



Analisis Kualitas Layanan Berbasis RATER dan Dampaknya terhadap Kepuasan Tamu dan Arus Kas Operasional pada Ancyra by Continent Poso

Waldiyono^{1*}, Agus Solikhin², Alip Suroto³, I Gusti Ayu Agung⁴

¹Mahasiswa Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

²⁻⁴Dosen Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

*Penulis Korespondensi: dionshafa@gmail.com

Abstract. *This study examines the association between RATER-based service-quality perceptions and net operating cash flow at Ancyra by Continent Poso. A quantitative explanatory design used questionnaire data from 100 hotel guests and operating cash-flow data aggregated into 12 periods. Questionnaire responses were used to describe respondents and assess the instrument, whereas inferential analysis used 12 period-level pairs of aggregate RATER scores and net cash. The seven-item instrument showed item-total correlations of 0.310–0.485 and high internal consistency (Cronbach's Alpha = 0.882). Mean indicator scores ranged from 4.51 to 4.67, and all 12 periods recorded positive net operating cash flow. At N = 12, correlations between individual RATER indicators and net cash were positive but not statistically significant. Simple regression produced $R = 0.300$, $R^2 = 0.090$, adjusted $R^2 = -0.001$, $F(1,10) = 0.989$, and $p = 0.343$; therefore, H1 was not supported. The findings describe favorable service-quality perceptions and positive operating cash flow but do not provide sufficient statistical evidence of a consistent association between the two variables. The study contributes methodologically by aligning individual customer data with organization-level financial data and highlights the need for longer longitudinal series and relevant operational controls.*

Keywords: Hotel Financial Performance; Operating Cash Flow; Period-Level Analysis; RATER; Service-Quality Perception.

Abstrak. Penelitian ini menganalisis hubungan antara persepsi kualitas layanan berbasis RATER dan arus kas bersih operasional Hotel Ancyra by Continent Poso. Desain kuantitatif eksplanatori menggunakan data kuesioner dari 100 tamu hotel dan data arus kas operasional yang diagregasi menjadi 12 periode. Data kuesioner digunakan untuk mendeskripsikan responden serta menguji instrumen, sedangkan analisis inferensial menggunakan 12 pasangan skor RATER agregat dan arus kas bersih pada tingkat periode. Instrumen tujuh indikator memiliki korelasi item-total sebesar 0,310–0,485 dan konsistensi internal yang tinggi (Cronbach's Alpha = 0,882). Rata-rata indikator berada pada rentang 4,51–4,67, sedangkan seluruh 12 periode mencatat arus kas bersih operasional yang positif. Pada N = 12, korelasi setiap indikator RATER dengan arus kas bersih berarah positif tetapi tidak signifikan. Regresi linear sederhana menghasilkan $R = 0,300$, $R^2 = 0,090$, adjusted $R^2 = -0,001$, $F(1,10) = 0,989$, dan $p = 0,343$ sehingga H1 tidak didukung. Temuan tersebut menggambarkan persepsi kualitas layanan yang positif dan arus kas operasional yang positif, tetapi belum memberikan bukti statistik yang memadai mengenai hubungan yang konsisten antara kedua variabel. Kontribusi metodologis penelitian terletak pada penyelarasan data pelanggan tingkat individu dengan data keuangan tingkat organisasi serta penegasan perlunya deret waktu yang lebih panjang dan variabel kontrol operasional yang relevan.

Kata Kunci: Analisis Tingkat Periode; Arus Kas Operasional; Kinerja Keuangan Hotel; Persepsi Kualitas Layanan; RATER.

1. LATAR BELAKANG

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang sangat bergantung pada kualitas pengalaman tamu (Kandampully et al., 2023; Sharma et al., 2022). Hotel tidak hanya menjual kamar sebagai produk fisik, tetapi juga menjual pengalaman layanan yang terbentuk melalui kebersihan, kenyamanan, keramahan staf, kecepatan respons, rasa aman, fasilitas pendukung, serta konsistensi penerapan standar operasional dalam setiap proses pelayanan kepada tamu (Fitri et al., 2025). Kepuasan tamu menjadi indikator strategis karena dapat memengaruhi loyalitas, ulasan positif, rekomendasi, pembelian ulang, dan penggunaan layanan tambahan hotel (Kim & So, 2022; Rather & Hollebeek, 2021). Kajian kualitas layanan dalam hospitality

banyak menggunakan pendekatan SERVQUAL atau RATER yang mencakup reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness. Model tersebut memandang kualitas layanan sebagai persepsi pelanggan atas kesesuaian antara harapan dan pengalaman layanan yang diterima. (Parasuraman et al., 1988) menempatkan kualitas layanan sebagai konstruk multidimensi yang dapat digunakan untuk membaca pengalaman pelanggan secara lebih sistematis. Dalam perspektif expectation-confirmation theory, kepuasan muncul ketika kinerja layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan (Lu & Liao, 2023; Nguyen et al., 2022). Kepuasan tamu tidak hanya menjadi hasil psikologis, tetapi juga bagian dari mekanisme perilaku yang dapat mendorong loyalitas dan intensi pembelian ulang.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan dengan kinerja finansial perusahaan jasa. Terkait bidang perhotelan, Chi dan Gursoy (2009) menemukan hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan. Penelitian oleh Mittal et al. (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan positif dengan kinerja perusahaan, termasuk kinerja akuntansi dan keuangan. Dalam konteks industri perhotelan, peningkatan kepuasan tamu berpotensi mendukung peningkatan pendapatan dan memperkuat kinerja keuangan hotel. Demydyuk dan Carlbäck (2024) juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam keberhasilan finansial jangka panjang hotel, sementara Matsuoka, (2022) menunjukkan bahwa strategi revenue management dapat memengaruhi persepsi nilai, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Segerlind et al. (2026) menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi berhubungan dengan pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan hingga empat tahun setelah pengukuran kepuasan, sehingga kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mendukung kinerja keuangan jangka panjang. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara kualitas layanan dan kinerja keuangan hotel perlu dipahami secara lebih integratif.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian hospitality masih menempatkan kepuasan tamu sebagai variabel yang berakhir pada loyalitas, niat menginap kembali, atau ulasan online. Kajian yang secara langsung menghubungkan kepuasan tamu dengan indikator arus kas operasional aktual masih relatif terbatas, terutama dalam lingkup hotel lokal atau hotel non metropolitan di Indonesia (Demydyuk & Carlbäck, 2024). Kesenjangan ini penting karena arus kas operasional merupakan indikator likuiditas yang mencerminkan kemampuan hotel membiayai aktivitas harian, menjaga stabilitas operasional, dan mendukung keberlanjutan usaha. Perspektif ini selaras dengan IAS 7 (International Accounting Standard) yang memandang informasi arus kas sebagai dasar untuk menilai kemampuan entitas menghasilkan kas dan setara kas (Foundation, 2023).

Ancyra by Continent Poso merupakan hotel bintang tiga yang memiliki 71 kamar, restoran, dan ruang pertemuan. Hotel ini melayani tamu bisnis, tamu pemerintahan, tamu keluarga, serta wisatawan leisure. Dengan karakter pasar lokal yang tidak sepenuhnya sama dengan destinasi pariwisata besar, hubungan antara pengalaman layanan dan arus kas operasional menjadi relevan untuk dianalisis. Hotel di wilayah non-metropolitan cenderung menghadapi dinamika permintaan yang dipengaruhi oleh kegiatan lokal, event pemerintah, perjalanan dinas, dan reputasi layanan dari mulut ke mulut. Pengukuran kepuasan tamu perlu dikaitkan dengan indikator keuangan operasional agar manajemen tidak hanya berorientasi pada skor layanan, tetapi juga memahami implikasi ekonominya

Kontribusi empiris penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan kualitas layanan berbasis RATER dengan arus kas operasional aktual pada hotel lokal non-metropolitan. Penelitian ini tidak hanya menguji apakah tamu puas, tetapi juga menilai apakah kualitas layanan memiliki hubungan empiris dengan stabilitas arus kas bersih operasional hotel. Pendekatan ini memperluas kajian service profit chain dengan memberikan bukti empiris pada hotel di Indonesia (Hogreve et al., 2022). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat kepuasan tamu berdasarkan dimensi RATER; (2) menganalisis kondisi arus kas operasional hotel; (3) menguji hubungan antara kepuasan tamu dan arus kas bersih operasional; serta (4) merumuskan implikasi manajerial untuk meningkatkan keberlanjutan finansial hotel melalui penguatan kualitas layanan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Layanan, RATER, dan Kepuasan Tamu

Kualitas layanan dalam bisnis hotel merepresentasikan kemampuan hotel memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan tamu (Oktiviana U. et al., 2022). Dimensi reliability menggambarkan kemampuan hotel menyediakan layanan secara akurat dan konsisten. Assurance menunjukkan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf menumbuhkan rasa aman. Tangibles mencerminkan kualitas fasilitas fisik, kebersihan, penampilan staf, dan kenyamanan lingkungan hotel. Empathy menunjukkan perhatian personal terhadap kebutuhan tamu. Responsiveness menunjukkan kecepatan dan kesediaan staf membantu tamu.

Dalam hospitality, kualitas layanan menjadi faktor pembentuk kepuasan karena pengalaman tamu bersifat langsung, personal, dan sering kali sulit dipisahkan dari interaksi dengan staf. Semakin baik persepsi tamu terhadap dimensi-dimensi RATER, semakin besar kemungkinan tamu menilai pengalaman menginap sebagai memuaskan. Kepuasan tersebut

kemudian dapat memengaruhi loyalitas, rekomendasi, dan preferensi untuk kembali menggunakan layanan hotel.

Dari perspektif finansial, kualitas pelayanan yang mampu meningkatkan kepuasan tamu berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan hotel. Kepuasan tamu yang tinggi mendorong peningkatan profitabilitas serta memperkuat keberlanjutan operasional hotel melalui peningkatan indikator keuangan (Skordoulis et al., 2024; 2022). Kondisi ini sejalan dengan teori manajemen keuangan yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen yang superior berbanding lurus dengan peningkatan volume arus kas masuk sekaligus meminimalkan risiko ketidakpastian kas operasional perusahaan (Sari et al.).

Service Profit Chain dan Kinerja Finansial Hotel

Service profit chain menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat mendorong loyalitas, dan loyalitas pelanggan pada akhirnya berhubungan dengan pertumbuhan pendapatan serta profitabilitas. Mekanisme ini dapat muncul melalui repeat guest, peningkatan durasi menginap, penggunaan layanan restoran dan meeting room, rekomendasi kepada pihak lain, serta penurunan biaya akuisisi pelanggan. Kualitas layanan dapat dipahami sebagai aset tidak berwujud yang berpotensi memberi dampak finansial.

Perspektif resource-based view juga mendukung argumentasi ini. Barney (1991) menjelaskan bahwa sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif. Dalam artikel terbarunya, kualitas pelayanan merupakan salah satu kapabilitas strategis yang dapat menciptakan nilai bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu, serta berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Barney et al., 2021). Pada hotel, budaya pelayanan, kompetensi staf, konsistensi operasional, dan kemampuan membangun hubungan emosional dengan tamu merupakan sumber daya yang sulit ditiru secara cepat oleh pesaing. Jika dikelola konsisten, kualitas layanan dapat menjadi faktor pembeda yang mendukung stabilitas arus kas.

Arus Kas Operasional Hotel

Arus kas operasional menggambarkan penerimaan dan pengeluaran kas yang berasal dari aktivitas utama hotel. Pada hotel, cash in dapat berasal dari penjualan kamar, restoran, ruang pertemuan, laundry, dan layanan tambahan lain. Cash out dapat berasal dari biaya tenaga kerja, bahan makanan dan minuman, utilitas, pemeliharaan fasilitas, pembelian perlengkapan, dan biaya operasional harian. Net cash atau arus kas bersih menunjukkan selisih antara kas masuk dan kas keluar. Arus kas bersih yang positif menunjukkan kemampuan hotel menjaga likuiditas operasional (Purba & Achmad, 2023)

Namun, arus kas hotel tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan tamu. Faktor lain seperti tingkat hunian, harga kamar, Average Daily Rate, Revenue per Available Room, event lokal, musim liburan, strategi promosi, dan struktur biaya operasional juga dapat memengaruhi arus kas. Penelitian ini tidak menempatkan kepuasan tamu sebagai determinan tunggal, tetapi sebagai salah satu faktor yang berhubungan dengan stabilitas arus kas operasional.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan menggunakan data longitudinal yang disusun berdasarkan periode operasional hotel. Unit analisis penelitian berupa periode pengamatan, sehingga setiap observasi merepresentasikan kondisi operasional hotel pada waktu tertentu, bukan data individu responden. Data kualitas layanan diperoleh dari 100 tamu Hotel Ancyra by Continent Poso yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu tamu yang telah memanfaatkan layanan utama hotel dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Nilai kualitas layanan pada setiap periode dihitung dalam bentuk skor rata-rata sebagai data agregat yang selanjutnya dipasangkan dengan data arus kas operasional pada periode yang sama. Kualitas layanan berperan sebagai variabel independen dan diukur menggunakan lima dimensi RATER/SERVQUAL yang meliputi *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Sementara itu, variabel dependen adalah arus kas bersih operasional (*net operating cash flow*), yang diperoleh dari laporan keuangan internal hotel dan dihitung berdasarkan selisih antara penerimaan serta pengeluaran kas yang berasal dari aktivitas operasional.

Tahapan analisis diawali dengan pemeriksaan kelengkapan data kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan penghitungan skor rata-rata kualitas layanan pada setiap periode pengamatan. Data tersebut selanjutnya diintegrasikan dengan data arus kas operasional sesuai periode yang sama sebelum dilakukan analisis statistik. Analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, uji validitas menggunakan korelasi item-total, serta uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai minimum 0,70. Hubungan antara kualitas layanan dan arus kas operasional dianalisis menggunakan korelasi Pearson apabila memenuhi asumsi normalitas dan linearitas, sedangkan pengaruh hubungan tersebut diuji melalui regresi linear sederhana dengan model

$$Net\ Operating\ Cash\ Flow_t = \beta_0 + \beta_1(Quality\ Service\ Score_t) + \varepsilon_t$$

Hasil analisis diinterpretasikan sebagai hubungan statistik antara kedua variabel, sehingga tidak dimaksudkan untuk menyimpulkan adanya hubungan kausal secara langsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa 100 responden menilai kualitas layanan secara sangat positif dan seluruh 12 periode mencatat arus kas bersih operasional yang positif. Instrumen memiliki validitas item yang memadai dan konsistensi internal yang tinggi. Namun, seluruh korelasi indikator RATER dengan arus kas bersih tidak signifikan, dan regresi skor total RATER juga tidak signifikan pada tingkat periode. Penelitian ini berhasil mendeskripsikan kualitas layanan dan kondisi arus kas, tetapi belum memperoleh bukti statistik yang memadai bahwa variasi kualitas layanan berhubungan secara konsisten dengan variasi arus kas bersih operasional.

Persepsi Kualitas Layanan sebagai Kekuatan Operasional

Rata-rata seluruh indikator yang melampaui 4,50 menunjukkan bahwa responden menilai kualitas layanan Ancyra by Continent Poso secara sangat positif. Tangibles 1 memperoleh rata-rata tertinggi, sehingga kondisi fasilitas, kebersihan, dan kenyamanan fisik menjadi aspek yang paling menonjol dalam evaluasi responden. Meskipun demikian, selisih antara indikator tertinggi dan terendah hanya 0,16 poin. Perbedaan yang kecil tersebut tidak cukup untuk menyatakan satu dimensi sebagai keunggulan yang jauh lebih dominan tanpa pengujian perbandingan tambahan.

Perspektif resource-based view dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa fasilitas yang terawat, rutinitas pelayanan, kompetensi staf, dan budaya organisasi merupakan sumber daya yang mendukung diferensiasi hotel. Namun, data penelitian belum menguji sifat kelangkaan, kesulitan imitasi, atau kontribusi sumber daya tersebut terhadap keunggulan kompetitif. Karena itu, pembahasan sebaiknya menyatakan relevansi teoretis secara hati-hati dan tidak mengubah hasil deskriptif menjadi klaim keunggulan kompetitif yang telah terbukti.

Konsentrasi skor pada rentang yang sangat tinggi menunjukkan kemungkinan efek plafon (ceiling effect). Efek tersebut dapat muncul karena layanan memang dinilai baik, responden cenderung memberikan jawaban positif, atau indikator belum cukup sensitif dalam membedakan pengalaman antartamu. Variasi skor yang sempit juga dapat melemahkan kemampuan analisis statistik dalam menemukan hubungan dengan arus kas. Interpretasi terhadap tingginya skor perlu dilakukan secara hati-hati dan tidak langsung disamakan dengan keunggulan finansial.

Pola Hubungan Dimensi RATER dengan Arus Kas Bersih

Empathy, reliability, dan tangibles memiliki koefisien korelasi positif yang relatif lebih besar dibandingkan indikator lain, tetapi seluruh hubungan tidak signifikan pada $N = 12$. Pola tersebut hanya menunjukkan kecenderungan numerik pada sampel periode yang terbatas dan

belum membuktikan bahwa peningkatan ketiga dimensi akan diikuti oleh peningkatan arus kas bersih.

Rantai laba jasa (service-profit chain) menjelaskan mekanisme teoretis bahwa kualitas layanan dapat membentuk kepuasan, loyalitas, pembelian ulang, dan kinerja finansial. Penelitian ini hanya mengukur persepsi kualitas layanan dan arus kas bersih tanpa mengukur kepuasan sebagai konstruk terpisah, loyalitas, penggunaan ulang, rekomendasi, atau pendapatan per tamu. Arah korelasi yang positif hanya konsisten secara konseptual dengan teori tersebut, tetapi belum mengonfirmasi mekanisme rantai laba jasa secara empiris.

Secara operasional, empathy tetap relevan untuk membangun interaksi personal, reliability diperlukan untuk menjaga ketepatan reservasi, proses check-in dan check-out, serta layanan housekeeping, sedangkan tangibles diperlukan untuk mempertahankan bukti fisik kualitas layanan. Relevansi praktis tersebut didukung oleh teori dan standar pelayanan hotel, tetapi bukan oleh hubungan finansial yang signifikan dalam penelitian ini.

Interpretasi Assurance dan Responsiveness

Analisis pada $N = 12$ menunjukkan bahwa bukan hanya Assurance 2 dan responsiveness yang tidak signifikan; seluruh indikator RATER tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan arus kas bersih. Kedua indikator tersebut tidak dapat dibahas sebagai pengecualian statistik. Koefisien yang lebih kecil hanya menggambarkan pola numerik dalam sampel yang terbatas.

Assurance 2 memperoleh rata-rata deskriptif paling rendah, tetapi selisihnya terhadap indikator tertinggi hanya 0,16 poin. Apabila indikator tersebut merepresentasikan pengalaman layanan sarapan, manajemen dapat menelaah variasi menu, kecepatan pengisian ulang makanan, kebersihan area makan, dan kualitas interaksi petugas melalui audit operasional serta analisis keluhan tamu. Skor yang relatif lebih rendah berfungsi sebagai sinyal evaluasi, bukan bukti bahwa layanan sarapan menjadi penyebab perubahan arus kas.

Responsiveness tetap merupakan standar penting karena kecepatan respons memengaruhi pengalaman tamu ketika muncul permintaan atau keluhan. Namun, penelitian ini belum menunjukkan hubungan finansial langsung. Evaluasi lanjutan dapat menggunakan waktu respons, jumlah keluhan, durasi penyelesaian masalah, dan kepuasan setelah penanganan sebagai indikator operasional yang lebih spesifik.

Daya Jelas Model dan Keterbatasan Daya Uji

Nilai R^2 sebesar 0,090 tidak dapat digunakan untuk menyatakan bahwa hubungan telah terbukti signifikan karena signifikansi model ditentukan melalui uji F dan nilai p. Pada $N = 12$, model menghasilkan $F(1,10) = 0,989$ dengan $p = 0,343$. Adjusted R^2 sebesar -0,001

menunjukkan bahwa penggunaan skor total RATER belum meningkatkan daya prediksi terhadap arus kas bersih dibandingkan penggunaan nilai rata-rata arus kas semata.

Jumlah 12 observasi memberikan daya uji statistik (statistical power) yang rendah dan hanya menyisakan 10 derajat bebas residual. Kondisi tersebut membuat estimasi koefisien rentan berubah akibat satu atau dua periode ekstrem dan menghasilkan ketidakpastian yang besar. Temuan inferensial diposisikan sebagai hasil eksploratif dan tidak digunakan untuk membangun klaim efek finansial.

Variasi arus kas hotel secara substantif dapat dipengaruhi oleh tingkat hunian, tarif harian rata-rata (Average Daily Rate), pendapatan per kamar tersedia (Revenue per Available Room), kegiatan lokal, segmen pelanggan, pendapatan ruang pertemuan, biaya tenaga kerja, utilitas, dan promosi. Penambahan seluruh variabel tersebut pada 12 periode akan meningkatkan risiko model berlebih (overfitting). Penelitian lanjutan perlu memperpanjang deret waktu terlebih dahulu, kemudian memasukkan variabel kontrol secara terbatas berdasarkan landasan teori.

Kontribusi Teoretis

Penelitian ini belum memberikan dukungan statistik yang memadai terhadap hubungan kualitas layanan dan arus kas operasional. Kontribusi teoretis penelitian terletak pada pengujian awal kerangka rantai laba jasa dalam konteks hotel nonmetropolitan serta pada penegasan pentingnya menyelaraskan tingkat analisis antara data persepsi pelanggan dan data keuangan organisasi.

Arah korelasi yang positif pada seluruh indikator konsisten secara deskriptif dengan literatur metrik pelanggan (customer metrics) dan rantai laba jasa, tetapi konsistensi arah tidak sama dengan dukungan hipotesis. Temuan ini memperlihatkan kebutuhan terhadap data longitudinal yang lebih panjang serta pengukuran mediator berupa kepuasan, loyalitas, pembelian ulang, rekomendasi, dan pendapatan per tamu agar mekanisme hubungan layanan dan kinerja finansial dapat diuji secara lebih utuh.

Implikasi Praktis

Manajemen dapat menggunakan skor RATER sebagai indikator mutu layanan dan dasar awal untuk menentukan prioritas perbaikan. Namun, hasil penelitian belum membuktikan bahwa kenaikan skor RATER akan meningkatkan arus kas. Keputusan investasi pelayanan perlu mempertimbangkan hasil deskriptif, keluhan tamu, audit proses, biaya intervensi, tingkat hunian, pendapatan per tamu, dan perubahan arus kas secara bersamaan.

Dashboard manajemen dapat menghubungkan skor kualitas layanan bulanan dengan tingkat hunian (occupancy rate), tarif harian rata-rata (Average Daily Rate), pendapatan per

kamar tersedia (Revenue per Available Room), proporsi tamu berulang (repeat guest ratio), pendapatan kamar, pendapatan makanan dan minuman, biaya operasional, serta arus kas bersih. Deret waktu yang lebih panjang juga memungkinkan pengujian jeda waktu (time lag), karena pengalaman layanan pada suatu periode dapat berhubungan dengan pembelian ulang atau rekomendasi pada periode berikutnya.

Implikasi Manajerial

Temuan deskriptif dapat digunakan untuk mempertahankan kekuatan fasilitas fisik dan meningkatkan konsistensi interaksi layanan, terutama pada aspek empathy, reliability, tangibles, assurance, dan responsiveness. Namun, hasil inferensial tidak mendukung kesimpulan bahwa perbaikan skor RATER secara langsung meningkatkan arus kas. Program peningkatan layanan perlu diposisikan sebagai upaya menjaga mutu dan pengalaman tamu, bukan sebagai intervensi finansial yang telah terbukti.

Manajemen dapat menyusun pemantauan bulanan yang mengintegrasikan skor RATER agregat dengan tingkat hunian, tarif harian rata-rata, pendapatan per kamar tersedia, proporsi tamu berulang, pendapatan kamar, pendapatan makanan dan minuman, biaya operasional, serta arus kas bersih. Evaluasi sebelum dan sesudah intervensi, disertai periode pengamatan yang lebih panjang, akan memberikan dasar yang lebih kuat untuk menilai manfaat operasional dan finansial dari setiap program perbaikan layanan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa 100 responden memberikan penilaian sangat positif terhadap kualitas layanan berbasis RATER dan seluruh 12 periode mencatat arus kas bersih operasional yang positif. Instrumen memiliki korelasi item-total sebesar 0,310–0,485 dan Cronbach's Alpha sebesar 0,882. Tangibles 1 memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 4,67, sedangkan Assurance 2 memperoleh rata-rata terendah sebesar 4,51. Perbedaan rata-rata tersebut bersifat deskriptif dan perlu ditafsirkan secara hati-hati karena skor terkonsentrasi mendekati batas maksimum.

Analisis inferensial pada $N = 12$ menunjukkan bahwa seluruh korelasi indikator RATER dengan arus kas bersih berarah positif tetapi tidak signifikan. Regresi skor total RATER menghasilkan $R = 0,300$, $R^2 = 0,090$, $\text{adjusted } R^2 = -0,001$, $F(1,10) = 0,989$, dan $p = 0,343$, sehingga H_1 tidak didukung. Kualitas layanan tetap penting sebagai dasar pengelolaan pengalaman tamu, tetapi hubungan finansialnya belum terbukti dalam data penelitian ini. Penelitian berikutnya memerlukan periode pengamatan yang lebih panjang, variabel

operasional dan keuangan yang lebih lengkap, serta pengukuran kepuasan, loyalitas, dan pembelian ulang sebagai mekanisme penghubung.

Penelitian ini terbatas pada satu hotel dan hanya menggunakan 12 periode sebagai unit analisis inferensial. Jumlah 100 responden memadai untuk mendeskripsikan persepsi tamu dan menguji konsistensi instrumen, tetapi tidak dapat diperlakukan sebagai 100 observasi keuangan. Ukuran $N = 12$ menghasilkan daya uji rendah, estimasi yang sensitif terhadap nilai ekstrem, dan keterbatasan generalisasi. Beberapa dimensi RATER juga hanya diwakili oleh satu indikator sehingga cakupan validitas konstruk masih terbatas.

Data arus kas belum dipisahkan berdasarkan pendapatan kamar, restoran, ruang pertemuan, dan layanan tambahan, serta belum dilengkapi variabel tingkat hunian, tarif harian rata-rata, pendapatan per kamar tersedia, musim kunjungan, dan struktur biaya. Penelitian lanjutan perlu menggunakan deret waktu yang lebih panjang, melaporkan jumlah responden pada setiap periode, mengembangkan indikator jamak untuk setiap dimensi, menguji kemungkinan jeda waktu, dan memasukkan variabel kepuasan, loyalitas, pembelian ulang, serta pendapatan per tamu sebagai mediator yang relevan.

DAFTAR REFERENSI

- Alam, K. (2024). A bibliometric analysis: The influence of Service Profit Chain (SPC) on the hospitality industry. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(8), 217–235. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i81452>
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., Jr., & Wright, M. (2021). Resource-based theory and the value creation framework. *Journal of Management*, 47(7), 1936–1955. <https://doi.org/10.1177/01492063211021655>
- Demydyuk, G. V., & Carlbäck, M. (2024). Balancing short-term gains and long-term success in lodging: The role of customer satisfaction and price in hotel profitability model. *Tourism Economics*, 30(4), 844–875. <https://doi.org/10.1177/13548166231199156>
- Fitri, T., Solikhin, A., & Suroto, A. (2025). Implementasi HACCP pada pengolahan salad di messhall PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 6(2), 301–310. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v6i2.2129>
- Hogreve, J., Iseke, A., & Derfuss, K. (2022). The service-profit chain: Reflections, revisions, and reimaginings. *Journal of Service Research*, 25(3), 460–477. <https://doi.org/10.1177/10946705211052410>
- IFRS Foundation. (2023). *IAS 7 statement of cash flows*. <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ias-7-statement-of-cash-flows/>
- Kandampully, J., Bilgihan, A., Van Riel, A. C. R., & Sharma, A. (2023). Toward holistic experience-oriented service innovation: Co-creating sustainable value with customers and society. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(2), 161–183. <https://doi.org/10.1177/19389655221108334>

- Kim, H., & So, K. K. F. (2022). Two decades of customer experience research in hospitality and tourism: A bibliometric analysis and thematic content analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 100, Article 103082. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103082>
- Lu, K., & Liao, H. (2023). Dynamic preference elicitation of customer behaviours in e-commerce from online reviews based on expectation confirmation theory. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(2), Article 2106275. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2106275>
- Matsuoka, K. (2022). Effects of revenue management on perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 148, 131–148. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.052>
- Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., Shaik, M., Bosukonda, N., & Sridhar, S. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: What 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34(2), 171–187. <https://doi.org/10.1007/s11002-023-09671-w>
- Nguyen, D. M., Chiu, Y. H., Vu, H. Q., & Nguyen, T. (2022). Toward a unified theory of technology continuance: Effects of conscious versus unconscious factors. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(5), 1219–1235. <https://doi.org/10.1002/cb.2073>
- Oktiviana, R. A. U., Solikhin, A., & Satiti, E. N. (2022). Fasilitas, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di masa pandemi COVID-19 (Studi pada Guest House Panti Pamardi Siwi Indah Ngawi). *Jurnal Hotelier*, 8(1), 18–27. <https://hotelier.poltekindonusa.ac.id/index.php/view/article/view/170>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Purba, M. C., & Achmad, T. (2023). Pengaruh arus kas terhadap financial distress pada masa sebelum dan saat pandemi COVID-19 (Studi empiris pada sektor industri hotel, restoran, dan pariwisata di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.32524/jia.v1i2.528>
- Rather, R. A., & Hollebeek, L. D. (2021). Customers' service-related engagement, experience, and behavioral intent: Moderating role of age. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, Article 102453. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102453>
- Segerlind, C., Eriksson, K., & Hermansson, C. (2026). Sustained impact of higher customer satisfaction on bank revenue. *Journal of Financial Services Marketing*, 31(1), Article 8. <https://doi.org/10.1057/s41264-025-00337-4>
- Sharma, M., Antony, R., Sehrawat, R., Cruz, A. C., & Daim, T. U. (2022). Exploring post-adoption behaviors of e-service users: Evidence from the hospitality sector /online travel services. *Technology in Society*, 68, Article 101781. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101781>
- Skordoulis, M., Stavropoulos, A. S., Papagrigoriou, A., & Kalantonis, P. (2024). The strategic impact of service quality and environmental sustainability on financial performance: A case study of 5-star hotels in Athens. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10), Article 473. <https://doi.org/10.3390/jrfm17100473>

- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 129–141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.