

Budaya perusahaan dan pembentukan citra perusahaan : studi komparasi Hotel Sentral Jakarta dan Hotel Sofyan Betawi Jakarta

Manik Sunuantari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72553&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Banyak faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan image pelanggan terhadap suatu hotel. Salah satu faktor yang menonjol dalam pembentukan citra hotel adalah dari budaya hotel yang bersangkutan. Ini tercermin dalam perilaku, norma, nilai-nilai baku yang dianut, filsafat, peraturan-peraturan, dan iklim komunikasi yang ada di suatu hotel.

Pemilihan lokasi penelitian yaitu Hotel Sentral dan Hotel Sofyan Betawi yang pada awalnya adalah satu grup. Tetapi karena adanya berbagai perbedaan maka masing-masing memutuskan untuk memisahkan diri, dan berkembang sesuai dengan keinginan pendiri. Antara kedua hotel tersebut ternyata setelah terpisah, masing-masing memiliki budaya yang khas yang pada akhirnya menciptakan segmen pasar yang berbeda. Hal inilah yang menarik perhatian peneliti, sehingga memutuskan untuk melakukan penelitian di kedua lokasi tersebut.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah proses terbentuknya budaya perusahaan hotel sehingga tercipta citra perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui budaya perusahaan yang ada di Hotel Sentral dan Hotel Sofyan Betawi sehingga masing-masing membantu terbentuknya citra perusahaan. Teori yang digunakan adalah teori budaya dari Heskett, dengan menggunakan pendekatan konstruktivis, sebab pembentukan budaya tidak terlepas dari peranan setiap individu dalam menangkap fenomena yang ada di sekitarnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat eksploratif, dengan menggali sebanyak mungkin informasi yang ada di kedua lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi langsung, dan observasi terlibat, serta dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah method of agreement dan method of difference. Untuk melihat kesamaan dan perbedaan yang ada di kedua lokasi bersangkutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya yang penulis temukan di lapangan hanya berlaku untuk jenis perusahaan perhotelan, khususnya yang berbintang tiga. Berkaitan dengan masalah budaya perusahaan hotel dan citra hotel di mata pelanggan. Setelah dilakukan komparasi maka bahwa masing-masing perusahaan perhotelan mempunyai karakteristik budaya dan pelanggan yang berbeda, meskipun berasal dari sejarah yang sama, maupun peringkat bintang yang sama. Sehingga dari hasil penelitian di lapangan menunjukkan adanya kontribusi dari budaya perusahaan dalam usaha suatu hotel membentuk citra di mata pelanggan.