi tamu

Persepsi tamu terhadap hotel terbentuk dari kombinasi antara harapan awal dan pengalaman aktual. beberapa faktor utama yang memengaruhi persepsi tamu antara lain:

1. Kualitas pelayanan : kualitas interaksi antara staf hotel dan tamu sangat menentukan persepsi awal dan kesan tamu. menurut Handayani & Suryanto (2021): “kualitas pelayanan menjadi elemen dominan dalam membentuk persepsi positif dan mendorong loyalitas tamu.”
2. Fasilitas hotel : fasilitas yang lengkap dan modern memperkuat kenyamanan dan kesan profesionalisme hotel. menurut Lestari (2022), tamu mengasosiasikan kualitas fasilitas fisik hotel dengan nilai yang mereka terima, yang berpengaruh pada persepsi keseluruhan.

3. Ulasan digital : ulasan digital di OTA, google *review*, dan media sosial membentuk persepsi awal sebelum kunjungan. menurut Wibisono (2023): “sebagian besar tamu membentuk persepsi berdasarkan ulasan daring bahkan sebelum mereka menginjakkan kaki di hotel.
4. Harga dan lokasi : harga yang kompetitif dan lokasi strategis sangat memengaruhi persepsi nilai yang diterima tamu.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena bertujuan untuk menggali dan memahami persepsi tamu terhadap fasilitas Hotel Novotel Manado berdasarkan ulasan digital yang ditinggalkan di platform online travel agent (ota), seperti traveloka, booking.com, agoda, Accor Hotels, kayak, Tripadvisor dan Skycanner melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mendapatkan makna dan pemahaman yang mendalam terhadap pengalaman tamu, khususnya bagaimana mereka menilai fasilitas hotel secara subjektif dalam konteks kompetisi industri perhotelan yang semakin digital dan terstandar. Penelitian ini difokuskan pada Hotel Novotel Manado, sebuah hotel berbintang empat yang terletak di Jl. A.A. Maramis, Kairagi II, Kec. Mapanget, Kota Manado, Sulawesi Utara. meskipun data diperoleh secara daring melalui OTA, lokasi tetap menjadi pusat perhatian karena penelitian difokuskan pada fasilitas dan layanan hotel tersebut. pengumpulan data dilakukan selama periode Mei hingga Juni 2025, mencakup proses pencatatan, analisis, dan penyimpulan data dari sumber digital. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa narasi, opini, dan deskripsi persepsi yang ditulis oleh tamu hotel dalam bentuk ulasan di platform OTA. Sumber data yaitu data primer adalah ulasan tamu hotel Novotel Manado dari berbagai patform OTA traveloka, agoda, booking.com, skyscanner, kayak, tripadvisor dan accor.hotel. jika dimungkinkan,dilakukan wawancara online terbatas dengan tamu yang tersedia memberi informasi lebih lanjut. Data sekunder adalah profil resmi hotel Novotel Manado dari website accor hotel dan situs resmi lainnya. artikel dan jurnal ilmiah yang relevan, termasuk hasil penelitian terdahulu tentang persepsi tamu, fasilitas hotel, dan pengaruh ulasan digital. dan dokumen kebijakan pariwisata atau perhotelan dari lembaga resmi. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode yaitu analisis ulasan online (*content analysis*) ulasan digital dikumpulkan dari platform ota yang menampilkan komentar dan rating pelanggan terhadap hotel Novotel Manado dan ulasan dipilih secara purposive, dengan mempertimbangkan kelengkapan isi dan relevansi terhadap fasilitas hotel. minimal 50 ulasan akan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hotel Novotel Manado Golf Resort & Covention Center merupakan hotel berbintang empat yang terletak di kawasan strategis Grand Kawanua Internasional Sam Ratulangi dan 30 menit dari pusat kota Manado.sebagai bagian dari jaringan internasional Accor Hotel,Novotel Manado menggabungkan konsep kenyamanan modern dengan keindahan alam tropis khas Sulawesi Utara,menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan bisnis maupun rekreasi. dengan lokasi yang strategis langsung dengan lapangan golf 18 hole dan pusat konvensi terbesar di Sulawesi Utara,hotel ini menjadi pusat akomodasi utama untuk berbagai cara skala nasional dan internasional.dengan desain hotel yang elegan,pelayanan profesional,serta fasilitas lengkap menjadi keunggulan utama Novotel Manado dalam memberikan pengalaman menginap yang memuaskan bagi para tamunya. Accor adalah kisah dua orang sahabat, Paul Dubrule dan Gérard Pélisson, yang membuka Novotel pertama mereka

pada tahun 1967 pada saat belum ada seorang pun di Prancis yang percaya pada model bisnis hotel baru ini. Melalui kreativitas dan keberanian mereka, mereka mendorong batas-batas dari apa yang mungkin terjadi. Kini impian mereka akan industri perhotelan telah menjadi Accor. keinginan akan berkembang terus hingga lebih dari 5.487 tempat di 110 negara. dengan bangga mewarisi visi para pendiri, setiap hari lebih dari 300.000 orang berbakat, terus menciptakan keramahtamahan masa depan dan mewujudkan semangat mereka terhadap tamu. Novotel Manado Golf Resort and Convention Centre dimiliki oleh PT. Wenang Permai Sentosa yang dimana managemennya dikelola oleh Accor Group Novotel Manado merupakan salah satu hotel bintang lima terbesar di kota Manado juga merupakan salah satu bagian dari kawasan Grand Kawanua international city dengan luas 182 hektar, memiliki 199 kamar serta berbagai macam aktifitas dan fasilitas seperti restaurant, fitness center, swimming pool, meeting room, wedding chapel, kids corner & spa dan memiliki pemandangan menawan berlatar belakang pegunungan dari lapangan golf yang hijau. pada mulanya pemerintah Provinsi Manado akan menggelar suatu acara internasional yaitu world ocean converence dan cti summit, dimana pemerintah membutuhkan suatu tempat pertemuan in-door dengan kapasitas yang besar dan luas untuk dapat menampung peserta dari berbagai Negara. PT. Wenang Permai Sentosa mendapat kepercayaan untuk proses pembangunan, maka di bangunlah Convention Centre terbesar se Indonesia-Timur dengan daya tampung 2.500 orang. Tak cukup hanya membangun Convention Centre menyadari akan beberapa hal maka pemerintah pun berniat membangun suatu tempat akomodasi yang dekat dengan convention Centre, di peruntukkan bagi pembicara dan tamu luar negeri untuk beristirahat, maka di bangun jugalah sebuah fasilitas akomodasi yang berdekatan dengan Convention Centre yaitu Novotel Manado dan menjadi Hotel Resort pertama di bawah naungan Accor International yang ada di kota Manado.

Peran OTA dalam pembentukan persepsi studi ini menekankan bahwa ulasan dan rating di ota sangat memengaruhi ekspektasi tamu. banyak tamu menyatakan bahwa keputusan mereka menginap di Novotel Manado didasarkan pada skor dan testimoni di OTA. jika ekspektasi tidak sesuai dengan pengalaman aktual, maka kekecewaan cenderung lebih besar. penelitian merekomendasikan agar Hotel Novotel Manado:

1. Mempercepat proses check-in dengan sistem digital atau *pre-arrival registration*.
2. Melakukan pelatihan layanan prima (*service excellence*) untuk seluruh staf.
3. Menanggapi review OTA secara aktif untuk membangun kepercayaan dan memperbaiki persepsi.

Persepsi tamu terhadap fasilitas dan pelayanan hotel novotel manado melalui platform digital" Simbolon, R. & Mewengkang, Y. (2020) fasilitas hotel yang dihargai positif

1. Fasilitas kamar :tamu menilai kenyamanan kamar sebagai aspek utama. mereka menghargai kebersihan, tata ruang, dan kenyamanan tidur yang ditawarkan.
2. Sarapan / F&B : banyak ulasan menunjukkan bahwa tamu puas dengan menu sarapan hotel, baik dari sisi keragaman pilihan maupun rasa makanan.

Masalah pada aspek pelayanan housekeeping :

1. Terdapat inkonsistensi dari layanan kebersihan kamar (housekeeping).
2. Beberapa tamu merasa pelayanan lambat atau tidak dilakukan secara menyeluruh, misalnya kelalaian mengganti handuk atau tidak membersihkan kamar secara menyeluruh ketika tamu memperpanjang masa tinggal.

Peran online travel agent (OTA) :

1. Platform seperti agoda, tiket.com, dan traveloka menjadi rujukan utama bagi tamu

dalam mengambil keputusan menginap.

2. Informasi visual, ulasan konsumen sebelumnya dan rating sangat memengaruhi ekspektasi awal yang dibentuk tamu terhadap hotel.
3. Ketidaksiharian antara ekspektasi dan realita menjadi penyebab utama munculnya persepsi negatif.

Analisis review konsumen ota terhadap citra Hotel Novotel Manado (Paat dan otinsulu, 2023) persepsi umum terhadap citra hotel yaitu:

1. Tamu memandang hotel novotel manado sebagai hotel modern dan representatif dari jaringan internasional (accor).
2. Penilaian terhadap fasilitas dasar seperti kamar, restoran, dan area umum cenderung positif, dianggap mencerminkan standar global dalam hal kebersihan dan kenyamanan.

Harapan terhadap fasilitas tambahan

1. Ulasan OTA menunjukkan ekspektasi tamu terhadap fasilitas anak-anak (misalnya: *kids club*, taman bermain) yang belum maksimal tersedia.
2. Beberapa tamu mengungkapkan ketidaknyamanan parkir, seperti area parkir yang terbatas dan kurangnya petunjuk arah parkir yang jelas, khususnya saat okupansi tinggi.

Pengaruh OTA terhadap pembentukan citra

1. Penelitian ini menegaskan bahwa ulasan digital di OTA (traveloka, booking.com, agoda,skyscanner,kayak,tripadvisor,dan accor hotel) memiliki pengaruh besar terhadap persepsi pertama calon tamu terhadap hotel.
2. Review yang positif secara visual dan naratif memberi kesan awal yang baik, sementara review negatif membentuk keraguan sebelum kunjungan.

Sebagai hotel bintang empat, Novotel Manado menyediakan berbagai fasilitas premium yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan tamu dari berbagai segmen :

1. Fasilitas akomodasi yaitu total 176 kamar dan apartemen dengan berbagai tipe seperti superior, deluxe dan suite. setiap kamar dilengkapi dengan ac, televisi layar datar, minibar, brankas, meja kerja, wi-fi gratis serta pemandangan taman, pegunungan dan lapangan golf.
2. Fasilitas makanan dan minuman the square restaurant yang menyajikan hidangan internasional dan lokal dalam konsep dapur terbuka. wasabi japanese restaurant sebagai pilihan makanan jepang autentik. h20 pool bar dan water hole lounge bar yang menyediakan aneka minuman dan camilan ringan.
3. Fasilitas rekreasi dan relaksasi kolam renang dengan outdoor dengan pemandangan alam. pusat kebugaran (gym) dengan peralatan modern. layanan spa dan sauna untuk relaksasi. lapangan golf 18 lubang yang dapat diakses langsung dari hotel,dan ada juga panahan dan biliard.
4. Fasilitas bisnis dan event grand kawanua internasional convention center dengan kapasitas hingga 2.500 orang. beberapa ruang pertemuan dan ballroom untuk seminar,rapat,dan pernikahan. wedding chapel dan area khusus untuk pernikahan dan event privat.
5. Fasilitas pendukung layanan kamar 24 jam, laundry, concierge, serta antar jemput bandara.
6. Fasilitas anak - anak seperti kids club, taman bermain,dan kolam renang anak. akses internet di seluruh area hotel dan pusat bisnis.

Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara harapan, pengalaman, dan kepuasan : kepuasan timbul saat pengalaman aktual melebihi atau setidaknya memenuhi harapan awal tamu. menurut Rahmadani & Yusuf (2021) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan sebelum kunjungan dan pengalaman aktual selama menginap. Relevansi dengan OTA dan minat kunjungan ulang yaitu platform OTA memainkan peran penting dalam pembentukan ekspektasi (melalui deskripsi dan review) dan loyalitas pasca pengalaman. hotel yang mampu memenuhi harapan yang dibentuk melalui ota cenderung memiliki tingkat kunjungan ulang lebih tinggi dan rating yang lebih baik. Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas hotel berbintang di kota Manado melalui OTA dengan fokus khusus pada Hotel Novotel Manado. Penilaian positif pada fasilitas utama hotel hotel Novotel Manado memperoleh ulasan positif dari sebagian besar tamu OTA (traveloka dan booking.com, skyscanner, kayak, tripadvisor dan accor hotel), khususnya dalam aspek berikut:

1. Kamar hotel ini nilai nyaman, bersih, dan modern. Interior kamar mendapat apresiasi karena desain kontemporer dan kenyamanan tempat tidur. Beberapa ulasan menyebutkan bahwa ukuran kamar cukup luas untuk kategori hotel bintang empat.
2. Kolam renang dipuji karena kebersihan, estetika lingkungan sekitar, serta ukurannya yang sesuai untuk keluarga. banyak tamu menyebut fasilitas ini sebagai salah satu daya tarik utama hotel.
3. Sarapan / *breakfast buffet* tergolong beragam dan lezat. ketersediaan makanan lokal dan internasional menjadi nilai tambah. sebagian ulasan juga menyoroti bahwa waktu penyajian cukup tepat dan makanan terus diisi ulang.

Kritik terhadap layanan pelayanan (*service interaction*) meski secara umum fasilitas fisik hotel dinilai baik, beberapa ulasan tamu menyoroti aspek pelayanan yang belum konsisten:

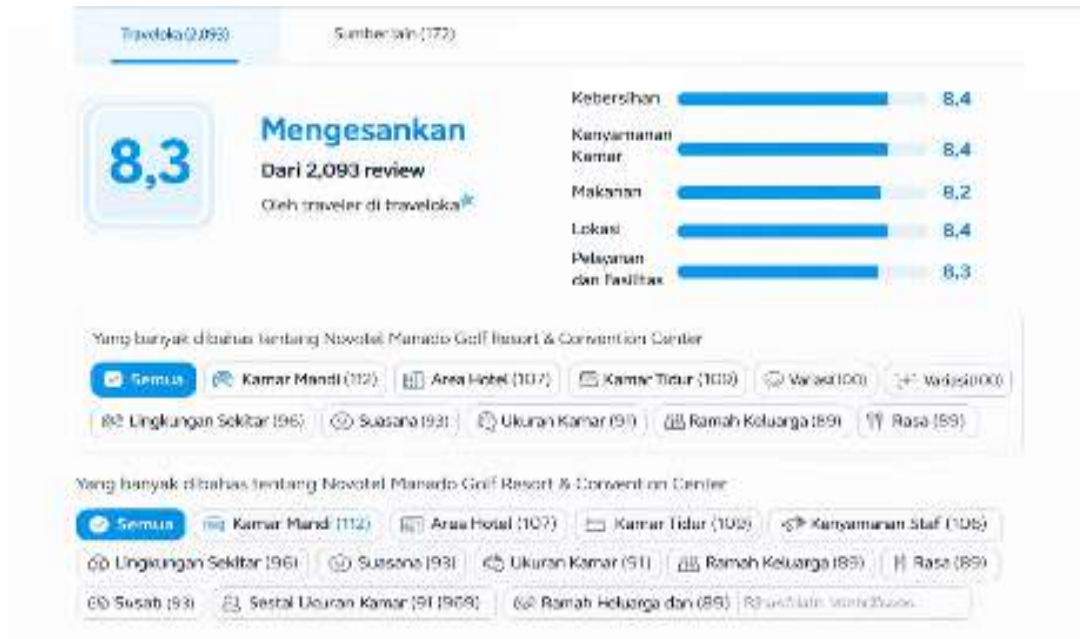
1. Check-in lambat proses check-in dianggap terlalu lama, terutama pada saat *high season* atau ketika ada event khusus. tamu menyatakan waktu tunggu bisa mencapai 15–30 menit tanpa kejelasan.
2. Keramahan staf beberapa tamu merasa kurang diperhatikan secara personal oleh staf. ada yang menyebut staf hotel bersikap “biasa saja”, tidak mencerminkan pelayanan hotel bintang empat. namun, ada juga yang memberikan pujian kepada staf bagian dapur dan resepsionis malam yang dinilai lebih ramah.

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas tamu fasilitas hotel bukan hanya pelengkap, tetapi faktor kunci dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas tamu. Beberapa pengaruh penting:

1. Meningkatkan kepuasan tamu : fasilitas yang lengkap dan terawat meningkatkan kenyamanan dan penguasaan tamu selama menginap. Suryawan & Andini (2021) menemukan bahwa kepuasan tamu meningkat sebesar 22% ketika fasilitas seperti wi-fi, kolam renang, dan restoran memenuhi ekspektasi.
2. Mendorong loyalitas konsumen : tamu yang puas dengan fasilitas cenderung melakukan pemesanan ulang atau merekomendasikan hotel kepada orang lain.
3. Meningkatkan citra dan daya saing hotel : fasilitas eksklusif seperti spa mewah, rooftop bar, atau layanan digital (*self check-in*) menjadi nilai jual unik. ini memperkuat positioning hotel di pasar kompetitif.

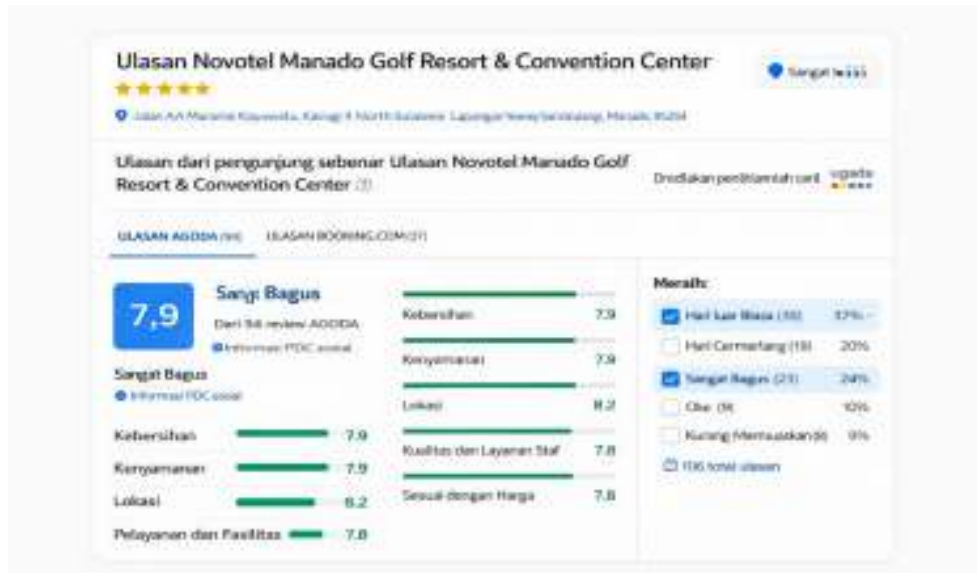
Beberapa OTA yang dikenal luas dan sering digunakan oleh wisatawan antara lain traveloka, agoda, booking.com, tripadvisor, accor hotels, kayak, dan skyscanner. masing-masing memiliki karakteristik sistem ulasan dan segmen pengguna Novotel Manado yang berbeda, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

Traveloka: Traveloka adalah salah satu perusahaan teknologi yang berkembang pesat di Asia Tenggara. Traveloka merupakan situs layanan pencarian dan booking tiket pesawat dan hotel di Indonesia. Traveloka didirikan pada tahun 2012 dan bermarkas pusat di Jakarta, Indonesia. Traveloka telah membentuk kemitraan dengan berbagai penerbangan domestik dan internasional yaitu lebih dari 18.000 rute yang berbeda di seluruh Asia Pasifik. Traveloka telah mendaftarkan ke dalam jaringannya ribuan hotel di seluruh Asia Tenggara, Hong Kong, Korea Selatan, dan Australia.



Gambar 1: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Traveloka (Traveloka, 2025)

Agoda adalah sebagai aplikasi pemesanan hotel daring memiliki citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 2: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Agoda (Agoda, 2025)

Booking.com merupakan agen perjalanan daring (OTA) terkemuka yang memungkinkan konsumen untuk membandingkan, memilih, dan memesan akomodasi di seluruh dunia melalui platform digital yang mudah digunakan. platform ini mengintegrasikan transparansi harga, kenyamanan, dan pengalaman pelanggan dalam satu sistem, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.



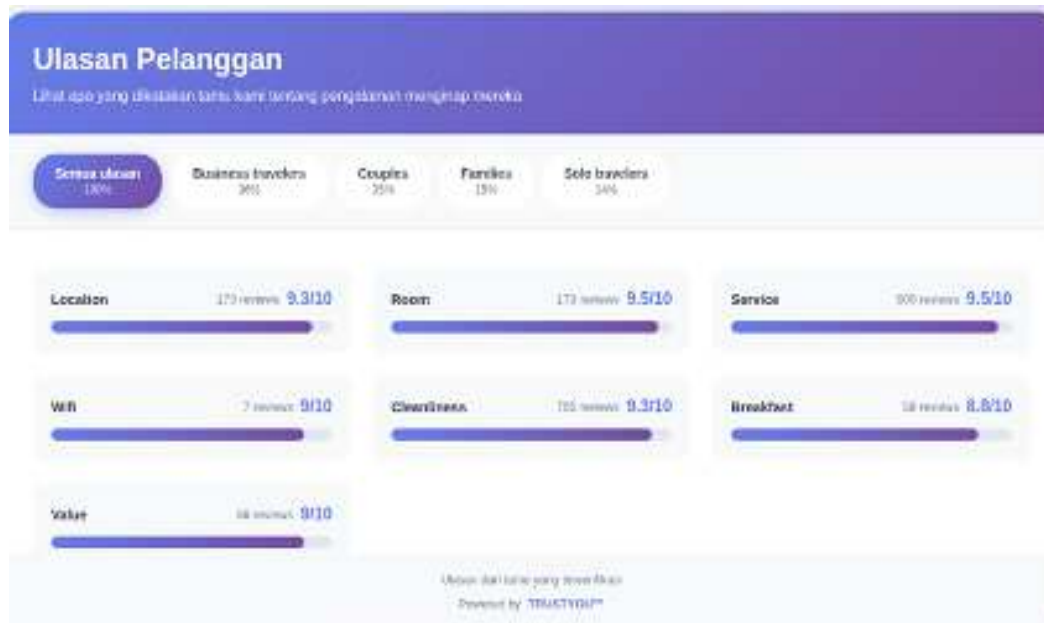
Gambar 3: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Booking.com (Booking.com 2025)

Tripadvisor adalah platform berbasis komunitas yang memungkinkan pengguna menciptakan nilai bersama melalui konten buatan pengguna (*user-generated content*) dan interaksi sosial. platform ini berfungsi sebagai sarana transaksi yang memfasilitasi pertukaran layanan dalam industri pariwisata.



Gambar 4: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Tripadvisor (Tripadvisor 2025)

Accor Hotels (All.accor.com) adalah grup perhotelan global yang diakui secara luas dengan portofolio merek hotel yang beragam, dari kelas ekonomi hingga mewah, dan sebagian besar beroperasi dengan model asset-light. strateginya berfokus pada inovasi, transformasi digital, dan pengalaman tamu yang dipersonalisasi.



Gambar 5: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Accor Hotel (Accor Hotel, 2025)

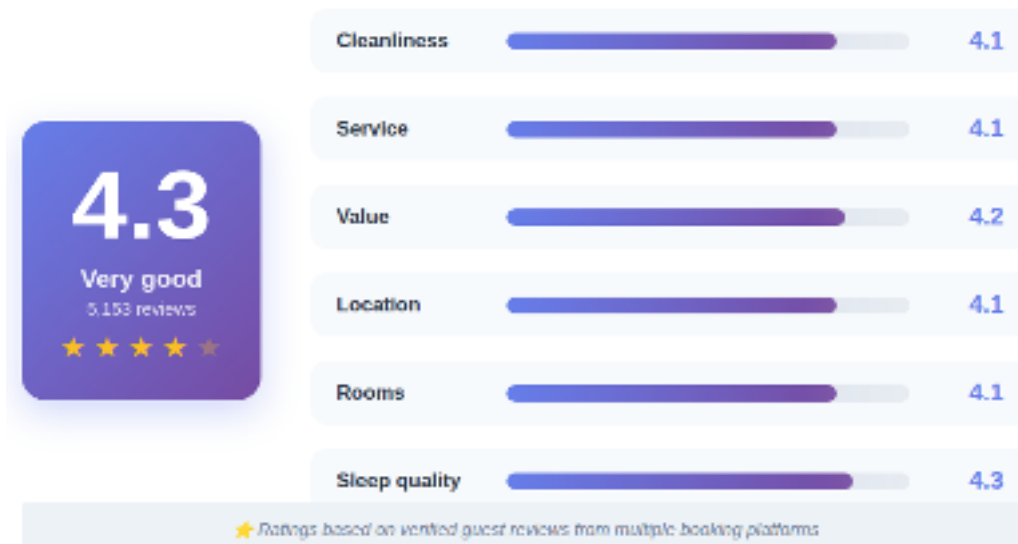
Kayak (metasearch perjalanan) merupakan kayak adalah platform metasearch yang mengagregasi penawaran dari berbagai agen perjalanan daring dan mengarahkan pengguna ke situs penyedia asli. perilaku pasarnya dipengaruhi oleh integrasi vertikal, yang sering kali memprioritaskan layanan afiliasinya seperti booking.com.



Gambar 6: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Kayak (Kayak 2025)

Skyscanner adalah mesin pencari metasearch untuk layanan perjalanan, yang memungkinkan pengguna membandingkan harga dari berbagai maskapai dan agen, lalu mengarahkan mereka untuk menyelesaikan pemesanan. Skyscanner tidak memproses pemesanan secara langsung, melainkan berperan sebagai alat penemuan dan pengambilan keputusan.

Ratings and reviews



Gambar 7: Rating dan Ulasan Novotel Manado di Skyscanner (Skyscanner 2025)

Peran OTA dalam pemasaran Novotel Manado yaitu distribusi digital yaitu OTA membantu hotel menjangkau pasar luas, bahkan secara internasional. Menyediakan informasi lengkap seperti foto, deskripsi fasilitas, dan ulasan tamu. Optimalisasi penjualan yaitu dengan promosi

dinamis (*flash sale, diskon*), ota mampu mendorong tingkat hunian untuk Mendukung sistem reservasi 24/7 yang memudahkan pelanggan dan penyedia analitik pasar karena banyak OTA memberikan insight tentang tren pencarian, demografi pelanggan, dan seasonal demand yang membantu strategi pemasaran hotel. Peran OTA dalam pembentukan citra digital yaitu: 1) Review & rating konsumen ulasan pelanggan di ota menjadi elemen kunci dalam membentuk citra hotel di mata calon tamu; 2) Visual branding foto profesional, deskripsi layanan, dan penataan halaman ota memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas hotel; 3) Reputasi online manajemen respon terhadap komentar di ota (positif/negatif) memperkuat kredibilitas dan kepercayaan konsumen.

Hasil Ulasan Tamu pada Platform OTA

Menyajikan hasil temuan dari ulasan tamu yang diperoleh melalui tujuh platform online travel agent (ota), yaitu traveloka, agoda, booking.com,tripadvisor,accor hotel,kayak, dan skyscanner terhadap fasilitas Hotel Novotel Manado. dan menganalisis sebanyak 50 ulasan tamu yang dipublikasikan sesudah pandemi covid- 19 (mulai tahun 2021 hingga 2025). periode ini dipilih karena mencerminkan situasi pasca-pandemi, di mana sektor pariwisata mulai pulih dan kembali menerima jumlah tamu yang meningkat.

Tabel 1 Jumlah Tamu Hotel Novotel Tahun 2021- 2025

OTA	2021	2022	2023	2024	2025
Traveloka	8	10	12	14	15
Agoda	7	9	11	12	12
Booking.com	6	7	8	9	9
Tripadvisor	5	6	8	8	8
Accor Hotel	3	4	5	5	5
Kayak	2	3	3	4	4
Skyscanner	2	2	3	3	3
Total	33	41	50	55	56

Sumber: Hotel Novhotel, 2025

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa jumlah tamu yang memberikan ulasan terhadap Hotel Novotel Manado mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2023, dengan puncak kenaikan terjadi pada tahun 2023. peningkatan ini selaras dengan periode pemulihan sektor pariwisata pasca-pandemi covid-19, di mana kegiatan perjalanan bisnis, liburan keluarga, dan acara mice (*meetings, incentives, conferences, and exhibitions*) kembali aktif di manado.platform traveloka secara konsisten mencatat jumlah ulasan tertinggi setiap tahun, diikuti oleh agoda dan booking.com. oleh karna itu hal ini menunjukkan dominasi ketiga platform tersebut sebagai saluran pemesanan utama bagi tamu yang menginap di Hotel Novotel Manado. sementara itu, kayak dan skyscanner menunjukkan angka ulasan yang lebih rendah, kemungkinan karena peran utamanya sebagai mesin pencari harga (*price aggregator*) dibandingkan sebagai platform ulasan langsung. dari sisi pertumbuhan, lonjakan signifikan terlihat pada 2022 - 2023, yang berkaitan erat dengan dibukanya kembali akses penerbangan internasional ke manado dan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara. pada 2024 - 2025, jumlah ulasan cenderung stabil, mengindikasikan bahwa tingkat okupansi hotel mulai kembali pada pola normal sebelum pandemi.

Tabel 2: 50 (limapuluh) ulasan tamu terhadap Hotel Novotel

Tamu	Ulasan Tamu	Tema Fasilitas
Tamu 1	Staf ramah dan protokol covid diterapkan, masker dan hand sanitizer tersedia.	Pelayanan staf / protokol kesehatan
Tamu 2	Kamar bersih, sarapan diatur per porsi untuk menghindari kerumunan.	Kamar dan kebersihan /restoran dan sarapan
Tamu 3	Lobby sepi dan jarak kursi diatur, cek suhu di pintu masuk.”	Fasilitas umum protokol kesehatan
Tamu 4	Sarapan kembali buffet, pilihan makanan beragam dan lezat.	Restoran dan sarapan
Tamu 5	Kolam renang sudah dibuka penuh, air bersih dan pemandangan indah.	Kolam renang dan gym
Tamu 6	Pemandangan dari kamar lantai atas luar biasa, terutama saat matahari terbenam.	Kamar dan pemandangan
Tamu 7	Restoran menghadirkan menu lokal dan internasional, rasanya enak.	Restoran dan sarapan
Tamu 8	Kamar luas, tempat tidur empuk, tidur nyenyak.	Kamar dan kebersihan
Tamu 9	Check-in online praktis dan cepat.	Pelayanan staf
Tamu 10	Hotel bersih, protokol kesehatan diterapkan dengan baik, membuat tamu merasa aman.	Kamar dan kebersihan / protokol kesehatan
Tamu 11	Proses check-in cepat dan efisien, resepsionis ramah serta informatif.	Pelayanan staf
Tamu 12	Sarapan enak dan bervariasi, penyajian rapi dan higienis.	Restoran dan sarapan
Tamu 13	Kamar nyaman, fasilitas sesuai standar brand accor yang terjaga kualitasnya.	Kamar dan kebersihan
Tamu 14	Area kolam renang bersih dan terawat, cocok untuk bersantai bersama keluarga.	Kolam renang dan gym
Tamu 15	Pelayanan staf luar biasa, sigap membantu dan selalu menyapa tamu dengan senyum.”	Pelayanan staf
Tamu 16	Kamar bersih dan rapi, sesuai dengan foto di aplikasi.	Kamar dan kebersihan
Tamu 17	Protokol kesehatan dijalankan dengan baik, merasa aman.	Protokol kesehatan
Tamu 18	Sarapan enak dengan variasi menu setiap hari.	Restoran dan sarapan
Tamu 19	Lokasi strategis, dekat dengan pusat kota dan bandara.	Lokasi
Tamu 20	Staf ramah, membantu membawa barang bawaan.”	Pelayanan staf
Tamu 21	Fasilitas gym lengkap dan terawat.	Kolam renang dan gym
Tamu 22	Pemandangan kolam renang indah dan terjaga kebersihannya.	Kolam renang dan pemandangan
Tamu 23	Wi-Fi kencang, cocok untuk video meeting.	Fasilitas tambahan

Tamu 24	Check-in cepat, tanpa antrre lama."	Pelayanan staf
Tamu 25	Restoran hotel menyajikan hidangan lokal yang lezat.	Restoran dan sarapan
Tamu 26	Housekeeping responsif, kamar selalu wangi.	Kamar dan kebersihan
Tamu 27	Suasana hotel tenang, cocok untuk istirahat.	Kamar dan fasilitas umum
Tamu 28	Kamar modern dengan fasilitas lengkap.	Kamar dan kebersihan
Tamu 29	Kolam renang memiliki area anak yang aman.	Kolam renang dan gym
Tamu 30	Pelayanan resepsionis sangat ramah dan informatif.	Pelayanan staf
Tamu 31	Pengalaman menginap luar biasa, pasti kembali lagi.	Keseluruhan / pengalaman menginap
Tamu 32	Harga yang muncul awalnya murah, tapi saat dikonfirmasi menjadi jauh lebih mahal. Sangat mengecewakan.	Harga dan pemesanan
Tamu 33	Aplikasi sering mengarahkan saya ke situs pemesanan pihak ketiga yang tidak bisa iandalkan. banyak harga tidak valid saat dicoba dipesan.	Pemesanan / keandalan aplikasi
Tamu 34	Update harga tidak akurat, kadang muncul selisih besar antara	Harga dan pemesanan
Tamu 35	Fitur pencarian sering error, kadang hasil tidak sesuai dengan filter yang saya pilih.	Fitur aplikasi
Tamu 36	Notifikasi harga tidak pernah tepat waktu. beberapa tiket yang saya incar sudah habis sebelum saya bisa booking.	Notifikasi dan pemesanan
Tamu 37	Kamar bersih, perlengkapan mandi lengkap, protokol kesehatan ketat.	Kamar dan kebersihan protokol kesehatan
Tamu 38	Sarapan enak, porsi cukup besar dan disajikan hangat.	Restoran dan sarapan
Tamu 39	Lokasi dekat bandara memudahkan perjalanan bisnis.	Lokasi terjangkau
Tamu 40	Staf sangat membantu, proses check-in dan check-out cepat.	Pelayanan staf
Tamu 41	Kolam renang bersih dengan pemandangan taman yang asri.	Kolam renang dan pemandangan
Tamu 42	Kamar luas dengan balkon pribadi, cocok untuk bersantai.	Kamar dan pemandangan
Tamu 43	Pengalaman menginap menyenangkan, layanan hotel semakin profesional.	Keseluruhan / pengalaman menginap
Tamu 44	Restoran menyajikan sarapan dengan pilihan menu internasional dan lokal, semua terasa segar dan lezat.	Restoran dan sarapan

Tamu 45	Kamar luas, tempat tidur sangat nyaman, dan pemandangan pegunungan memukau.	Kamar dan pemandangan
Tamu 46	Pelayanan staf luar biasa, Setiap permintaan dilayani cepat dan penuh keramahan.	Pelayanan staf
Tamu 47	Harga yang ditampilkan sering tidak tersedia saat mencoba memesan. Harus cek manual ke situs lain.	Harga dan pemesanan
Tamu 48	Sering mengarahkan ke situs pihak ketiga yang bermasalah. proses booking jadi ribet dan membingungkan.	Pemesanan / keandalan aplikasi
Tamu 49	Pembaharuan harga tidak konsisten. saya hampir kehilangan tiket karena harga berubah tiba-tiba.	Harga & pemesanan
Tamu 50	Aplikasi sering crash saat mencari penerbangan internasional. sangat mengecewakan untuk perencanaan perjalanan."	Fitur Aplikasi / keandalan

Sumber: Hasil Olahan Data, 2025

Hasil Analisis Aspek Fasilitas yang Paling Banyak Mendapat Perhatian

Berdasarkan hasil analisis 50 ulasan tamu dari tujuh platform ota, terdapat lima kategori fasilitas yang paling banyak mendapat perhatian, yaitu kamar dan kebersihan, restoran dan sarapan, kolam renang dan gym, pelayanan staf, dan fasilitas tambahan. secara umum, mayoritas ulasan bersentimen positif, meskipun terdapat beberapa catatan perbaikan yang bersifat minor.

1. Pada aspek kamar dan kebersihan, sebagian besar tamu menilai kamar dalam kondisi bersih, rapi, dan sesuai dengan foto pada aplikasi. kenyamanan tempat tidur, kelengkapan perlengkapan mandi, serta penerapan protokol kesehatan yang ketat menjadi poin yang sering dipuji. housekeeping dinilai responsif dan menjaga aroma kamar tetap segar.
2. Fasilitas restoran dan sarapan juga mendapat banyak apresiasi, terutama dari segi cita rasa, variasi menu, dan penyajian yang higienis. tamu merasa puas dengan pilihan menu internasional dan lokal yang tersedia setiap hari, serta kebersihan area makan.
3. Pada kategori kolam renang dan gym, tamu memuji kebersihan kolam renang, keindahan pemandangan di sekitarnya, serta adanya area kolam khusus anak yang aman. fasilitas gym dinilai lengkap dan terawat dengan baik, mendukung kebutuhan tamu yang ingin berolahraga selama menginap.
4. Aspek pelayanan staf menjadi salah satu kekuatan Hotel Novotel Manado. Banyak tamu mengungkapkan bahwa staf bersikap ramah, selalu menyapa, sigap membantu kebutuhan tamu, serta mampu memproses check-in dengan cepat dan efisien.
5. Sementara itu, pada kategori fasilitas tambahan, ulasan positif berfokus pada kecepatan akses wi-fi, ketersediaan area parkir, serta penerapan protokol kesehatan seperti penyediaan masker dan hand sanitizer di area publik. temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas utama hotel, khususnya kamar, sarapan, kolam renang, pelayanan staf, dan fasilitas pendukung, telah memberikan pengalaman positif bagi sebagian besar tamu. namun, catatan yang muncul dari ulasan minor tetap penting diperhatikan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 50 ulasan tamu yang diperoleh dari tujuh platform Online Travel Agent (OTA), komentar dikelompokkan ke dalam beberapa tema fasilitas yang mencerminkan persepsi tamu terhadap layanan dan fasilitas Hotel Novotel Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tamu didominasi oleh penilaian positif, khususnya pada aspek kamar, kebersihan, restoran, kolam renang, dan pelayanan staf. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL, terutama pada dimensi tangibles, reliability dan empathy, di mana kondisi fasilitas yang terawat serta sikap staf yang ramah dan responsif berkontribusi langsung terhadap kepuasan tamu. Kesesuaian antara kondisi kamar dengan informasi pada aplikasi menunjukkan tingkat reliability yang baik, sementara keramahan staf mencerminkan dimensi responsiveness dan assurance. Selain layanan inti, fasilitas pendukung seperti restoran, sarapan, dan kolam renang memperkuat pengalaman menginap secara holistik serta meningkatkan perceived value tamu, yang dalam kerangka *destination competitiveness* berfungsi sebagai faktor pendukung daya saing akomodasi. Namun demikian, analisis juga mengungkap kelemahan pada aspek harga dan sistem pemesanan digital. Ketidaksesuaian harga serta gangguan fitur aplikasi menunjukkan rendahnya kualitas e-service quality, khususnya pada dimensi efficiency, system availability, dan transparency. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan langsung dinilai tinggi, pengalaman digital yang kurang optimal berpotensi menurunkan kepuasan dan kepercayaan tamu. Secara kuantitatif-interpretatif, dominasi komentar positif menegaskan bahwa dimensi SERVQUAL merupakan faktor utama pembentuk kepuasan, sementara e-service quality berperan sebagai penentu keberlanjutan minat tamu dalam proses pemesanan.

Secara umum, interpretasi ini menunjukkan bahwa Hotel Novotel Manado berhasil mempertahankan kualitas layanan utama pasca-pandemi, namun tetap perlu memperbaiki aspek terkait transparansi harga dan keandalan sistem pemesanan, terutama di platform OTA, guna mengoptimalkan pengalaman tamu secara menyeluruh.

Tabel 3: Komentar positif dan negatif tamu berdasarkan OTA

Platform OTA	Tema Utama	Komentar Positif (n)	Komentar Negatif (n)	Temuan Kunci
Traveloka	Pelayanan staf	6	2	Staf ramah dan membantu, namun respons menurun saat hotel ramai
	Kamar & kebersihan	8	4	Kamar bersih dan nyaman, sebagian furnitur dinilai mulai usang
	Sarapan	7	3	Menu variatif, namun terasa monoton bagi tamu menginap lama
	Fasilitas rekreasi	11	6	Kolam renang menarik, kebersihan menurun saat peak season
	Protokol kesehatan	2	1	Umumnya baik, namun konsistensi masih perlu ditingkatkan
Accor Hotels	Pelayanan & check-in	12	5	Check-in efisien, keluhan muncul saat tingkat hunian tinggi
	Kamar & kebersihan	9	3	Kamar luas dan rapi, isu usia furnitur mulai terlihat
	Restoran & sarapan	9	5	Suasana nyaman, kualitas makanan belum selalu konsisten
	Protokol kesehatan	4	2	Penerapan baik, pengawasan area umum perlu diperkuat
Booking.com	Lokasi	9	2	Lokasi strategis, sebagian tamu menilai jauh dari pusat kuliner
	Internet (Wi-Fi)	9	2	Akses luas, namun koneksi tidak selalu stabil
	Pelayanan staf	6	2	Staf ramah, respons menurun saat hotel penuh
	Kebersihan	3	3	Linen rapi, konsistensi kebersihan perlu ditingkatkan
Kayak	Fasilitas rekreasi	6	9	Kolam & gym tersedia, kualitas dinilai belum setara hotel bintang 4
	Pelayanan staf	3	5	Ramah, tetapi lambat saat kondisi ramai
	Value for money	3	6	Suasana nyaman, harga dianggap kurang sebanding
Agoda	Harga	6	4	Harga kompetitif, perubahan harga saat konfirmasi dikeluhkan
	Keandalan aplikasi	16	14	Mudah digunakan, error pemesanan masih sering terjadi
Tripadvisor	Kolam & rekreasi	7	8	Area luas dan nyaman, isu kebersihan dan perawatan
Skyscanner	Harga & aplikasi	10	12	Promo menarik, sistem redirect membingungkan

Sumber: Olahan Data, 2025

Berdasarkan ringkasan komentar tamu pada berbagai platform Online Travel Agent (OTA) sebagaimana disajikan pada Tabel 3, dapat diidentifikasi pola umum persepsi tamu terhadap kualitas layanan, fasilitas, serta keandalan sistem pemesanan hotel. Secara keseluruhan, komentar positif mendominasi pada aspek pelayanan staf, kebersihan kamar, fasilitas rekreasi, dan lokasi, sementara komentar negatif lebih banyak muncul pada isu konsistensi layanan saat tingkat hunian tinggi serta keandalan aplikasi OTA. Pada platform Traveloka, aspek yang paling banyak memperoleh apresiasi positif adalah pelayanan staf, kebersihan kamar, dan fasilitas kolam renang. Tamu menilai staf ramah dan sigap serta kamar relatif bersih dan nyaman. Namun demikian, keluhan muncul ketika berada dalam kondisi ramai, khususnya terkait respons staf dan kebersihan fasilitas rekreasi. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja layanan pada dimensi responsiveness dan reliability dalam kerangka SERVQUAL. Komentar tamu pada Accor Hotels cenderung menekankan efisiensi proses check-in, kenyamanan kamar, serta profesionalisme staf. Meskipun demikian, sejumlah ulasan negatif mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan kebersihan belum selalu konsisten saat okupansi tinggi. Hal ini mengonfirmasi bahwa standar layanan yang kuat tetap membutuhkan pengendalian mutu berkelanjutan agar persepsi positif tamu dapat dipertahankan. Sementara itu, pada Booking.com, faktor lokasi strategis dan akses internet (Wi-Fi) menjadi keunggulan utama yang banyak diapresiasi. Namun, beberapa tamu mengeluhkan stabilitas jaringan serta kondisi interior kamar yang mulai terlihat usang. Kondisi ini menegaskan bahwa kualitas fasilitas fisik (tangibles) masih menjadi determinan penting dalam membentuk kepuasan dan minat kunjungan ulang. Berbeda dengan OTA lain, ulasan pada Kayak dan Tripadvisor menunjukkan proporsi komentar negatif yang relatif lebih tinggi, terutama pada aspek fasilitas rekreasi, value for money, dan perawatan area publik. Tamu menilai bahwa meskipun suasana hotel nyaman, kualitas fasilitas belum sepenuhnya sebanding dengan harga yang dibayarkan. Temuan ini memperlihatkan pentingnya kesesuaian antara harga, kualitas layanan, dan pengalaman menginap dalam membangun persepsi nilai (perceived value). Pada platform yang berbasis sistem digital seperti Agoda dan Skyscanner, isu utama tidak hanya berkaitan dengan hotel, tetapi juga dengan keandalan aplikasi, seperti perubahan harga saat konfirmasi, error pemesanan, serta sistem redirect ke pihak ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa selain kualitas layanan hotel, e-service quality dari platform OTA turut berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan tamu secara keseluruhan. Secara sintesis, temuan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa kepuasan tamu dibentuk oleh kombinasi antara kualitas layanan langsung (*offline service quality*) dan kualitas layanan digital (*e-service quality*). Ketika kedua aspek tersebut berjalan selaras, persepsi positif tamu meningkat dan berpotensi memperkuat citra destinasi serta daya saing hotel. Sebaliknya, inkonsistensi layanan dan gangguan sistem digital dapat melemahkan pengalaman menginap, meskipun fasilitas dan lokasi hotel tergolong baik.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis ulasan tamu yang dihimpun dari tujuh platform online travel agent (OTA), penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi tamu terhadap fasilitas dan layanan Hotel Novotel Manado secara umum berada pada kategori positif. Tingkat kepuasan tertinggi tercermin pada aspek pelayanan staf, kebersihan kamar, serta kenyamanan fasilitas, di mana keramahan staf, kebersihan area publik, dan kualitas tempat tidur menjadi faktor dominan yang membentuk pengalaman menginap yang menyenangkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan inti hotel telah mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi sebagian

besar tamu. Hasil analisis juga memperlihatkan bahwa tema pelayanan staf serta kamar dan kebersihan merupakan aspek yang paling konsisten menerima komentar positif, sementara kritik lebih banyak diarahkan pada fasilitas restoran dan sarapan, khususnya terkait variasi menu, serta pada fasilitas tambahan seperti kestabilan koneksi Wi-Fi. Pola ini menunjukkan adanya kesenjangan pada aspek pendukung layanan yang berpotensi memengaruhi kepuasan tamu apabila tidak dikelola secara berkelanjutan. Dari sisi platform, Traveloka, Booking.com, dan Agoda tercatat sebagai sumber ulasan terbanyak, menegaskan peran ketiga OTA tersebut sebagai kanal utama pemesanan dan pembentukan persepsi publik terhadap hotel. Sebaliknya, Skyscanner dan Kayak menunjukkan proporsi ulasan negatif yang relatif lebih tinggi, yang umumnya berkaitan dengan aspek teknis pemesanan dan keandalan sistem aplikasi, sejalan dengan karakter platform yang lebih berfokus pada perbandingan harga dibandingkan pengalaman menginap secara langsung. Analisis tren waktu mengungkapkan adanya peningkatan signifikan jumlah ulasan pada periode 2022–2023 yang bertepatan dengan fase pemulihan pariwisata pasca pandemi COVID-19, sebelum kemudian cenderung stabil pada periode 2024–2025. Hal ini mengindikasikan kembalinya aktivitas wisata dan meningkatnya intensitas interaksi tamu dengan platform digital dalam menyampaikan pengalaman mereka. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya konsistensi kualitas layanan, penguatan fasilitas pendukung, serta pengelolaan reputasi digital yang responsif. Optimalisasi kualitas menu sarapan, peningkatan jaringan Wi-Fi, pemanfaatan OTA dengan tingkat ulasan positif tinggi, respons proaktif terhadap keluhan tamu, serta pengembangan fasilitas tambahan seperti gym, spa, dan area bermain anak menjadi strategi krusial dalam mempertahankan kepuasan, memperkuat citra merek hotel, dan meningkatkan daya saing Hotel Novotel Manado di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

DAFTAR RUJUKAN

- Ababil, M. R., Sugiarti, Y., & Fithry, A. (2023). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Kerugian Wisatawan Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Jurnal Jendela Hukum*, 10(2), 176-196.
- Aditya, P., & Lestari, D. (2022). Peran Digitalisasi Dalam Promosi Hotel Melalui OTA. *Jurnal E-Commerce dan Perhotelan*, 5(2), 78–90.
- Chaichi, John & Sebian. (2023). Corporate Strategy in VUCA World: A Report on Accor Hotels. ResearchGate.
- Chaichi, K., John, M., & Sebian, M. (2023). Upsurges of Consumer Brand Loyalty towards Online Travel Websites: Case of Booking.com.
- Fitriani, r., & Wulandari, N. (2021). peran pariwisata budaya dalam pelestarian tradisi lokal: studi kasus desa wisata penglipuran. *jurnal kebudayaan dan pariwisata*, 6(1), 34–47.
- Handayani, a., & suryanto, d. (2021). kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan tamu hotel. *jurnal manajemen layanan*, 6(1), 45–57.
- Hunold, M., Kesler, R., & Laitenberger, U. (2021). Rankings of Online Travel Agents: Channel Pricing and Consumer Protection. ResearchGate.
- Kementerian pariwisata. (2014). permenparekraf no. 6 tahun 2014 tentang standar usaha hotel.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society*. Pearson.
- Lestari, d., & pranata, g. (2022). klasifikasi fasilitas hotel dan implikasinya terhadap citra merek. *jurnal manajemen pariwisata*, 6(2), 50–62.
- Lestari, s. (2022). fasilitas hotel dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *jurnal inovasi*

- pariwisata, 7(2), 78–89. oanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh trust dan perceived risk pada intention to use menggunakan technology acceptance model (Studi kasus pada situs e-commerce traveloka). *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 2(1), 64-73.
- Munawaroh, m., suhendi, a., putri, p., safitri, b., nadiyah, a., & mulyadi, s. (2022). pkm pengenalan pentingnya peran digital dalam mengenalkan wisata budaya dan wisata religi kasunyatan banten. *jurnal ilmiah pengabdian kepada masyarakat*, 2(1), 21-31.
- Nugroho, a. (2023). peran teknologi dalam distribusi layanan perhotelan. *jurnal pariwisata dan teknologi*, 8(1), 51–63.
- Nuraini, t., & budiando, a. (2022). dampak pariwisata terhadap tenaga kerja di indonesia pasca pandemi. *jurnal ekonomi regional*, 5(1), 20–33.
- Paat, d., & rotinsulu, l. (2023). analisis review konsumen ota terhadap citra hotel novotel manado. *jurnal kepariwisataan unsrat*, 11(1).
- Pemerintah indonesia. (2021). pp no. 5 tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan berbasis risiko.
- Pranata, r. (2020). citra merek dan loyalitas konsumen pada hotel berbintang di indonesia. *jurnal branding perhotelan*, 5(1), 60–72.
- Prasetyo, h. (2020). kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 8(2), 45–56.
- Putra, i. g. n., et al. (2023). efek multiplier pariwisata terhadap sektor konstruksi dan properti di bali. *jurnal pembangunan daerah*, 7(2), 101–114.
- Rachmawati, d., & suryani, l. (2021). pengaruh peningkatan pariwisata terhadap okupansi hotel di kawasan wisata alam. *jurnal pariwisata nusantara*, 9(3), 77–89.
- Rahmadani, f. (2021). transformasi hotel sebagai daya tarik wisata. *jurnal ekonomi kreatif & pariwisata*, 5(3), 80–91.
- Rahmadani, f., & yusuf, b. (2021). pengaruh harapan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen hotel. *jurnal perilaku konsumen*, 6(3), 92–106.
- Rahman, f. (2022). kontribusi PAD dari sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Keuangan Daerah*, 4(2), 55–68.
- Ramadhani, f., & sulistyono, d. (2021). pengaruh pemanfaatan ota terhadap tingkat hunian hotel. *jurnal bisnis digital*, 7(1), 34–45.
- Rantung, f.m., & mawikere, a. (2021). analisis persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas hotel berbintang di kota manado melalui ota. *ejournal pariwisata unsrat*, 9(2), 144–155.
- Revida, e., Purba, s., Simanjuntak, M., Permadi, l. a., simarmata, m. m., fitriyani, e., ... & purba, b. (2022). manajemen pariwisata.
- Schmidt, K., Kirchner, K., & Razmerita, L. (2022). Platform Evolution: A Study of TripAdvisor.
- Simbolon, r., & mewengkang, y. (2020). persepsi tamu terhadap fasilitas dan pelayanan hotel novotel manado melalui platform digital. *jurnal ilmu sosial dan humaniora*, 8(1).
- Sumber: hidayat, s., & pratama, r. (2022). pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas konsumen. *jurnal manajemen pemasaran*, 6(1), 55–66.
- Sumber: sari, r., & nugroho, d. (2020). persepsi masyarakat terhadap pelayanan publik di era digital. *jurnal ilmu sosial dan humaniora*, 8(4), 100–113.
- Suryawan, a., & andini, r. (2021). hubungan antara kualitas fasilitas hotel dan kepuasan tamu. *jurnal pelayanan hotel*, 5(1), 65–78.
- Sutrisno, a., & fadillah, y. (2022). manajemen hotel modern di era digital. *jurnal manajemen*

- perhotelan, 6(2), 60–74.
- Wibisono, t. (2023). peran ulasan digital terhadap persepsi dan keputusan menginap. jurnal e-tourism indonesia, 8(1), 30–42.
- Wibowo, t. (2020). analisis fasilitas hotel terhadap minat menginap konsumen. jurnal perhotelan nusantara, 7(1), 25–36.
- Wirasakti, S., & Purwanto, A. (2023). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Hotel Booking Purchase Decisions in the Agoda Application. International Journal of Multidisciplinary Research and Literature.
- Wulandari, R. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Hotel Berbasis Wisata Kota. Jurnal Pariwisata Nusantara, 8(1), 25–39.
- Yuliani, m. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Dosen Dalam Konteks Interaksi Psikologis. Jurnal Psikologi Humaniora, 10(2), 112–124.