

Pengaruh Pelayanan Berbasis Kaizen Terhadap Guest Comment di Favahotel Kuta Kartika Plaza

Pande Wira Artha Dianingsih¹, Wayan Nurita²

Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati
Denpasar, Jl. Kamboja 11A Denpasar, Bali, Indonesia 80223

Email of Author mariwvoza@gmail.com, nuritabaliwayan@unmas.ac.id

Received:	Revised:	Accepted:
25-04-2026	28-05-2026	15-06-2026

ABSTRACT

This study discusses the effect of kaizen service on guest comments at Favahotel Kuta Kartikaplaza. Tourism is a phenomenon that encompasses social, cultural, and economic aspects, referring to travel undertaken by individuals for personal or professional purposes, involving a move away from their everyday environment for a period of less than one year, and not undertaken for the purpose of working at the destination. The tourism industry is an important sector that contributes to economic growth, cultural preservation, and the improvement of local community welfare. In Indonesia, the island of Bali is globally renowned as a major tourist destination thanks to its natural beauty, cultural richness, and the hospitality of its people. Hotels, as one of the main players in the tourism industry, play an important role in providing services to tourists. The implementation of Kaizen in hotels can improve operational efficiency, service quality, and guest satisfaction, thereby positively impacting the hotel's reputation and the economic welfare of local communities that depend on the tourism sector. The research question in this study is: What is the impact of implementing Kaizen-based services on guest comments at Favahotel Kuta Kartika Plaza? The objectives of this study include analyzing the impact of implementing Kaizen-based services on guest comments and guest satisfaction levels at Favahotel Kuta Kartika Plaza. The research method used in this study is a qualitative approach through direct observation, in-depth interviews with staff and guests, and analysis of digital reviews from platforms such as Google Review, Agoda, Traveloka, and Booking.com. This study found that the implementation of this method can provide deeper insights into guest experiences and service effectiveness at hotels, which can then be used as a basis for operational improvements and service quality enhancements.

Keywords: Guest Comment; Kaizen; Hospitality



INTRODUCTION

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional terus menunjukkan tren positif, di mana Bali menjadi destinasi unggulan dengan tingkat kunjungan wisatawan internasional tertinggi di Indonesia. Pulau ini dikenal dengan kekayaan budaya, keindahan alam, serta keramahtamahan masyarakat lokal yang menjadikannya magnet wisata dunia. Kabupaten Badung, yang mencakup kawasan wisata Kuta, Seminyak, dan Nusa Dua, tercatat sebagai wilayah dengan tingkat kunjungan tertinggi. Wisatawan asal Jepang secara konsisten berada dalam lima besar kunjungan internasional ke Bali, menandakan adanya pasar yang stabil dengan karakteristik ekspektasi khusus terhadap layanan perhotelan. Hal ini menciptakan kebutuhan mendesak bagi hotel-hotel di Bali untuk meningkatkan kualitas layanan dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pariwisata, terutama dalam menghadapi standar internasional yang ketat.

Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan di industri perhotelan Bali dapat dilihat dari dinamika persaingan yang semakin ketat. Kehadiran platform digital seperti Agoda, Traveloka, Booking.com, dan Google Review mengubah cara wisatawan menilai pengalaman mereka. Rview tamu kini menjadi indikator utama reputasi hotel, di mana wisatawan Jepang dikenal memberikan evaluasi yang detail, objektif, dan menekankan aspek kebersihan, ketepatan waktu, serta sikap sopan santun staff. Penilaian positif meningkatkan citra hotel dan mendorong tingkat hunian berulang, sedangkan rview negatif dapat berdampak langsung pada penurunan kepercayaan dan minat calon wisatawan. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap ekspektasi tamu Jepang serta strategi perbaikan layanan yang berkelanjutan menjadi elemen krusial bagi keberlangsungan bisnis perhotelan di Bali.

Dalam konteks ini, filosofi manajemen Jepang Kaizen memiliki relevansi tinggi. Kaizen yang berarti perbaikan berkelanjutan melalui langkah kecil dan konsisten, menekankan keterlibatan seluruh karyawan dalam proses evaluasi dan peningkatan kualitas layanan. Teori Kaizen awalnya diperkenalkan dalam sektor manufaktur Jepang pasca Perang Dunia II, namun kemudian berkembang luas dan diaplikasikan dalam berbagai sektor, termasuk jasa dan perhotelan. Menurut Imai (1986), Kaizen berfokus pada pembentukan budaya kerja yang disiplin, adaptif, dan partisipatif, sehingga memungkinkan organisasi mencapai peningkatan kualitas secara sistematis tanpa menimbulkan resistensi yang besar. Dalam perhotelan, prinsip ini tampak pada evaluasi layanan kamar, keramahan staff, dan efisiensi kerja yang berfokus pada kepuasan tamu.

Penerapan Kaizen di hotel tidak hanya berdampak pada peningkatan mutu pelayanan, tetapi juga membentuk loyalitas tamu jangka panjang. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Oliver (1997), yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan awal konsumen dengan pengalaman aktual yang diterima. Jika layanan yang diberikan melampaui ekspektasi, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan berujung pada loyalitas. Dalam konteks wisatawan Jepang di Bali, kepuasan tersebut erat kaitannya dengan standar budaya dan nilai yang mereka anut, misalnya ketepatan, kebersihan, dan komunikasi yang sopan. Dengan demikian, kombinasi antara teori Kaizen dan teori kepuasan pelanggan memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana kualitas layanan dapat ditingkatkan secara sistematis dalam industri perhotelan.

Selain itu, kualitas SDM menjadi variabel penting dalam keberhasilan implementasi Kaizen. Kompetensi tenaga kerja pariwisata tidak hanya meliputi keterampilan teknis seperti kebersihan kamar atau pelayanan restoran, tetapi juga kemampuan komunikasi

lintas budaya. Kemampuan berbahasa Jepang dan pemahaman nilai-nilai budaya Jepang merupakan faktor yang dapat meningkatkan kenyamanan tamu secara signifikan. Menurut teori kompetensi Spencer & Spencer (1993), kinerja individu ditentukan oleh kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, motif, dan nilai yang dimiliki. Oleh karena itu, pelatihan berkelanjutan yang mengintegrasikan prinsip Kaizen dapat memperkuat profesionalisme, etos kerja, dan adaptabilitas staff hotel, sehingga berdampak langsung pada pengalaman tamu.

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait kualitas layanan perhotelan di Bali telah banyak mengkaji aspek kepuasan pelanggan dan pengaruh review digital terhadap keputusan menginap. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada perspektif umum wisatawan internasional, tanpa memberikan perhatian khusus pada karakteristik wisatawan Jepang sebagai salah satu segmen pasar utama. Di sisi lain, kajian tentang penerapan Kaizen dalam konteks industri perhotelan Indonesia, khususnya Bali, masih terbatas dan lebih sering dibahas dalam ranah manufaktur. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan prinsip Kaizen sebagai strategi peningkatan kualitas layanan perhotelan, serta menganalisis dampaknya terhadap kepuasan wisatawan Jepang yang menginap di Bali. Kebaruan ini penting karena mengisi kesenjangan literatur antara praktik manajemen mutu berkelanjutan dan konteks budaya wisatawan tertentu.

Studi ini mengambil Favehotel Kuta Kartika Plaza sebagai objek penelitian karena hotel ini telah menerapkan prinsip Kaizen secara konsisten dalam operasionalnya, mulai dari evaluasi berkala, pelatihan staff, hingga penciptaan budaya kerja adaptif. Adanya peningkatan review positif dari wisatawan yang menuliskan keinginan untuk kembali

menginap menjadi bukti empiris bahwa strategi Kaizen berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menganalisis penerapan prinsip Kaizen dalam operasional hotel, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan Jepang, serta mengevaluasi sejauh mana strategi Kaizen dapat dijadikan model untuk meningkatkan daya saing hotel di Bali.

Kerangka teoretis penelitian ini diperkuat dengan integrasi tiga teori utama. Pertama, Teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985; 1988) digunakan sebagai grand theory untuk memahami kualitas layanan berdasarkan lima dimensi: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kedua, Goal Setting Theory yang dikembangkan Locke dan Latham (1990) bertindak sebagai practice theory yang memastikan setiap inisiatif Kaizen diterjemahkan ke dalam sasaran kerja yang spesifik, menantang, dan terukur bagi staff hotel.

Kedua teori ini melengkapi satu sama lainnya, SERVQUAL mengidentifikasi celah layanan Kaizen menyediakan mekanisme perbaikan, dan Goal Setting Theory memastikan pelaksanaan yang efektif melalui penetapan tujuan terukur. Dengan Teori ini, penelitian mampu menjelaskan persepsi dan kepuasan wisatawan Jepang dan juga memberikan kontribusi praktis berupa model strategis peningkatan kualitas layanan perhotelan berbasis perbaikan berkelanjutan. Model ini diharapkan dapat memperkuat daya saing hotel-hotel di Bali sekaligus mendukung keberlanjutan pariwisata Indonesia di tengah persaingan global.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan penerapan pelayanan berbasis Kaizen di Favehotel Kuta Kartika Plaza dan dampaknya terhadap review tamu. Populasi penelitian adalah seluruh tamu yang memberikan review di platform digital seperti Google Review, Agoda, Booking.com, dan Traveloka, serta staff dan manajer hotel yang terlibat langsung dalam penerapan Kaizen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi review, dan wawancara mendalam. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis kualitatif interaktif Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Kaizen berpengaruh terhadap kualitas layanan, kepuasan tamu, dan review yang diberikan di platform digital.

RESULT AND DISCUSSION

Setelah mengumpulkan guest comment review di platform digital seperti Google Review, Agoda, Booking.com, dan Traveloka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Perbandingan Guest Comment

No	Aspek Layanan	Guest Comment Januari – Juli 2024	Guest Comment Januari – Juli 2025	Solving Problem
1	Kebersihan Kamar	Banyak keluhan terkait AC panas, kamar berjamur/mold, dan bau apek	Keluhan berkurang setelah pengecatan ulang, perbaikan AC, dan pemasangan pewangi. Namun masih ada beberapa komentar	Hotel sudah memangkas tanaman besar yang menghalangi sinar matahari

			yang menyebut kamar agar kamar tidak apek lembap dan bau. Perlu monitoring berkala dan pengendalian kelembapan tambahan.
2	Fasilitas Hotel	Karpet bercak dan berbau, menu breakfast berulang, bar rooftop tidak tersedia	Komentar negatif Hotel membuat berkurang, sudah ada inovasi menu pergantian karpet agar tidak berkala, diffuser dimonoton, setiap lantai, dan update Keluhan menu breakfast. Namun mengenai bar keluhan mengenai bar sudah ditindaklanjuti namun hotel belum bisa menjalankan bar di rooftop karena kurangnya pick up pesanan dan staff jaga.
3	Check-in	Banyak komen tamu mengatkan check-in cepat dan sangat dibantu staff. Namun, beberapa tamu	Komentar positif Hotel menyediakan tab mengenai proses check-in sangat banyak, proses untuk

		terkendala registrasi online via HP karena jaringan dan memori.	check-in sudah dibantu staff.	mempermudah proses registrasi check-in
4	Staff	Banyak komentar positif terkait keramahan dan responsivitas staff.	Komentar positif semakin banyak, tamu mulai menyebut nama staff yang melayani.	Komentar positif tentang staff konsisten dan hotel memberikan reward kepada staff yang namanya di mention paling banyak oleh tamu.

Tabel 2. Hasil Wawancara Staff Terkait Penerapan Kaizen

No	Departemen	Perubahan	Kutipan Wawancara	Analisis Kaizen
1	Front Office	Sistem penitipan barang yang sebelumnya hanya ditaruh di meja resepsionis kini dilengkapi	“Sekarang barang tamu lebih aman dan tertata, kami juga lebih mudah	Penyediaan rak penitipan adalah bentuk

		rak khusus, sehingga lebih rapi dan terorganisir.	mencatat keluar masuknya. Proses pencarian barang tamupun lebih cepat jadinya”	perbaikan sederhana yang meningkatkan keamanan, kenyamanan tamu, dan efisiensi kerja staff.
2	Housekeeping	Proses pengecekan kamar yang sebelumnya hanya dilakukan sekali setelah kamar dirapikan dikarenakan kurangnya staff, kini sudah dilakukan double check sebelum tamu check-in.	“Dulu belum ada supervisor susah mau double check, bersihkan kamar saja kurang tenaga. Sekarang sudah ada, bisa kembali bekerja sesuai standar.”	Penambahan langkah kecil berupa double check menunjukkan komitmen pada kualitas dan mencegah keluhan tamu terkait kebersihan atau fasilitas yang terlewat.

3	Food and Beverage	Menu yang sebelumnya masih menggunakan kertas kini beralih ke sistem digital menggunakan tab untuk memudahkan update menu baru dan memanfaatkan teknologi.	“Sekarang menu lebih praktis diperbarui tanpa harus cetak ulang. Bisa mengurangi expenses printing”	Digitalisasi menu menekan biaya cetak, mengurangi kesalahan.
4	Engineering	Penanganan masalah teknis (AC bocor, kerusakan jet shower) yang dulunya lambat kini lebih cepat karena adanya tambahan staff.	“Dengan adanya tambahan staff, masalah teknis bisa ditangani lebih cepat, kamar ready bisa lebih banyak.”	Penambahan tenaga kerja mendukung kualitas layanan, dan fasilitas kamar.

Berdasarkan hasil perbandingan guest comment tahun 2024 dan 2025 serta wawancara dengan staff hotel, terlihat adanya peningkatan kualitas pelayanan di Favehotel Kuta Kartika Plaza setelah penerapan Kaizen. Tamu lebih banyak menuliskan komentar positif mengenai profesionalitas, keramahan, dan efisiensi pelayanan dibandingkan tahun sebelumnya. Penerapan prinsip Kaizen, seperti penyediaan fasilitas sederhana (rak penitipan barang), sistem double check housekeeping, digitalisasi menu, dan

penambahan staff engineering terbukti mampu meningkatkan kepuasan tamu. Dampak positif ini terlihat dari berkurangnya keluhan tamu dan meningkatnya konsistensi pelayanan di berbagai departemen hotel. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Kaizen efektif digunakan dalam industri perhotelan sebagai strategi perbaikan berkelanjutan. Melalui penerapan langkah-langkah sederhana namun konsisten, hotel dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, dan citra positif di mata tamu. Dalam hal ini, Favehotel Kuta Kartika Plaza berhasil memanfaatkan Kaizen sebagai salah satu upaya meningkatkan guest comment positif, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis hotel. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis dapat simpulkan bahwa penerapan kaizen sangat berdampak baik kepada perusahaan Favehotel Kuta Kartika Plaza. Hal ini terlihat dari perbandingan guest comment Januari–Juli 2024 dengan Januari–Juli 2025, di mana keluhan mengenai kebersihan kamar, fasilitas hotel, serta proses check-in berkurang signifikan setelah adanya perbaikan seperti pengecatan ulang, perbaikan AC, pergantian karpet berkala, pemasangan diffuser, pembaruan menu sarapan, serta penyediaan tablet hotel untuk registrasi. Selain itu, komentar positif mengenai keramahan staff semakin meningkat hingga banyak tamu menyebutkan nama staff yang melayani. Hasil wawancara dengan staff juga menunjukkan perbaikan nyata pada setiap departemen, seperti adanya rak penitipan barang di Front Office, double check housekeeping sebelum tamu check-in, digitalisasi menu Food & Beverage, serta percepatan penanganan masalah teknis di Engineering. Dengan demikian, penerapan Kaizen terbukti mampu meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi operasional, serta kepuasan tamu, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap citra dan keberlanjutan bisnis hotel.

CONCLUSION

Favehotel Kuta Kartika Plaza perlu terus melakukan monitoring berkala terutama pada aspek kebersihan kamar, karena masih terdapat komentar mengenai bau apek. Selain itu, pembaruan menu sarapan sebaiknya terus dikembangkan agar tidak monoton, sementara pengembangan fasilitas seperti bar rooftop dapat dipertimbangkan kembali dengan strategi operasional yang lebih matang. Dari sisi pelayanan, penggunaan tablet hotel sudah efektif namun perlu ditingkatkan integrasi sistemnya agar tidak terkendala jaringan. Keramahan staf yang menjadi keunggulan hotel juga perlu terus dijaga dengan pemberian reward atau apresiasi, sehingga motivasi kerja tetap tinggi. Dengan langkah-langkah ini, Kaizen dapat berjalan konsisten dan semakin memperkuat daya saing Favehotel Kuta Kartika Plaza di industri perhotelan.

REFERENCES

- Singh, J., & Singh, H. (2009). Kaizen philosophy: a review of literature. *IUP journal of operations management*, 8(2), 51.
- Muhammad, M., & Safuan, S. (2024). PENERAPAN PRINSIP KAIZEN TERHADAP PENGEMBANGAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA BIDANG PARIWISATA. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(1), 207-220.
- Susanti, Y. A., & Oktafia, R. (2020). Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo. *Jurnal Masharif Al Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Rahmanto, W. Y., & Soediantono, D. (2022). Studi Kualitatif Dampak Kaizen Terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan Industri Pertahanan. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 41-49.
- Tanzizi, F., & Qurratu'aini, N. I. (2024). Efektivitas Penerapan Metode Kaizen 6S dalam Meningkatkan Keselamatan dan Kesehatan Kerja di Perusahaan. *Nusantara Technology and Engineering Review*, 2(2), 54-63.
- AMURAT, A. (2023). Implementasi Budaya Kaizen Dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan Perumda Tirta Mangkaluku Kota Palopo (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Matsuura, K. (1994). *Kamus Jepang-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Masrifan, M., Alfin, R., & Huda, S. (2024). PENGARUH BUDAYA KERJA DAN BUDAYA KAIZEN TERHADAP PRODUKTIFITAS KERJA KARYAWAN PT. YMPI (PASURUAN). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 1391-1404.

Hakim, M. A., Musadieg, M. A., & Nurtjahjono, G. E. (2016). Pengaruh budaya Kaizen terhadap motivasi dan kinerja (Studi pada karyawan PT Semen Indonesia Tbk). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35.

Handayani, W. (2020). Pengaruh Budaya Kaizen Dan Budaya Horenso Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Pt. Yamaha Music Indonesia Manufacturing Asia Cikarang Barat. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 327362.

Ariskiyya, S., Abadiyah, R., Andriani, D., & Sumartik, S. (2024). Pengaruh Budaya Kerja Kaizen, Kemampuan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Pt. Jatim Autocomp Indonesia). *Competence: Journal of Management Studies*, 18(1), 36-53.

Yuliaty, F. (2021). QUALITY OF WORK LIFE, BUDAYA KAIZEN, KEPUASAN KERJA, DAN KOMITMEN ORGANISASI. *Khazanah Intelektual*, 5, 1-18.

ACHMAD SULISTYO, N. (2023). PENGARUH BUDAYA KAIZEN DAN REWARD TERHADAP KINERJA KARYAWAN NASMOCO CILACAP (Doctoral dissertation, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap).

©2025 Pande Wira Artha Dianingsih, Wayan Nurita