

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Hotel Menggunakan Metode Fuzzy-Servqual di Favehotel Hyper Square Bandung

Rahmat Rafi Nugroho, Muhardi, Rabiatul Adwiyah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

rahmatrafinugroho24@gmail.com, muhardi@unisba.ac.id, rabiatul.adwiyah@unisba.ac.id

Abstract—Indonesia is one of the country that has many of the most beautiful tourist attractions in the world, one of the city is the town of B. In Addition, the City of Bandung many people have relatively high tourist visitors in the island of West Java because it can give impact a high enough impact for the hospitality World Visitors that is located in the city of Bandung. Judging from the residential level of the ROOM (TPK) which has the lowest percentage of the Hotel is 3-star 43.81% in 2017 (the central statistical Body of Bandung). Therefore, researchers want to analyze and recommend the quality of service in one of the 3 star hotels in Bandung, namely at *Favehotel Hyper Square* that runs in hospitality services for that in order to improve the progress and advice in the quality of services of the hotel then researchers do the collection of data by interview, observations, documentation, questionnaires and supported by the study of literature, by looking at the research field took a *Fuzzy* method that is integrated with the theory of *Service Quality*. The results of the level of Conformity analysis drawn to the quadrant analysis in the service provided by the hotel thoroughly still can not give a sense of satisfaction on the stay, it can be illustrated in the results of service Attributes 6) hotel has a wide availability of parking lots that have a percentage of 89% while on an attribute that has a percentage almost close to the level of conformity or satisfaction of consumers in the attribute 8) facilities reach the location by 98%. Meanwhile, for the results of the Fuzzy-servqual analysis which is then in the analysis on the value of GAP on the quality of service Favehotel Hyper Square Bandung Overall, still not satisfied because from the result still does not achieve what is wanted by the customer but there are services that reach the satisfaction of the has and should be retained, and do not need to be repaired as a 19 : Vehicles in parking) and 16) friendliness, courtesy and friendly attitude of employees to customers.

Keywords: *Fuzzy Servqual perception, Expectations, IPA (Importance performance Analysis)*

Abstrak—Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak tempat wisata terindah di dunia, salah satu kota yaitu Kota Bandung yang memiliki banyak tempat wisata yang indah dan menarik untuk dikunjungi. Selain itu kota Bandung banyak memiliki pengunjung wisata yang relative tinggi di pulau Jawa Barat Oleh sebab itu dapat memberikan

dampak yang cukup tinggi bagi dunia perhotelan yang terdapat di kota Bandung. Dilihat dari Tingkat Penghunian Kamar (TPK) yang memiliki persentasenya paling rendah yaitu Hotel berbintang 3 yaitu 43,81% pada tahun 2017 (badan Pusat Statistik kota Bandung). Oleh hal tersebut peneliti ingin menganalisis dan merekomendasikan kualitas pelayanan pada salah satu hotel bintang 3 di kota Bandung yaitu pada Favehotel Hyper Square yang berjalan di bidang jasa perhotelan untuk itu dalam rangka meningkatkan suatu kemajuan dan saran dalam kualitas pelayanan jasa hotel maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner dan di dukung oleh studi literatur, dengan melihat dilapangan peneliti mengambil sebuah metode yaitu Fuzzy yang diintegrasikan dengan teori Service Quality. Hasil dari tingkat Analisis tingkat Kesesuaian yang di gambarkan kepada Analisis Kuadran dalam pelayanan yang diberikan hotel secara menyeluruh masih belum bisa memberikan rasa kepuasan pada menginap, hal ini dapat digambarkan pada hasil pelayanan atribut 6) Hotel Memiliki Ketersediaan lahan parkir yang luas yang memiliki presentase 89% sedangkan pada atribut yang memiliki presentase hampir mendekati Tingkat kesesuaian atau rasa puas konsumen pada atribut 8) Kemudahan menjangkau lokasi sebesar 98%. Sementara itu untuk hasil analisis Fuzzy-Servqual yang kemudian di analisis pada nilai GAP atas Kualitas pelayanan Favehotel Hyper Square Bandung secara keseluruhan penginap masih belum merasa puas karena dari hasilnya masih tidak mencapai apa yang diinginkan penginap tetapi ada pelayanan yang mencapai kepuasan konsumen dan harus di pertahankan, dan tidak perlu diperbaiki secara keseluruhan yaitu seperti pelayanan 19) Keamanan di lingkungan sekitar (misal: kendaraan yang di parkir) dan 16) Keramahan, kesopanan dan sikap bersahabat karyawan terhadap pelanggan.

Kata Kunci : *Fuzzy Servqual Persepsi, Harapan, IPA (Importance performance Analysis)*.

I. PENDAHULUAN

Favehotel Hyper Square adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa penginapan/perhotelan, yang berlokasi di Jl.Pasir Kaliki No.25-17,Kb.Jeruk, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Favehotel Hyper Square Bandung yang memiliki suasana yang sejuk dan strategis yang

terletak dekat dengan pusat kota, dekat pusat pembelanjaan yaitu Mall 23 paskal dan jarak lokasi yang bisa ditempuh dengan berjalan kaki dari stasiun kereta api Bandung. Oleh karena itu Favehotel Hyper square cocok untuk pengunjung yang mencari hotel yang dekat dengan stasiun untuk menginap sekaligus berbelanja dan mencari kuliner kota bandung.

Hotel yaitu salah satu tempat yang sangat dibutuhkan bagi wisatawan ketika melakukan perjalanan. Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara di kota Bandung mengalami kenaikan dan penurunan. Dilihat dari Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di kota bandung pada tahun 2017 yang memiliki presentase paling rendah yaitu hotel berbintang 3 yang memiliki presentase 43,81%. Untuk itu dari beberapa hotel bebintang 3 di kota bandung peneliti memilih Favehotel Hyper Square Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Jasa Hotel pada Favehotel Hyper Square bandung ?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan Jasa Hotel jika diukur menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) ?
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan Jasa Hotel jika diukur menggunakan Metode Fuzzy-Servqual pada Favehotel Hyper Square Bandung?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Menganalisis pelayanan jasa hotel di Favehotel Hyper Square Bandung.
2. Menganalisis kualitas pelayanan jasa hotel yang diukur menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) di Favehotel Hyper Square Bandung
3. Menganalisis kualitas pelayanan jasa hotel yang diukur menggunakan metode Fuzzy-Servqual di Favehotel Hyper Square Bandung

II. LANDASAN TEORI

Definisi Menurut Heizer&Render (2011:4) “Manajemen Operasi adalah sebuah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output”. Maka untuk itu, perusahaan besar rata-rata yang ada di dunia ini banyak menerapkan teknik MO (Manajemen Operasional) karena kesadaran akan pentingnya perhatian dalam proses produksi guna meningkatkan nilai produksi dan mendapatkan laba. Kemudian menurut Handoko (2010:3), dijelaskan bahwa usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (atau sering disebut faktor-faktor produksi) tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa disebut Manajemen operasi.

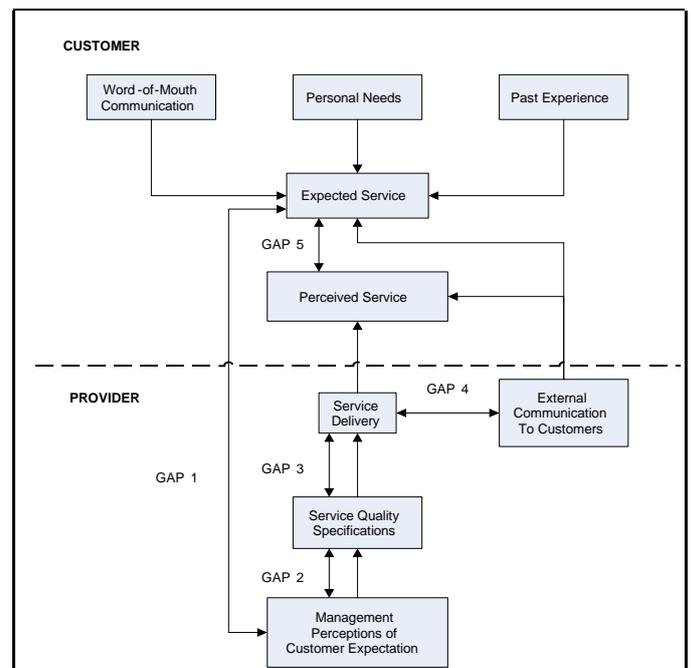
Dari berbagai pengertian diatas bisa dikatakan bahwa Manajemen operasi adalah seluruh rangkaian aktivitas yang menjalankan pengelolaan dengan efektif dan efisien dalam penggunaan proses faktor produksi seperti SDM, bahan baku, peralatan, mesin, dan diubah menjadi berbagai produk jasa. dan barang

Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen atas kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Memberikan pelayanan yang baik dan komplit atas keinginan konsumen akan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen. Adapun karakteristik pelayanan dibagi menjadi 5 bagian.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182) terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan jasa yaitu Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy).

Untuk itu dalam perbandingan antara kinerja/persepsi dengan harapan disebut dengan kesenjangan atau gap kualitas layanaan, Menurut (Sholikhah & Iriananda, 2017) yang dapat dirumuskan berikut ini:

$$\text{Persepsi} - \text{harapan} = \text{gap}$$



Gambar 1. gaps model of service quality

Berdasarkan gambar *gaps model of service quality* di bawah ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan (*gap*). Menurut (Tjiptono & G. Chandra, 2005) terdapat Lima kesenjangan (*gap*) menurut Zeithmal sebagai berikut:

1. Gap 1 antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (knowledge gap)
Gap ini berarti bahwa pihak manajemen

mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat

2. Gap 2 antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa

Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas kerja tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas

1. Gap 3 antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (delivery gap)

Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan pelayanan jasa.

2. Gap 4 antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (communication gap)

Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan.

3. Gap 5 antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (service gap)

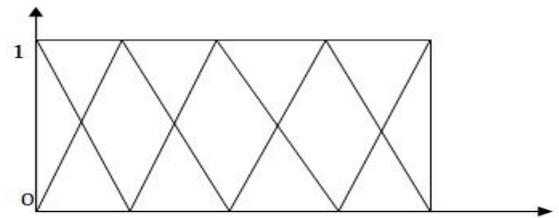
Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. Gap ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif, seperti kualitas buruk (negatively confirmed quality) dan masalah kualitas, dampak negatif terhadap citra korporat atau citra lokal dan kehilangan pelanggan

Dalam pelaksanaannya menggunakan metode fuzzy servqual sebelum melakukan pengukuran menggunakan service quality di olah terlebih dahulu menggunakan fuzzy. Ahli yang menemukan gagasan fuzzy yaitu Pror.L.a. Zadeh tahun 1965 lulusan California University. Himpunan Kabur (Fuzzy Set) menurut pencetusnya dapat dijelaskan seperti memodifikasi teori himpunan dimana setiap anggotanya memiliki derajatkeanggotaan yang bernilai kontinyu antara 0 sampai 1. Munculnya logika fuzzy didasari pada kondisi nyata, beberapa aspek dalam dunia nyata selalu ataubiasa berada diluar model matematis dan bersifat inexact, yang artinya Ketidak pastian inilah yang menjadi dasar dari logika ini. Himpunan Fuzzy didasarkan pada gagasan untuk memperluas jangkauan fungsi karakteristik sedemikian hingga fungsi “tersebut akan mencakup bilangan real pada interval [0,1]”. Nilai keanggotaannya menunjukkan bahwa suatu item dalam semesta pembicaraan tidak hanya berada pada 0 atau 1, namun juga nilai yang terletak diantaranya. Oleh hal tersebut, nilai kebenaran suatu item tidak hanya benar atau salah. Nilai 0 menunjukkan salah, nilai 1 menunjukkan benar, dan masih ada nilai-nilai yang terletak antara benar dan salah. Menurut (Kusumadewi, 2003) Himpunan fuzzy memiliki 2 atribut, yaitu:

1. Linguistik, yaitu penggantian suatu atribut menjadi atribut lain yang dapat mewakili suatu keadaan/kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa mudah dimengerti.

2. Numerik, merupakan suatu angka atau nilai yang menjadi ukuran dari suatu variabel.

Dikatakan bahwa suatu kurva yang menunjukkan pemetaan titik input kedalam nilai keanggotaannya (sering juga disebut dengan derajat keanggotaan) yang memiliki interval antara 0 sampai 1 yaitu disebut dengan Fungsi keanggotaan (membership function). Untuk menyatakan fungsi keanggotaan ada peneliti menggunakan Representasi kurva bentuk, yaitu (Kusumadewi,2002) bahu Kurva bahu adalah kurva yang mempresentasikan bukan hanya satu buah himpunan, melainkan terdiri dari beberapa himpunan. Berbeda dengan kurva sebelumnya yang menggambarkan menjadi salah satu himpunannya saja pada kurva bentuk bahu ini memiliki bahu disebelah kiri dan sebelah kanannya pada intinya yang membedakan dengan yang lain.



Gambar 1. Kurva Bahu

Dalam Tahap pemetaan nilai masukan dan kedalam bentuk himpunan fuzzy dapat disebut Fuzzifikasi. Awalnya Data masukan berupa bilangan tegas (crisp) yang akan diubah menjadi himpunan fuzzy berdasarkan range untuk setiap variabel masukannya. Pada proses fuzzyfikasi ini terdapat dua hal yang harus diperhatikan yaitu nilai masukan dan keluaran serta fungsi keanggotaan (membership function) yang akan digunakan untuk menentukan nilai fuzzy dari data nilai crisp masukan dan keluaran. Menurut (Mahaswari & Asthana, 2013). Pada proses Fuzzyfikasi ini digunakan bentuk fungsi keanggotaan dengan menggunakan kurva bahu sebagai variabel masukannya. Setelah melakukan Fuzzyfikasi melakukan pencarian Range nilai dari bobot jawaban responden disebut Triangular fuzzy Number. TFN terdiri dari tiga nilai batas yaitu nilai batas bawah (a), nilai tengah (b) dan nilai batas atas (c). Setiap pilihan diberikan range nilai yang akan dihitung menggunakan rumus untuk menentukan TFN. Menurut (Sri Kusumadewi 2002: 97) mencari nilai c, a, dan b untuk tiap kriteria dilakukan dengan menggunakan langkah awalnya dengan cara sebagai berikut:

Nilai batas tengah (a_i):

$$a_i = \frac{b_{i1}n_1 + b_{i2}n_2 + b_{i3}n_3 + \dots + b_{ik}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Nilai batas atas (b_i):

$$b_i = \frac{b_{i2}n_1 + b_{i3}n_2 + b_{i4}n_3 + \dots + b_{ik}n_{k(k-1)} + b_{ik}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Nilai batas bawah (c_i):

$$c_i = \frac{b_{i1} + b_{i1}n_2 + b_{i2}n_3 + \dots + b_{i(k-1)}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Setelah melakukan tahap awal di atas, selanjutnya menghitung Rata-rata nilai a_i , b_i , c_i ini merupakan nilai defuzzyfikasi yang rumuskan

Crisp fuzzy :

$$= \frac{a_i + b_i + c_i}{3}$$

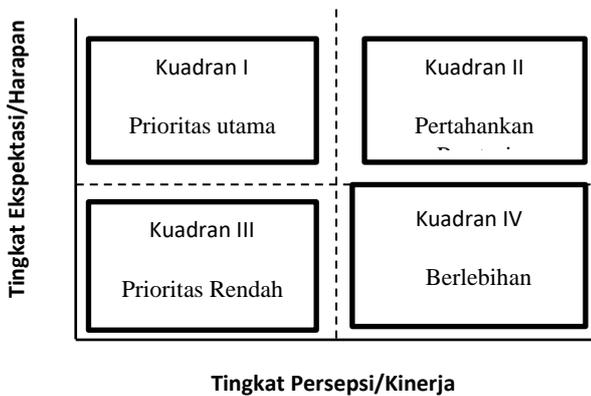
Keterangan :

c : Nilai batas bawah TFN

a : Nilai tengah TFN

b : Nilai batas atas TFN

Importance Performance Analysis (IPA) adalah prosedur dalam menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya seperti yang dipaparkan (Wijaya, 2011). Dalam metode *Importance Performance Analysis* menggabungkan antara ukuran dimensi kinerja (performance) dengan kepentingan (importance), dan dimensi keduanya di masukan ke dalamnya. Untuk nilai nilai kinerja sebagai sumbu horizontal dan kepentingan sebagai sumbu vertikal dengan menggunakan pusat pemotongan garis untuk nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kinerja.



Gambar 3 Diagram Kartesius

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

I. *Metodologi Penelitian*

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif

kuantitatif karena peneliti ingin menggambarkan atau melukiskan fakta-fakta atau keadaan ataupun gejala yang tampak dalam keadaan langsung maupun tidak langsung pada Favehotel Hyper Square Bandung.

Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Mukhtar (2013: 28).

Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada didalam suatu perusahaan dalam hal ini adalah fenomena mengenai manajemen operasi atau manajemen produksi yang terkait dengan Kualitas Pelayanan Jasa di Hotel dengan menggunakan metode Fuzzy Servqual.

Menurut Arikunto (2010:173) Populasi adalah kumpulan individual atau objek yang merupakan sifat-sifat umum. Untuk itu peneliti menetapkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung/penginap pada Favehotel Hyper Square periode Januari – Desember 2019.

Sedangkan Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi menurut Sugiyono (2008:118) Oleh karena itu sampel yang di dapatkan dari populasi berupa representatif (mewakili).

Sampel menggunakan persentase tingkat kesalahan (error) yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuannya menggunakan rumus *Slovin*, yang ditunjukkan sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel perusahaan

N = Ukuran Populasi perusahaan

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

$$n = \frac{2.200}{1 + 2.200 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.200}{23}$$

$$n = 95,65217$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan) } \text{ penginap}$$

Dari rumus Slovin di atas yang mendapatkan hasil 96 responden yang menjadi ukuran untuk jumlah responden yang mengisi. Responden yang akan mengisi kuesioner dapat mengisi kuesioner terbagi menjad 2 yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

Dengan adanya karakteristik responden peneliti bertujuan untuk menganalisis responden berdasarkan yang pertama yaitu Nama, jenis kelamin, Pekerjaan, asal daerah dan jumlah penghasilan perbulan (untuk yang sudah bekerja), hal tersebut agar hotel dapat mengetahui karakteristik penginap yang datang pada periode tertentu.

Pernyataan Kuesioner

Pernyataan tersebut terbagi menjadi 2 bagian yaitu dari sudut pandang Persepsi atau kinerja dan sudut pandang Harapan penginap kepada Favehotel Hyper Square Bandung. Penyusunan pernyataan ini didasari oleh 5 dimensi kualitas pelayanan dan memiliki 19 atribut, yaitu sebagai rincinya:

1. Tangibles (Bukti Langsung)
 - X1 Kondisi fisik hotel yang baik
 - X2 Kelengkapan fasilitas yang tersedia
 - X3 Kebersihan dan kenyamanan
 - X4 Ketersediaan Penyejuk ruangan (AC, kipas angin, dan lain-lain)
 - X5 Desain dan tata letak bangunan
 - X6 Ketersediaan Luas lahan parkir
 - X7 Ketersediaan sarana beribadah di Mushola (rukuk, sajadah, dan lain-lain)
2. Reliability (Keandalan)
 - X8 Kemudahan menjangkau lokasi
 - X9 Kesesuaian fasilitas yang diterima dengan yang ditawarkan sebelumnya Ketepatan waktu pelayanan
 - X10 Karyawan Favehotel Hyper Square Bandung dapat diandalkan/dipercaya
3. Responsiveness (Daya Tanggap)
 - X11 Pihak hotel selalu siap dalam memberikan pelayanan
 - X12 Pihak Hotel memberikan bantuan dengan cepat atas pelayanannya
 - X13 Pihak Hotel selalu bersedia membantu para pelanggan
4. Assurance (Jaminan)
 - X14 Tanggung jawab manajemen maupun karyawan dalam proses pelayanan
 - X15 Keramahan, kesopanan dan sikap bersahabat karyawan terhadap pelanggan
 - X16 Keamanan di lingkungan sekitar (misal: kendaraan yang di parkir)
5. Emphathy (Empati)

- X17 Kemudahan pelanggan menghubungi dan berkomunikasi dengan staff/karyawan.
- X18 Kemudahan pelanggan berhubungan dan berkomunikasi dengan pihak manajemen dalam melakukan administrasi (prosedur yang tidak berbelit-belit)
- X19 Favehotel Hyper Square Bandung memberikan perhatian individual

Skala yang digunakan peneliti yaitu Skala Likert 1 sampai 5 dalam mengetahui pemberian nilai responden baik persepsi dan ekspektasi. Dapat dilihat table dibawah ini:

TABEL 1 SKALA LIKERT PENELITIAN

Skala	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi
1	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting
2	Kurang Puas	Kurang Penting
3	Cukup Puas	Cukup Penting
4	Puas	Penting
5	Sangat Puas	Sangat Penting

IV. PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner tahap awal ini diberikan kepada >20 responden untuk mengetahui apakah atribut pernyataan yang di berikan lolos uji validitas dan reabilitas. Setelah lolos uji validitas dan reabilitas dilakukan penyebaran dengan jumlah yang lebih besar yaitu melalui angket dan *google form* dengan target sebesar 96 responden yang mengisi. Responden yang mengisi *google form* ini dapat mengisi di gadget/ponsel pengisi kuesioner dan dapat di lakukan dimanapun dalam kurun waktu periode yang telah ditentukan. Ketika semua tribute pertanyaan yang diberikan valid dan reliabel maka pertanyaan dapat di sebar lebih lanjut dan data dapat di pertanggung jawabkan. Dalam penyebaran kuesioner yang dilakukan pada Penginap Favehotel Hyper Square Bandung yang telah merasakan pelayan hotel dari periode Januari-Desember 2019 yang mengisi kuesioner sebagai berikut:

TABEL 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	• Laki-laki	56	58%
	• Perempuan	40	42%

2	Pekerjaan		
	• Pelajar/Mahasiswa	29	30,2%
		23	24%
	• Pegawai Negeri/ BUMN	24	25%
	• Pegawai Swasta	18	18,8%
	• Wirusaha/ Pengusaha	2	2,1%
	• Pekerjaan Lainnya		
3	Asal daerah		
	• Asli bandung	40	42%
	• Luar bandung	56	58%
4	Jumlah Penghasilan		
	• <1.000.000	4	5,3%
	• 1.000.000 – 5.000.000	28	37,5%
	• 5.000.000 – 10.000.000	28	37,5%
	• 10.000.000 – 20.000.000	11	14,7%
	• 20.000.000 >	4	5,3%

Tahap Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 7 September 2019 sampai 31 Desember 2019 melalui angket langsung dan via internet yaitu memakai google form untuk penyebaran kuesioner lebih cepat dan luas karena cukup menggunakan gadget dan lebih mudah peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada pengujian validitas perlu dilakukan terhadap hasil kuesioner sebelum diolah lebih lanjut, yang akan dilakukan adalah menghitung koefisien korelasi antara skor tiap atribut untuk setiap responden dengan skor total jawaban dari masing - masing responden yang telah mengisi kuesioner. Setelah dilakukan uji validitas untuk semua dimensi dengan menggunakan aplikasi SPSS 25, semua pernyataan diberikan kepada responden dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengolahan data selanjutnya. Berikut adalah uji validitas kuesioner harapan atau ekspektasi untuk setiap dimensi.

TABEL3 VALIDITAS EKSPEKTASI

Pertanyaan	Dimensi	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	Tangible	0,564	0,1986	Valid
X2		0,680	0,1986	Valid
X3		0,747	0,1986	Valid
X4		0,729	0,1986	Valid
X5		0,668	0,1986	Valid
X6		0,848	0,1986	Valid
X7		0,754	0,1986	Valid
X8	Reliability (Kehandalan)	0,781	0,1986	Valid
X9		0,730	0,1986	Valid
X10		0,730	0,1986	Valid
X11	Responsiveness (daya tanggap)	0,791	0,1986	Valid
X12		0,834	0,1986	Valid
X13		0,837	0,1986	Valid
X14	Assurance (Jaminan)	0,726	0,1986	Valid
X15		0,534	0,1986	Valid
X16		0,661	0,1986	Valid
Pertanyaan	Dimensi	r hitung	r tabel	Keterangan
X17	Emphathy (Empati)	0,574	0,1986	Valid
X18		0,591	0,1986	Valid
X19		0,735	0,1986	Valid

(Sumber Spss.25)

TABEL 4 VALIDITAS PERSEPSI

Pertanyaan	Dimensi	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	Tangible (bukti langsung)	0,327	0,1986	Valid
X2		0,438	0,1986	Valid
X3		0,543	0,1986	Valid
X4		0,631	0,1986	Valid
X5		0,762	0,1986	Valid
X6		0,547	0,1986	Valid
X7		0,741	0,1986	Valid
X8	Reliability (Kehandalan)	0,621	0,1986	Valid
X9		0,748	0,1986	Valid
X10		0,817	0,1986	Valid
X11	Responsiveness (daya tanggap)	0,767	0,1986	Valid
X12		0,719	0,1986	Valid
X13		0,794	0,1986	Valid
X14	Assurance (Jaminan)	0,709	0,1986	Valid
X15		0,644	0,1986	Valid
X16		0,742	0,1986	Valid
Pertanyaan	Dimensi	r hitung	r tabel	Keterangan
X17	Emphathy (Empati)	0,764	0,1986	Valid
X18		0,650	0,1986	Valid
X19		0,657	0,1986	Valid

(Sumber Spss.25)

Uji reliabilitas data ini dilakukan dengan menggunakan reliability analysis pada software SPSS 25 for windows. Data dikatakan reliabel apabila nilai alpha Chronbach > 0,6, yang artinya tingkat reliability pada kuesioner harapan dan persepsi yaitu dari hasil analisis data diperoleh nilai alpha persepsi dan harapan masing – masing sebesar 0,758 dan 0.761 yang berarti reliabel. Dapat di rangkumkan sebagai berikut:

TABEL 5 UJI RELIABELITAS

Kuesioner	Nilai <i>AlphaCronbach's</i>	Keterangan
Harapan atau Ekspektasi	0.761	Reliabel
Kinerja atau Persepsi	0,758	Reliabel

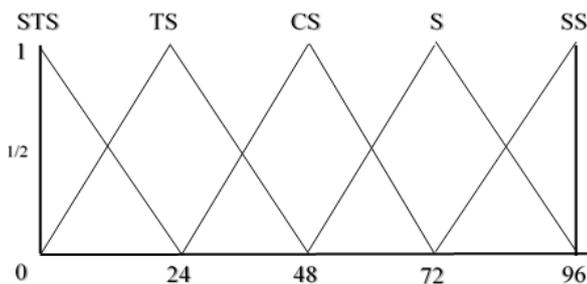
Analisis Tingkat Kesesuaian penginap hotel pada periode Januari-Desember 2019, Rata-rata hasil dari presentase tingkat kesesuaian pelayanan hotel dibawah harapan pinginap untuk kinerjanya, untuk perbaikan layanan diutamakan pada layanan X6 yaitu Ketersediaan Luas lahan parkir yang memiliki presentase 89% dan yang paling terakhir urutannya yaitu X8 pada layanan kemudahan menjangkau lokasi yaitu sebesar 98% mendekati tingkat kepuasan penginap inginkan. Hasil keseluruhan dapat dilihat pada table dibawah:

TABEL 6. ANALISIS TINGKAT KESESUAIAN

No. atribut	Persepsi	Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Prioritas perbaikan
X6	383	343	89%	1
X19	389	353	90%	2
X5	388	356	91%	3
No. atribut	Persepsi	Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Prioritas perbaikan
X18	388	356	91%	4
X15	436	404	92%	5
X4	391	370	94%	6
X17	391	368	94%	7
X2	387	368	95%	8
X10	388	370	95%	9
X12	386	369	95%	10

X14	393	377	95%	11
X16	392	388	95%	12
X3	389	373	96%	13
X9	384	370	96%	14
X1	391	382	97%	15
X7	384	378	97%	16
X11	387	377	97%	17
X13	383	375	97%	18
X8	384	380	98%	19

Penentuan Fuzzy set dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner. Cara penentuannya dapat dilihat pada grafik di bawah ini :



GAMBAR 4 PENENTUAN NILAI FUZZY SET

Dalam menghitung nilai *fuzzyfikasi* kuesioner pelanggan dengan menggunakan *software Microsoft. Excell*, dimana nilai *Fuzzyfikasi* merupakan nilai rata-rata dari nilai a,b,c. Perangkingan dilakukan dari nilai tertinggi ke nilai yang terendah. hasil perhitungan nilai *fuzzyfikasi* dapat dilihat pada Dibawah ini:

Perhitungan nilai *fuzzyfikasi* data kuesioner dilakukan dengan rumus :

Nilai batas tengah
$$a_i = \frac{b_{i1}n_1 + b_{i2}n_2 + b_{i3}n_3 + \dots + b_{ik}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Nilai batas atas
$$b_i = \frac{b_{i2}n_1 + b_{i3}n_2 + b_{i4}n_3 + \dots + b_{ik}n_{k(k-1)} + b_{ik}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Nilai batas bawah
$$c_i = \frac{b_{i1} + b_{i1}n_2 + b_{i2}n_3 + \dots + b_{i(k-1)}n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Berdasarkan rumus diatas maka nilai a, b, dan c dari atribut Harapan untuk contoh pada pernyataan 1 adalah :

Nilai batas bawah (c_i) :

$$= \frac{(0*0)+(0*0)+(24*0)+(48*89)+(72*7)}{96} = \frac{(4776)}{96} = 49,75$$

Nilai batas tengah (a_i) :

$$= \frac{(0*0)+(24*0)+(48*0)+(72*89)+(96*7)}{96} = \frac{(7080)}{96} = 73,75$$

Nilai batas atas (b_i)

$$= \frac{(24*0)+(48*0)+(72*0)+(96*89)+(96*7)}{89+7} = \frac{(9216)}{96} = 96,00$$

Setelah masing-masing kriteria didapatkan nilai a, b, dan c, maka tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan nilai *defuzzyfikasi* untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representative dengan menggunakan rumus *Arithmetic Mean* yang diformulasikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Defuzzyfikasi} &= (a_i+b_i+c_i)/3 \\ &= (49,75+ 73,75 + 96,00)/3 = 73,17 \end{aligned}$$

Tabel 7 Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi Harapan

NO	TFN			Defuzzyfikasi	Rank
	c	a	b		
X1	49.75	73.75	96.00	73.17	4
X2	48.75	72.75	95.25	72.25	12
X3	49.25	73.25	94.75	72.42	9
NO	TFN			Defuzzyfikasi	Rank
ATRIBUT	c	a	b		
X4	49.75	73.75	95.00	72.83	6
X5	49.00	73.00	94.75	72.25	13
X6	47.75	71.75	95.00	71.50	17
X7	48.00	72.00	94.75	71.58	16
X8	48.75	72.75	95.25	72.25	14
X9	48.00	72.00	94.50	71.50	18
X10	49.00	73.00	95.25	72.42	10

X11	48.75	72.75	95.50	72.33	11
X12	48.50	72.50	95.25	72.08	15
X13	47.75	71.75	95.00	71.50	19
X14	49.75	74.00	96.75	73.50	2
X15	56.00	82.50	106.00	81.50	1
X16	50.00	74.00	95.75	73.25	3
X17	49.75	73.75	96.00	73.17	5
X18	49.00	73.00	95.75	72.58	11
X19	49.25	8.60	95.75	72.75	7

TABEL 8. FUZZYFIKASI DAN DEFUZZYFIKASI HARAPAN

NO ATRIBUT	TFN			Defuzzifikasi	Rank
	c	a	b		
X1	47.50	71.50	94.50	71.17	5
X2	44.00	68.00	90.75	67.58	17
X3	45.25	69.25	90.75	68.42	12
X4	44.50	68.50	91.00	68.00	14
X5	41.00	65.00	88.25	64.75	18
X6	37.75	61.75	85.25	61.58	19
X7	46.50	70.50	91.75	69.58	7
X8	47.75	71.75	90.50	70.00	6
X9	45.00	69.25	91.00	68.42	13
NO ATRIBUT	TFN			Defuzzifikasi	Rank
	c	a	b		
X10	45.75	69.75	92.00	69.17	10
X11	46.25	70.25	91.75	69.42	9
X12	44.25	68.25	90.75	67.75	15
X13	45.75	69.75	91.50	69.00	11
X14	46.25	70.25	92.25	69.58	8
X15	52.00	76.50	98.00	82.50	1

X16	50.00	74.00	95.75	73.25	2
X17	44.00	68.00	91.00	67.67	16
X18	46.00	72.50	98.00	72.17	3
X19	45.25	71.75	97.50	71.50	4

TABEL 9. RANKING SERVQUAL (GAP) PERANTRIBUT DAN REKOMENDASI

No. Atribut	Nilai Gap peratribut	Rank	Keterangan
X6	-9.92	1	Perlu diperbaiki
X5	-7.50	2	Perlu diperbaiki
X17	-5.50	3	Perlu diperbaiki
X4	-4.83	4	Perlu diperbaiki
X2	-4.67	5	Perlu diperbaiki
X12	-4.33	6	Perlu diperbaiki
X3	-4.00	7	Perlu diperbaiki
X14	-3.92	8	Perlu diperbaiki
X10	-3.25	9	Perlu diperbaiki
No. Atribut	Nilai Gap peratribut	Rank	Keterangan
X9	-3.08	10	Perlu diperbaiki
X11	-2.92	11	Perlu diperbaiki
X13	-2.50	12	Perlu diperbaiki
X8	-2.25	13	Perlu diperbaiki
X7	-2.00	14	Perlu diperbaiki
X1	-2.00	15	Perlu diperbaiki
X18	-1.25	16	Perlu diperbaiki
X19	-0.42	17	Perlu diperbaiki
X16	0.00	18	Perbaiki/pertahankan

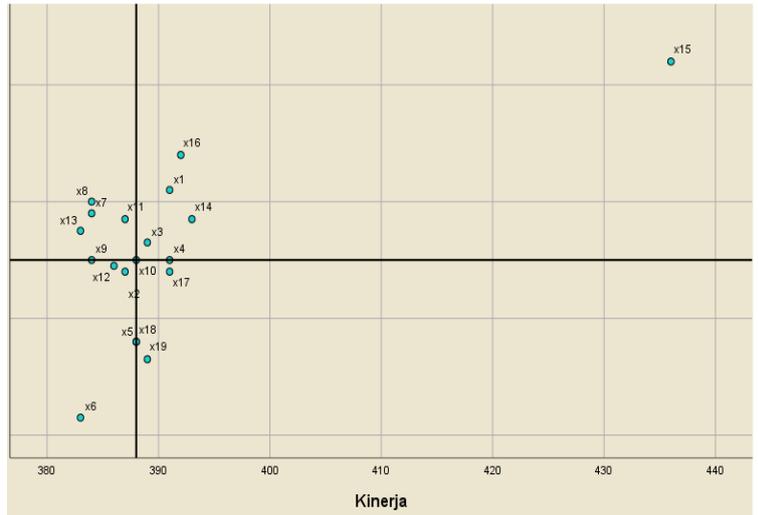
X15	1.00	19	Tidak perlu diperbaiki
-----	------	----	------------------------

Hasil Analisis ini dapat mengetahui seberapa besar gap (kesenjangan) yang terjadi antara nilai persepsi dan nilai harapan pada pelanggan dan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pada penginap Favehotel Hyper Square Bandung. Dari hasil perhitungan Servqual per atribut tabel diatas didapatkan tiga kriteria yang perlu menjadi faktor untuk dilakukan perbaikan atau pertahankan seperti perlunya perbaikan memiliki 17 atribut, perbaikan/pertahankan 1 atribut dan tidak perlu perbaikan 1 atribut.

Tabel 10 Nilai Servqual (Gap) Keseluruhan

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Ranking
1	Tangibles	471.08	506.00	-34.92	1
2	Responsivness	206.17	215.92	-9.75	2
3	Reliability	207.59	216.17	-8.58	3
4	Emphaty	211.34	218.50	-7.16	4
5	Assurance	218.33	228.25	-2.92	5
	Rata-rata	262.902	276.968	-12.666	

Dari hasil perhitungan gap secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai gap negatif yaitu -12,666 yang berarti bahwa apa yang diharapkan penginap belum semua sesuai dengan apa yang diperoleh pelanggan di Favehotel Hyper Square Bandung.



Gambar 5 Diagram Kartesius

Pada diagram di atas menunjukkan bahwa dari 19 pertanyaan kepuasan Penginap hotel terhadap layanan yang diberikan Favehotel Hyper Square tersebar pada empat kuadran, yaitu Kuadran I terdapat 6 atribut, kuadran II ada 6 atribut. Kuadran III ada 4 atribut dan pada kuadran IV terdapat 3 atribut. Setiap Kuadran memiliki arti dan makna berbeda-beda atas pelayanan yang masuk pada kuadran tersebut, untuk itu hasil di atas dapat di jelaskan sebagai berikut :

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Indikator yang berada pada kuadran I ini merupakan indikator yang dianggap penting oleh penginap, tetapi pada nyatanya kinerja yang dilakukan perusahaan terhadap indikator tersebut dapat dikatakan masih rendah. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini meliputi : **X8 Kemudahan menjangkau Lokasi Hotel** , **X7 Ketersediaan sarana Beribadah di Mushola** , **X13 Pihak Hotel Cepat dalam Memberikan Pelayanan**, **X11 Pihak Hotel Selalu Siap dalam memberikan Pelayanan**, **X9 Kesesuaian Fasilitas yang diterima dengan yang ditawarkan** dan **X10 Hotel dapat**

DIAGRAM KARTESIUS HARAPAN DAN KINERJA

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang menunjukkan kepuasan Penginap . Terdapat indikator yang ada pada kuadran ini. Indikator tersebut meliputi : **X15 Keramahan, Kesopanan dan Sikat Bersahabat karyawan terhadap Pelanggan**, **X16 Keamanan di Lingkungan sekitar**, **X1 Kondisi Fisik Hotel yang baik pada hotel**, **X14 Tanggung Jawab Manajemen maupun Karyawan dalam proses Pelayanan Kepada Pelanggan**, **X3 Kebersihan dan kenyamanan pada Hotel** dan **X4 Hotel Memiliki Ketersediaan Penyediaan Ruangan yang Baik**.

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang menunjukkan kepuasan Penginap kurang penting tetapi didalam tingkat pelaksanaanya berlebihan. Indikator yang berada pada kuadran ini meliputi : **X6 Hotel memiliki Ketersediaan Lahan Parkir yang Luas**, **X5 Hotel memiliki Desain dan tata letak bangunan yang menarik**, **X12 Pihak Hotel Selalu bersedia membantu Para pelanggan**, dan **X2 Ketersediaan Fasilitas yang tersedia di Hotel**

4) Kuadran IV (Berlebihan)

Indikator yang berada pada kuadran ini merupakan indikator yang dianggap kurang penting dan pelaksanaan yang dilakukan hotel tidak berlebihan atau biasa biasa saja. Indikator yang berada pada kuadran ini meliputi : **X19 Hotel memberikan perhatian individual**, **X18 Kemudahan pelanggan berhubungan dan berkomunikasi dengan pihak manajemen dalam melakukan administrasi** dan **X17 Kemudahan Pelanggan menghubungi dan berkomunikasi dengan Staff/karyawan**

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil Analisis tingkat Kesesuaian dalam pelayanan yang diberikan hotel secara menyeluruh masih belum bisa memberikan rasa kepuasan pada menginap, dapat digambarkan pada hasil pelayanan atribut 6) Hotel Memiliki Ketersediaan lahan parkir yang luas yang memiliki presentase 89% sedangkan pada atribut yang memiliki presentase hampir mendekati Tingkat kesesuaian atau rasa puas konsumen pada atribut 8) Kemudahan menjangkau lokasi sebesar 98%.
2. Hasil Analisis Importance Performance Analisis (IPA) dari perhitungan yang terbagi menjadi 4 kuadran yaitu pada kuadran I (Prioritas utama) memiliki hasil 6 pelayanan yang harus diperhatikan lebih oleh Pihak hotel, Kuadran II (Pertahankan Prestasi) memiliki hasil 6 pelayanan yang harus di pertahankan kinerjanya, Kuadran III (Prioritas Rendah) yang memiliki hasil 4 pelayanan dan Kuadran IV (Berlebihan) yang memiliki hasil 3 pelayanan.
3. Untuk hasil analisis Fuzzy-Servqual yang kemudian di analisis pada nilai GAP atas Kualitas pelayananan Favehotel Hyper Square Bandung secara keseluruhan penginap masih belum merasa puas karena dari hasilnya masih tidak mencapai apa yang diinginkan penginap tetapi ada pelayanan yang mencapai kepuasan kosumen dan harus di pertahankan dan tidak perlu diperbaiki secara keseluruhan yaitu sepersti layanan 19) Keamanan di lingkungan sekitar (misal: kendaraan yang di

parkir) dan 16) Keramahan, kesopanan dan sikap bersahabat karyawan terhadap pelanggan

VI. SARAN

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan, penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan untuk pertimbangan pihak hotel atas pelayanan yang telah dilaksanakan dan memprioritaskan perbaikan Kualitas pelayanan yang memiliki GAP tertinggi dari hasil penelitian Analisis Fuzzy-Servqual di atas.
2. Atas keluhan pelanggan seharusnya manajemen hotel dapat membuat sebuah solusi atau memodifikasi keluhan tersebut menjadi lebih baik, dan mencari fasilitas yang tidak tersedia untuk peningkatan kinerja hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chang, T. P., Chuang, F. C., Lin, H. C., Bhanja, S., Sengupta, B., Çakır, Ö., ... Brooks, J. J. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Tamu Fabu Hotel Bandung)". *Cement and Concrete Research*, 19(4), 645–655. <https://doi.org/10.1016/j.hbrj.2014.06.002>
- [2] Kusumadewi, S., Guswaludin, I., Sistem, K., Keputusan, P., & Support, D. (2005). FUZZY MULTI-CRITERIA DECISION MAKING. 3(1), 25–38.
- [3] Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- [4] Rusdiana, H., Moh Ali Ramdhani, P. H., & Guru Besar UIN Sunan Gunung Djati Bandung, M. (2014). Penerbit CV Pustaka Setia Bandung. Retrieved from [http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku Manajemen Operasi.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku%20Manajemen%20Operasi.pdf)
- [5] Suharyanta, D., & A'yunin. (2011). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Fuzzy Di Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum. *Kesmas*, 7(1), 27.
- [6] FAKIH, M. (2003). KUALITAS JASA PARIWISATA PADA PENGEMBANGAN DAERAH TETUAN WISATA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN KABUPATEN SEMARANG (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).
- [7] Fatmala, W. S., & Suprpto, A. R. (2018). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964.
- [8] Arianata, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Marcellino Variasi, Audio, Ac Dan Cuci Mobil Di Solo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [9] Suryapranatha, D. (2016). Analisis Tingkat Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)-Fuzzy Di Instalasi Rawat Inap Kelas Iii Suatu Rumah Sakit. *Buana Ilmu*, 1(1).
- [10] Sholikah, H., & Iriananda, S. W. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(2), 53-58.
- [11] Rohayani, H. (2013). Analisis sistem pendukung keputusan dalam memilih program studi menggunakan metode logika fuzzy. *JSI*:

- Jurnal Sistem Informasi (E-Journal), 5(1).
- [12] Aisyati, A., Rochman, T., & Rahmadi, H. (2007). Analisa Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wonogiri Menggunakan Metode Fuzzy-SERVQUAL. GEMA TEKNIK Majalah Ilmiah Teknik, 10(2), 22-26.
- [13] Sari, N. R., & Mahmudy, W. F. (2015). Fuzzy inference system Tsukamoto untuk menentukan kelayakan calon pegawai. SESINDO 2015, 2015.
- [14] Suryapranatha, D. (2016). Analisis Tingkat Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)-Fuzzy Di Instalasi Rawat Inap Kelas Iii Suatu Rumah Sakit. Buana Ilmu, 1(1).
- [15] Harto, B. (2015). Analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy servqual dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan (studi kasus di bengkel resmi bajaj padang). Jurnal TeknoIf, 3(1).
- [16] Suharyanta, D., & A'yunin, Q. (1978). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (servqual) fuzzy di Instalasi Radiologi Rumah Sakit U
- [17] Djunaidi, M., Setiawan, E., & Hariyanto, T. (2006). Analisis kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy service quality dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 4(3), 139-146. mum Daerah (RSUD) Panembahan Senopati Bantul. Jurnal KESMAS, 7(1), 27-50.
- [18] Kusumo, P. A., & Sofyan, S. (2016). STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA (IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS) PADA AHASS 01108 ANUGRAH JAYA SEMARANG. Diponegoro Journal of Management, 93-106.
- [19] Setiawan, A., Yanto, B., & Yasdomi, K. (2018). LOGIKA FUZZY Dengan MATLAB (Contoh Kasus Penelitian Penyakit Bayi dengan Fuzzy Tsukamoto). Jayapangus Press Books, i-217.
- [20] Iriani, D. P. A. P. (2012, July). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Hotel & Restaurant Telengria Pacitan dengan Metode ServQual dan Fuzzy. In Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri. "Otomatisasi Teknologi Industri Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Nasional" Surabaya (Vol. 3).
- [21] <https://www.favehotels.com/en/hotel/view/66/favehotel-hyper-square>
- [22] Badan Pusat Statistik. <http://www.bps.go.id/>.