

UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN FRONT OFFICE DI HOTEL GRASIA SEMARANG

Ar Ruum Maulanasari, Izza Ulumuddin Ahmad Asshofi.
Universitas Dian Nuswantoro
Semarang

313201700042@mhs.dinus.ac.id, izza.asshofi@dsn.dinus.ac.id

Abstrak: Proyek akhir ini bertujuan untuk menerangkan secara terperinci peran *front office* departemen dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu di Hotel Grasia Semarang. Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi maka diperoleh data-data yang akurat perihal dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada tamu hotel. Hasil penelitian yang telah diperoleh yaitu *front office* mempunyai peran yang sangat penting terhadap tingkat kepuasan tamu di Hotel Grasia Semarang. *Front office* memiliki peran penting dan berpengaruh terhadap kelancaran operasional hotel karena area depan merupakan pusat informasi hotel dimana ketikan tamu tiba pertama kali bertemu dengan staff *front office*. Maka dengan adanya upaya peningkatan kualitas pelayanan, seperti menjaga standart pelayanan sesuai dengan *standard operational procedures* (SOP) yang ada sehingga prosedur kerja, tugas, dan pelaksanaan kerja *front office* di Hotel Grasia Semarang akan maksimal. Pelaksanaan kinerja *di front office* tidak terlepas dari hubungan antar departemen yang saling melengkapi dan membantu dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada tamu serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan demikian upaya yang telah dilakukan oleh *front office* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya telah berhasil dilakukan, dibuktikan dengan adanya komentar positif dari tamu yang ada di *online travel agent* dan komentar dari tamu yang disampaikan secara langsung.

Kata Kunci: Pelayanan, Front Office, dan Hotel.

Abstract: *This final project aims to explain in detail the role of the front office in the front office department in an effort to improve the quality of service to guests at the Grasia hotel Semarang. Data collection methods are observation, interviews, literature reviews, and documentation, so accurate data is obtained regarding the role and efforts to improve service quality to hotel guests. The research results that have been obtained are that the front office has an important role in the level of guest satisfaction at the Grasia Hotel Semarang. The front office has an important role and influences the smooth running of the hotel because the front area is the hotel information center where when guests first arrive they meet the front office staff. With efforts to improve service quality, such as maintaining service standards in accordance with existing Standar Operasional Procedures (SOP) so that work procedures, tasks, and implementation of front office work at the Grasia Hotel Semarang will be maximized. Implementation of performance in the front office is inseparable from the interdepartmental relationships that complement each other and assist in efforts to improve the quality of service to guests and increase company revenues. Thus the efforts that have been made by front office in improving the quality of services have been succesfully carried out, as evidenced by comment from guests on online travel agents and commenct from guests that have been delivered directly.*

Keywords: *Service, Front Office, and Hotel.*

LATAR BELAKANG

Industri perhotelan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan pariwisata dalam menyediakan jasa akomodasi serta kegiatan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dirasakan dan dinikmati oleh para wisatawan. Menurut Sulastiyono (2011:5) menuturkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh owner atau pemiliknya dengan menyediakan berbagai layanan penginapan, makanan, dan minuman yang ditujukan kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai pelayanan yang telah diterima tanpa perjanjian khusus. Seiring dengan berkembangnya industri perhotelan maka pengguna layanan hotel tidak hanya bergantung terhadap wisatawan yang menginap saja, tetapi sudah meluas hingga menjangkau setiap orang yang memerlukan tempat untuk berbagai kegiatan acara baik dalam maupun luar kota. Oleh karena itu dengan semakin luasnya fungsi dari sebuah hotel dan jangkauan tamu maka mendorong perusahaan untuk melakukan peningkatan inovasi industri hotel.

Industri Perhotelan yang menjadi penelitian Proyek Akhir ini, sebagian besar praktiknya berorientasi dalam bidang pelayanan jasa. Dalam usaha di bidang perhotelan, ada beragam produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan seperti kamar, *meeting room*, makanan, dan minuman. Dalam melakukan kegiatan penawaran produk dan jasa perhotelan tidak hanya sekedar menawarkan namun juga harus dapat meningkatkan kualitas dalam pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang diartikan merupakan pelayanan dalam bentuk jasa yang dapat disampaikan dengan mudah dan cepat kepada konsumen. Sehingga dapat diartikan Pengertian kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen (Nikmah, 2013:23). Menurut Flitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-56), Dalam menunjang kualitas sebuah pelayanan dibutuhkan lima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dengan dimensi kualitas pelayanan tersebut bisa membantu meningkatkan kepuasan pelanggan serta meningkatkan penjualan produk dan jasa tanpa melakukan penawaran.

Pada saat penulis melakukan on the job training di Hotel Grasia pada periode bulan maret sampai agustus tahun 2019, terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan pelayanan yang nampaknya perlu ditingkatkan. Beberapa di antaranya adalah ketika ada keluhan dari seorang tamu kepada *front office* mengenai kesalahpahaman tamu memesan kamar melalui *online travel agent*, dimana tamu tersebut tidak memahami tipe tempat tidur, tamu ingin memesan kamar seperti yang ada digambar namun yang dipesan tipenya tidak sama seperti ketika tamu ingin memesan twin bed tapi yang dipesan double karena tamu tahunya double bed itu 2 tempat tidur. Masalah lain ada juga seperti ketika tamu tidak menginformasikan kepada *front office* hotel atas keinginannya untuk menginap di non smoking room sehingga karyawan

memberikan kamar yang hanya tersedia pada saat itu. Kemudian masalah lain, pada saat tamu check in berlangsung karyawan *front office* mengatakan bahwa check in belum bisa dilakukan karena kamar yang akan digunakan tamu tersebut belum siap di karenakan dalam kondisi *back to back* sehingga membuat tamu menunggu sangat lama dan membuat tamu tersebut mengeluh. Selain itu, pada saat *high season* salah satu tamu memberitahukan kepada karyawan *front office* mengenai kamarnya yang ingin di *makeup room* dan karyawan *front office* menyampaikan informasi kepada *housekeeping* sedikit terlambat dikarenakan masuk di jam check in sehingga menyebabkan tamu tersebut datang ke *front office counter* lagi untuk menanyakan mengenai hal tersebut sehingga membuat tamu tersebut mengeluh karena kamarnya belum di *makeup room* juga. Setelah kejadian tersebut kemudian pihak *front office* meminta maaf kepada tamu atas keterlambatan dan gangguan yang terjadi.

Dalam menghadapi hal tersebut maka perlu adanya departemen yang bisa menyelesaikan masalah tersebut seperti Departemen *Front Office*. Departemen *Front Office* merupakan ujung tombak serta citra yang dimiliki oleh hotel. Departemen *Front Office* merupakan salah satu departemen di hotel yang memiliki tanggung jawab atas penerimaan pemesanan kamar, melakukan proses check in dan check out, serta departemen yang berada paling depan di suatu hotel. Selain itu di bagian *Front Office* departemen merupakan kesan pertama tamu saat datang ke hotel dan kesan terakhir saat tamu meninggalkan hotel. Penting untuk karyawan *Front Office* memiliki ketrampilan dalam ketepatan, kecepatan dan keramahan dalam melayani tamu, karena seorang *Front Office* bekerja di bidang pelayanan jasa.

Salah satu hotel yang meningkatkan kualitas pelayanan dibagian *Front Office* adalah Hotel Grasia. Alasan penulis memilih hotel Grasia adalah untuk mengetahui bagaimana cara kinerja di bagian operasional khususnya departemen *Front Office*. Hotel Grasia Semarang adalah hotel *convention* berbintang tiga yang dimana hotel tersebut berbasis syariah terbesar di Semarang. Hotel tersebut mulai beroperasi di tahun 1994 untuk turut hadir dalam meramaikan persaingan industri perhotelan di Kota Semarang. Hotel Grasia memiliki konsep *syariah, halal, friendly* yang terbilang sangat unik yang terinspirasi dari generasi masa kini. Hotel Grasia Semarang memiliki fasilitas ruang meeting dan *ballroom* yang dapat dipesan untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan MICE, pernikahan, wisuda, dan lain-lain. Kini fasilitas *meeting room* dan *ballroom* di Hotel Grasia merupakan salah satu produk yang ramai diminati oleh para pihak penyelenggara acara yang sekaligus membutuhkan tempat untuk menginap di hotel. Hotel Grasia menerapkan konsep syariah, hal tersebut memiliki tujuan untuk menghindari perbuatan yang melanggar syariat islam yang tidak diinginkan. Kemudian dari segi pelayanan Hotel Grasia memberikan makanan dan minuman yang memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia dan hiburan yang disediakan pun tidak melanggar aturan syariat islam. Serta Hotel Grasia juga memiliki masjid untuk memudahkan tamu dan masyarakat sekitar melakukan ibadah.

LANDASAN TEORI

2.1. Definisi dan Fungsi Hotel

2.1.1. Pengertian Hotel

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KM 37/PW.340/MPPT-86 (2011:6) menuturkan bahwa hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang digunakan sebagian maupun seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa pendukung lainnya untuk masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Sedangkan menurut Sulastiyono (2011:5) menuturkan bahwa hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh owner atau pemiliknya dengan menyediakan berbagai layanan penginapan, makanan, dan minuman yang ditujukan kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai pelayanan yang telah diterima tanpa perjanjian khusus.

2.1.2 Fungsi Hotel

Hotel mempunyai fungsi utama sebagai akomodasi penyokong kebutuhan pelanggan maupun tamu sebagai tempat tinggal dalam jangka waktu singkat. Namun seiring berkembangnya zaman seperti sekarang, fungsi dari sebuah hotel itu tidak hanya digunakan untuk menginap saja namun bisa digunakan sebagai tempat pernikahan, seminar, konferensi, dan kegiatan lainnya. Fungsi dari sebuah hotel bisa dilihat dari para penerimanya (Salamadian:2020) seperti :

1. Bagi pemilik hotel, hotel adalah alat yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan finansial dan sebagai alat untuk mengembangkan modal usaha.
2. Bagi karyawan hotel, hotel merupakan tempat untuk mendapatkan penghasilan dalam memenuhi kebutuhan serta sekaligus tempat untuk mendapatkan dan meningkatkan pengetahuan .
3. Bagi para tamu, hotel memiliki fungsi sebagai tempat yang aman dan nyaman untuk tempat tinggal atau menginap sementara
4. Bagi pemerintah, hotel mempunyai fungsi untuk menyerap tenaga kerja yang berasal dari daerah sekitar serta membuka lapangan pekerjaan.

2.1.3 Departemen Yang Terdapat Di Dalam Hotel

Bagian-bagian yang terdapat di dalam hotel secara umum menurut Sulastiyono (2011:63-186) antara lain :

1. *Front Office* merupakan departemen yang berada paling depan yang berhubungan langsung dengan tamu serta memiliki tugas dalam menerima pemesanan kamar, memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh tamu, melayani tamu ketika *check out* sampai dengan proses pembayaran kamar yang digunakan oleh tamu.
2. *Sales dan marketing* merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam memasarkan semua produk yang dimiliki oleh hotel
3. *Housekeeping* adalah departemen yang memiliki tanggung jawab dalam hal kebersihan semua area hotel mulai dari kamar dan fasilitas lainnya.
4. *Food & Beverage* merupakan departemen yang memiliki tanggung jawab dalam menangani segala kebutuhan yang dibutuhkan tamu yang berhubungan dengan makanan dan minuman.

5. Personalia atau HRD merupakan departemen yang bertugas dalam menangani semua yang berhubungan dengan karyawan.
6. *Accounting* merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam mengelola semua anggaran dan administrasi hotel baik pengeluaran maupun pendapatan.
7. *Engineering* adalah departemen yang bertugas dalam menangani perawatan maupun perbaikan semua peralatan maupun mesin yang dimiliki hotel.
8. *Security* merupakan departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam menjaga keamanan seluruh area di hotel.
9. *Purchasing* merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam hal pembelian maupun pemesanan barang yang digunakan untuk proses produksi di hotel.

2.2. Definisi *Front Office*

2.2.1 Definisi *Front Office*

Menurut Bagyono (2016:21) menjelaskan tentang arti dari kata *Front Office* yang diambil dari bahasa Inggris, dimana arti dari kata "*Front*" adalah "depan" sedangkan "*office*" adalah kantor. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Front Office* merupakan arti dari Kantor Depan. Dimana kantor depan ini adalah departemen yang letaknya berada paling depan di hotel serta menjadi citra dari hotel.

Departemen ini merupakan bagian terpenting dari sebuah hotel, karena departemen ini merupakan kesan pertama dan terakhir tamu saat memasuki sebuah hotel. Tidak hanya itu, departemen *Front Office* juga berhubungan langsung dengan tamu, maka dari itu departemen ini merupakan cerminan pelayanan dari suatu hotel. Serta dalam departemen *Front Office* ini kedudukannya sangatlah penting untuk keberlangsungan hotel, karena baik buruknya pelayanan hotel berada di departemen ini.

Front Office juga merupakan kantor depan yang menjadi pusat informasi dari segala kegiatan tamu mulai dari pembayaran, menangani segala keluhan tamu, mengurus barang tamu yang hilang serta penerimaan dan pengurusan barang dan tidak lupa juga menjadi pusat segala bentuk informasi dari luar maupun dalam.

Menurut Bagyono (2016:21-22) menuturkan bahwa di sebuah hotel *front office* mempunyai fungsi yang sangat penting untuk keberlangsungan hotel. Fungsi tersebut terdiri dari :

1. Memberikan informasi mengenai produk, layanan, serta informasi umum lainnya kepada tamu.
2. Melakukan penjualan kamar (*reservasi, check in dan check out*).
3. Mengkoordinasikan pelayanan tamu
4. Melaksanakan prosedur pembayaran tamu seperti *guest folio, guest bill*, dan lainnya.
5. Mencatat laporan status kamar .
6. Menerima panggilan telepon, pesan, email, dan lainnya.
7. Menangani barang yang dibawa oleh tamu .
8. Menangani kehilangan barang tamu.
9. Menyelesaikan serta menangani keluhan tamu.
10. Bekerja sama yang baik dengan departemen lain untuk kelancaran operasional hotel.
11. Menyusun catatan kunjungan tamu.

2.2.2 Peran Front Office Department

Front Office Department adalah bagian terpenting dari hotel yang harus ada. *Front Office* umumnya terletak di bagian paling depan di suatu hotel sehingga dapat mempermudah tamu untuk mencari segala informasi. Tidak heran dibagian *Front Office* biasanya dibangun dengan luas atau juga bisa disebut *lobby* tujuannya untuk memperluas area gerak tamu. Maka dari itu peran *Front Office* cukup besar serta tanggung jawab dalam mengawasi dan mengkoordinasi kegiatan hotel. Adapaun peran dari *Front Office Department* antara lain:

1. *First impression* dan *last impression* tamu saat menginap.
2. Merupakan pusat hotel.
3. Menjaga *relation* dengan tamu dan departemen lain.
4. Pemecah masalah untuk menyelesaikan masalah tamu terutama pada keluhan tamu.
5. Sumbu sebuah hotel
6. Pusat koordinasi pelayanan
7. Pusat komunikasi
8. Wakil dari manajemen, dalam keadaan tertentu *Front Office* dapat berperan sebagai perwakilan manajemen untuk menyelesaikan masalah yang hanya bisa diselesaikan oleh manajemen.
9. Penyimpan data, *front office* juga merupakan pusat penyimpanan data seluruh kegiatan operasional di hotel.

Mengingat peran *Front Office Departement* yang sangat penting, sehingga menyebabkan departemen itu dijuluki sebagai pusat kegiatan seluruh hotel dimana semua departemen lain juga bergantung padanya. Maka tanpa adanya departemen *front office* di hotel, seluruh aktivitas operasional hotel yang lainnya akan terganggu.

2.2.3. Tugas dan Tanggung Jawab Resepsionis

Tanggung jawab seorang resepsionis adalah menyambut kedatangan tamu saat akan melakukan *check-in* dan menanganinya dengan cepat, tepat, dan ramah sehingga dapat menimbulkan *first impression* tamu . Sedangkan menurut Bagyono (2016:21-22) tugas dan tanggung jawab resepsionis yang lain adalah sebagai berikut :

- a. Menyambut kedatangan tamu serta menangani tamu *check-in*.
- b. Mengecek reservasi tamu dan menentukan kamar sesuai yang dipesan.
- c. Menolong tamu saat mengisi *registration form*.
- d. Menanyakan proses pembayaran tamu dan memprosesnya.
- e. Memberikan kunci kamar, dan *welcome drink* untuk tamu
- f. Menjaga kebersihan area *reception counter* dan mengecek semuakelengkapan peralatan yang ada.
- g. Memberi tamu kunci cadangan ketika kunci tertinggal .
- h. Membuat catatan-catatan penting *shift* sebelumnya di *logbook*.
- i. Menyelesaikan perpindahan kamar
- j. Memberitahukan kepada departemen housekeeping mengenai kamar yang sudah *check-out*, *check-in* maupun pindah.
- k. Memeriksa reservasi (VIP, FIT, atau Grup)
- l. Menyiapkan kamar untuk grup, VIP, ataupun individu setelah kamar diblok supervisor
- m. Mengecek *room rack*
- n. Mengecek perbedaan status kamar antara departemen *front office* dan *housekeeping*.
- o. Menginput data registrasi tamu ke dalam program komputer, supaya semua bagian bisa memanfaatkannya untuk transaksi bill.

2.2.4. Hubungan Resepsionis dengan departemen lain.

Dikutip dari *website* ajar hospitality (15 februari 2019) mengatakan bahwa semua bentuk pekerjaan yang ada di industri perhotelan adalah kerjasama tim atau disebut juga *teamwork*. Salah satunya adalah departemen *front office*, dimana departemen ini banyak di bantu oleh departemen lain karena departemen ini merupakan pusat koordinasi pelayanan. Untuk dapat memberikan kepuasan tamu, maka semua tugas karyawan hotel tidak dapat dibebankan kepada departemen *front office* saja, perlu adanya keterkaitan dengan departemen lain. Berikut adalah hubungan resepsionis dengan departemen lain, seperti berikut :

1. *Front Office* dengan *Housekeeping*

Housekeeping adalah departemen yang memiliki tanggungjawab terhadap kebersihan seluruh area hotel. Hubungan kerja antara *Front Office* dengan *Housekeeping*, sebagai berikut :

- a. Permasalahan *room status*.
- b. Permasalahan perbedaan status kamar
- c. Permasalahan *check-in* dan *check-out* tamu
- d. Permasalahan *Housekeeping report*
- e. Permasalahan *room move* tamu
- f. Permasalahan pengecekan *minibar* saat *check-out*.

2. *Front Office* dengan *F & B departement*

Food and Beverage departement merupakan departemen yang memiliki tanggung jawab dalam menangani segala kebutuhan yang dibutuhkan tamu yang berhubungan dengan makanan dan minuman.

Hubungan kerja *Front Office* dengan *F & B departement* sebagai berikut :

- a. Menyediakan makanan dan minuman sesuai tingkat hunian kamar
- b. Menangani kupon makanan.
- c. Menangani permasalahan *functions room*.
- d. Menangani pemesanan *Complimentary*.

3. *Front Office* dengan *Engineering*

Engineering adalah departemen yang bertugas dalam menangani perawatan maupun perbaikan semua peralatan maupun mesin yang dimiliki hotel. Hubungan kerjanya dengan departemen *front office* antara lain:

- a. Informasi mengenai kerusakan fasilitas elektronik.
- b. Menangani kerusakan pada peralatan *front office*.
- c. Menangani kerusakan ac, *shower*, dan lainnya.

4. *Front Office* dengan *Accounting*

Accounting merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam mengelola semua anggaran dan administrasi hotel baik pengeluaran maupun pendapatan. Hubungan kerjanya dengan departemen *Front Office* antara lain:

- a. permasalahan *petty cash fund*.
- b. Penanganan *night audit*.
- c. *Room revenue* hotel.
- d. Permasalahan *safe deposit*.
- e. Permasalahan penagihan *credit card* yang tak terbayar, dan lainnya.

5. *Front Office* dengan *Sales Marketing*

Sales Marketing merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam memasarkan semua produk yang dimiliki oleh hotel. Hubungan kerjanya dengan departemen *Front Office* antara lain:

- a. Menentukan *room rates* untuk grup harus diketahui oleh sales dan *front office departement*.
- b. Penjualan paket khusus juga perlu komunikasi yang jelas dengan *front office*.
- c. *Selling room*, dan lainnya.
- d. Jika terdapat tamu yang komplain mengenai harga kamar maka *front office* dapat menginformasikan hal tersebut kepada *sales marketing*, dan permasalahan lainnya yang menyangkut penjualan kamar.

2.3. Definisi Kualitas Pelayanan

2.3.1 Definisi Kualitas

Kualitas adalah usaha dalam mencukupi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mewujudkan ekspektasi dan harapan tamu. Dalam perspektif *Total Quality Management (TQM)*, kualitas dipandang secara luas dimana tidak hanya aspek hasil yang ditekankan namun juga proses, lingkungan, serta manusia.

Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2012:152) kualitas adalah kondisi dinamis yang memiliki relasi dengan barang, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan.

Konsep kualitas bersifat relatif dimana tergantung pemikiran yang digunakan untuk menentukan spesifikasi. Menurut Garvin yang dikutip oleh Tjiptono (2012:143), mengatakan bahwa ada lima perspektif kualitas yang berkembang saat ini, antara lain :

1. *Transcendental Approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence* yakni suatu hal yang intuitif dapat dipahami tapi tidak dapat dikomunikasikan. Perspektif ini menjelaskan bahwa orang hanya dapat belajar mengerti kualitas melalui pengalaman yang didapat berulang kali.

2. *Product Based Approach*

Perspektif ini menegaskan bahwa kualitas adalah karakteristik, komponen maupun atribut objektif yang dapat diukur.

3. *User Based Approach*

Perspektif ini menegaskan bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilai, sehingga barang yang memuaskan menurut orang yakni barang yang memiliki kualitas tinggi.

4. *Manufacturing Based Approach*

Dalam konteks ini kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan yang fokus pada praktik perekayasaan.

5. *Value Based Approach*

Perspektif ini melihat kualitas dari segi nilai dan harga yang terbaik dan sepadan merupakan barang yang tepat untuk dibeli.

2.3.2 Definisi Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya mengurus, membantu yang diperlukan orang lain. Pelayanan juga bisa diartikan dari kata “*service*” dimana artinya berhubungan dengan penjualan dan pembelian barang maupun jasa. Jika diambil dari kata benda “pelayan” artinya adalah orang yang membantu atau melayani orang lain.

Menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan merupakan suatu urutan kegiatan yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan untuk konsumen.

Menurut Rahmayanty (2013:18) menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang mempunyai standar kualitas tinggi dan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen maupun pelanggan setiap saat secara konsisten dan akurat.

Pelayanan prima disebut juga dengan *excellent service* yang berarti suatu kegiatan seseorang yang melakukan dan menyediakan pelayanan terbaik kepada para konsumen sehingga menimbulkan rasa puas pada konsumen. Tujuan umum dari pelayanan prima yaitu untuk memberikan pelayanan sehingga dapat memuaskan para konsumen sehingga perusahaan memperoleh laba yang tinggi. Adapaun beberapa tujuan pelayanan prima diantaranya :

1. Memberikan pelayanan baik untuk tamu
2. Menolong tamu mengambil keputusan untuk memilih barang maupun jasa yang ditawarkan.
3. Membuat tamu merasa diperlakukan dengan sangat baik
4. Meningkatkan rasa percaya tamu pada barang maupun jasa yang di jual atau ditawarkan.
5. Menghindari terjadinya komplain tamu mengenai barang maupun jasa yang dijual.
6. Mempertahankan kesetiaan dengan tamu dengan berhubungan baik.
7. Menumbuhkan rasa kepuasan dan kepercayaan para tamu.

Untuk menjadi seorang yang ahli dalam melayani orang lain, maka karyawan tersebut harus memiliki pemahaman mengenai dasar-dasar pelayanan seperti : berpenampilan bersih dan rapi, memiliki sikap yang ramah, memiliki sopan santun, menyapa dengan lembut, bertanggung jawab, berkomunikasi yang baik, dan yang lainnya. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas dari pelayanan itu sangat diperlukan dalam upaya mencukupi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan penyampaian informasi yang tepat agar dapat memuaskan pelanggan.

2.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Flitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-56) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang kompleks, dan tamu akan memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai indikatornya yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* .

Untuk memperjelas mengenai bentuk aplikasi kualitas pelayanan dengan menerapkan konsep "RATER" Menurut Flitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-56) sebagai berikut :

a. *Responsiveness*

Responsiveness merupakan kebijakan yang digunakan untuk membantu memberikan pelayanan yang tanggap dan tepat kepada konsumen atau pelanggan, dimana dalam penyampaian informasinya jelas. Setiap karyawan yang memberikan pelayanan mengutamakan aspek yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yang mendapatkan pelayanan, sehingga memerlukan daya tanggap pegawai untuk melayani orang-orang sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, serta ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk dari pelayanan yang tidak diketahui . kesimpulannya kesadaran untuk cepat melakukan tindakan dalam membantu tamu dan memberikan pelayanan tepat waktu.

b. *Assurance*

Assurance atau bisa disebut juga Jaminan merupakan kemampuan para karyawan di suatu perusahaan untuk dapat menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Hal tersebut terdiri dari komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan sopan santun. Dimensi ini memiliki ciri-cirinya seperti : kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan , dan mempunyai sifat peduli kepada tamu.

c. *Tangible*

Bukti fisik dari kualitas pelayanan merupakan bentuk nyata secara fisik yang dapat dilihat dan digunakan oleh karyawan sesuai dengan penggunaannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa puas atas pelayanan yang diberikan, sekaligus menunjukkan prestasi kerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Maka dari itu dalam memberikan pelayanan perlu adanya bukti fisik yang diberikan yang dapat menimbulkan kepuasan pelanggan. Biasanya bentuk fisik tersebut berupa sarana dan prasarana yang tersedia seperti teknologi yang digunakan, kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan ciri khas pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja.

Kesimpulannya yaitu nyata atau tangible merupakan suatu bukti fisik yang terlihat, yaitu : penampilan para karyawan, fasilitas- fasilitas fisik, peralatan, dan perlengkapan penunjang pelaksanaan dalam pelayanan.

d. *Emphaty*

Dalam pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memberikan perhatian kepada pihak pihak yang melakukan dan mengembangkan kegiatan pelayanan sesuai dengan tingkat pemahaman masing-masing pihak.maka dari itu pihak yang menerima pelayanan seharusnya mengerti keterbatasan dan kemampuan pihak yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani serta penerima layanan dapat mempunyai perasaan yang sama. Maka dari itu empati disuatu organisasi ataupun perusahaan sangatlah penting dalam memberikan kualitas pelayanan sesuai kemampuan seorang karyawan.

e. *Reliability*

Inti dari pelayanan handal adalah setiap karyawan mempunyai kemampuan handal untuk melayani orang-orang sesuai dengan prosedur kerja serta dapat memberikan arahan yang baik kepada pihak-pihak yang belum mengerti tentang bentuk pelayanan, sehingga memberikan dampak positif atas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemampuan untuk memberikan dengan tepat dan benar jenis dari pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.

2.4. Definisi dan Alat Ukur Tingkat Kepuasan Tamu

2.4.1. Definisi Tingkat Kepuasan Tamu

Menurut Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2012:312) mengatakan bahwa tingkat kepuasan tamu merupakan tingkat perasaan yang dimiliki seseorang setelah membandingkan hasil dengan apa yang dia terima dan harapan yang dimiliki Jika konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh penyedia produk maupun jasa, maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan dalam jangka panjang.

Tingkat kepuasan juga dapat mempengaruhi hasil kinerja yang diperoleh setelah barang yang dibuat dapat memperoleh hasil yang tinggi. Menurut Tjiptono (2012:57) menuturkan bahwa kepuasaa tamu atau pelanggan memberikan dua manfaat utama untuk perusahaan, yakni loyalitas pelanggan dan penyebaran dari mulut ke mulut .

Keinginan suatu perusahaan adalah menciptakan kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain untuk keberlangsungan hidup perusahaan, kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kelebihan dan keunggulan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Pelanggan atau tamu yang puas terhadap barang dan jasa pelayanan,dapat mengarahkan pelanggan tersebut untuk menggunakan kembali barang dan jasa ketika kebutuhan yang mereka butuhkan muncul kembali. Maka dari itu kepuasan adalah kunci untuk pelanggan melakukan pembelian secara berulang dimana hal tersebut merupakan bagian terbesar dari

kapasitas penjualan perusahaan.

2.4.2. Alat Ukur Tingkat Kepuasan Tamu

Menurut Kotler, et al. Yang dikutip Tjiptono & Chandra (2016:219), terdapat empat metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

a. *Sistem keluhan dan saran*

Suatu organisasi atau perusahaan yang berpusat pada pelanggan atau konsumen dapat memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran. Informasi yang diterima tersebut dapat memberikan gagasan kepada perusahaan untuk bereaksi secara cepat dan tanggap dalam mengatasi masalah yang akan timbul.

b. *Ghost Shopping*

Merupakan cara yang dilakukan perusahaan dengan menyuruh seseorang atau karyawan untuk berperan sebagai pembeli yang bertujuan untuk mengamati kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan menghubungi kembali konsumen yang telah lama berhenti membeli produk perusahaan dan menanyakan kenapa hal tersebut terjadi. Tak hanya itu saja pemantauan *customer loss rate* juga diperlukan karena jika *customer loss rate* mengalami peningkatan maka artinya perusahaan tersebut gagal dalam memuaskan pelanggan.

d. *Survei Kepuasan Pelanggan*

Hal ini dilakukan perusahaan dengan cara survei maupun wawancara untuk mengetahui bahwa pelanggan memberikan tanggapan positif kepada perusahaan dimana tanggapan tersebut nantinya dapat memberikan citra positif perusahaan.

2.5. Keluhan Tamu

2.5.1. Definisi Keluhan Tamu

Keluhan tamu merupakan feedback dari tamu maupun pelanggan yang ditujukan untuk perusahaan yang bersifat negatif yang disampaikan secara lisan maupun tertulis (Bell & Luddington 2016:78). Berdasarkan teori tersebut bahwa keluhan merupakan ekspresi ketidakpuasan atas standar dari pelayanan, serta tidak adanya tindakan memberikan pelayanan yang berpengaruh kepada tamu maupun pelanggan. Menurut Norwel yang dikutip oleh Sitanggang (2017) ada empat jenis dari keluhan tamu, seperti :

a. *Mechanical Complaints*

Merupakan keluhan tamu yang disebabkan oleh adanya kesalahan yang terjadi pada peralatan dan perlengkapan yang ada di restoran atau pun hotel. seperti meja atau kursi patah, atau AC yang tidak dingin.

b. *Attitudinal Complaint*

Merupakan keluhan tamu yang disebabkan oleh adanya karyawan yang memiliki sikap yang tidak baik dalam memberikan pelayanan.

c. *Services-Related Complaints*

Merupakan keluhan tamu yang disebabkan karena buruknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebagai contoh terlalu lama menunggu jam checkin, makanan yang disajikan dingin, dan sebagainya.

d. *Unusual Complaints*

Merupakan keluhan tamu yang disebabkan karena tidak adanya ruang khusus bagi orang yang merokok atau bahkan adanya suasana yang tidak nyaman di hotel atau restoran.

2.5.2. Cara Menangani Keluhan Tamu

Perusahaan yang membuat pelanggan untuk komplain biasanya sudah mengalami pergeseran sikap terhadap komplain sehingga keluhan tersebut tidak dipikirkan sebagai sesuatu yang

buruk tapi malah dianggap sebagai sisi positif. Adanya keluhan tamu, perusahaan tahu dimana letak kualitas yang harus dibenahi.

Cara menangani keluhan tamu menurut Tjiptono (2017:351) antara lain ;

1. Empati kepada pelanggan yang marah

Dalam menghadapi tamu atau pelanggan yang kecewa dan marah, karyawan dalam melayani pelanggan harus sabar dan berempati. Untuk itu perlu untuk mendengarkan keluhan mereka dan memahami situasi yang telah dirasakan oleh tamu atau pelanggan.

2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Jika keluhan pelanggan tidak dengan cepat dihadapi, maka pelanggan akan merasa tidak puas terhadap perusahaan yang menjadi permanen, dimana akan menyebabkan citra buruk perusahaan menyebar ke masyarakat luas. Sebaliknya jika masalah atau keluhan pelanggan ditangani dengan cepat, maka pelanggan tersebut akan merasa puas dan percaya terhadap perusahaan.

3. Kewajiban dalam memecahkan masalah

Diharapkan dalam perusahaan dapat adil dalam memecahkan keluhan, dimana dapat menghasilkan situasi yang saling menguntungkan antara tamu dengan perusahaan.

4. Kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan

Akses konsumen dalam menyampaikan kritik dan saran sangat dibutuhkan adanya komunikasi yang mudah dan efektif, dimana pelanggan maupun tamu dapat menyampaikan keluhannya.

2.6. Definisi Tamu

2.6.1. Definisi Tamu

Tamu merupakan orang atau kelompok yang melakukan kunjungan ke suatu tempat atau perjamuan. Kedatangan seorang tamu tidak dapat terpisahkan dari sebuah usaha perhotelan. Maka dari itu, tamu layak mendapatkan layanan profesional dan kepuasan yang diberikan oleh hotel. Setiap tamu berhak mengharapkan suatu nilai lebih dari apa yang mereka bayarkan. Maka dari itu, seorang *front office* sebisa mungkin menghindari kesalahan saat melayani tamu supaya tidak menimbulkan citra buruk dihadapan tamu atau pelanggan.

Maka dari itu jenis – jenis tamu menginap di hotel dapat di klasifikasikan sebagai berikut (Sulistiyawati Eka:2014) :

1. *Domestic Tourist* merupakan tamu lokal diaman biasanya mereka menginap pada saat weekend, atau aktivitas khusus lainnya.
2. FIT atau *Free Independent Travellers* merupakan tamu individual yang tidak terikat grup apapun, biasanya tamu ini memesan kamarnya sendiri dan memesan kamar *room only*.
3. GIT atau *Group Inclusive Tours* merupakan tamu rombongan yang melakukan kegiatan perjalanan yang sama dalam satu paket perjalanan. Biasanya pemesanan paket perjalanannya melalui *travel agent*.
4. SIT merupakan grup rombongan yang melakukan perjalanan di tempat yang sama dengan tujuan khusus, seperti kunjungan ke makam makam sunan sunan.
5. CIP atau biasa disebut (*Commercially Important Persons*) merupakan tamu penting yang berasal dari perusahaan besar yang biasanya menginap di hotel dengan kamar yang mewah.
6. SPATT merupakan tamu yang membutuhkan perlakuan khusus seperti member hotel, lansia, cacat, dan lainnya.
7. VIP merupakan tamu penting yang dianggap oleh pihak hotel seperti artis atau tokoh terkenal lainnya. Biasanya tamu tersebut menginap di kamar yang mewah dan mahal.

2.7. Definisi Keterkaitan Wisata Syariah dengan Hotel Syariah

2.7.1. Wisata Syariah dan Hotel Syariah

Pengertian wisata syariah adalah suatu kegiatan yang didukung dengan beragam fasilitas dan layanan yang disediakan oleh perseorangan, pemerintah maupun perusahaan yang sesuai dengan ajaran islam (Kemenpar,2012). Sedangkan menurut Sofyan (2012:33) menuturkan bahwa wisata syariah memiliki ruang lingkup yang luas dibandingkan wisata religi. Seperti yang telah dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), pelanggan dari wisata syariah bukan hanya dari kalangan muslim saja namun juga terdapat pelanggan non muslim yang ingin merasakan dan menikmati kearifan lokal yang disediakan.

Untuk wisata syariah sendiri sudah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan Organisasi Konferensi Islam. Selain dikenal dengan sebutan wisata syariah juga disebut wisata halal. Wisata halal merupakan suatu konsep atau pemikiran baru dibidang pariwisata dimana dalam wisata tersebut dapat menyesuaikan gaya berlibur yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan tamu muslim. Maka dari itu perlu adanya hotel yang menggunakan prinsip syariah untuk mendukung fasilitas dan kenyamanan para wisatawan muslim seperti tidak menyediakan alkohol, makanan standar mui, dan lainnya (Wuryasti,2013).

Menurut Basalamah Anwar (2011:763-769) mengemukakan bahwa di dalam agama islam semua yang diajarkan sangatlah lengkap dikarenakan islam merupakan agama terakhir yang diturunkan oleh Allah SWT kepada kaumnya untun menyempurnakan agama sebelumnya. Maka dari itu, islam merupakan agama yang dapat menjadi penengah dan pemecah masalah ketika agama lain atau umat lain yang sedang mengalami masalah .

Menurut definisinya, hotel merupakan badan perusahaan akomodasi yang tujuannya untuk mendapatkan kepuasan dan citra baik dari tamu dimana untuk menyokong hal tersebut pihak hotel menyediakan produk dan layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan tamu maupun masyarakat umum , seperti penginapan, *food & beverage*, *meeting room*, dan sebagainya.

Sedangkan untuk definisi dari Syariah Islam yaitu jalan yang lurus yang harus di ikuti oleh setiap kaum muslim dan merupakan petunjuk kehidupan bagi seluruh kaum muslim, dimana sudah menjadi ketetapan Allah dan rasul-NYA untuk menjauhi setiap larangan dan mematuhi setiap perintah-NYA yang bertujuan untuk keharmonisan dalam kehidupan umat muslim.

Maka dari itu, pengertian dari Hotel syariah adalah perusahaan di bidang industri perhotelan yang menyediakan pelayanan yang dibutuhkan dan di inginkan oleh tamu yang dikelola secara komersial dengan memenuhi dan menyesuaikan aturan dan ketentuan syariah maupun pedoman ajaran islam . Dengan adanya hal itu dapat membantu hotel untuk menghindari perbuatan-perbuatan yang tidak di inginkan serta dapat memberikan suasana hotel menjadi nyaman, aman, sehat, tentram, dan friendly baik untuk umat muslim maupun non muslim. Ciri-ciri hotel yang menerapkan prinsip syariah biasanya mulai dari logo, *ekterior* hotel, *interior* hotel, desain bangunan, ornamen hotel, fasilitas kamar, fasilitas hotel, *motto* maupun seragam karyawan semua kental dengan nuansa kesyariahan.

Menurut peraturan Menpar no.2 tahun 2014 menjelaskan bahwa hotel syariah terbagi menjadi 2 klasifikasi. Yang pertama adalah hotel syariah Hilal-1, dimana untuk golongan usaha ini yang dinilai memenuhi syarat ketentuan usaha hotel syariah yang diperlukan dalam melayani tamu muslim. Sedangkan Hotel Syariah golongan Hilal-2 merupakan usaha hotel yang memenuhi syarat dalam produk, fasilitas, pengelolaan, serta pelayanan kebutuhan dan

keinginan moderat tamu muslim.

METODE

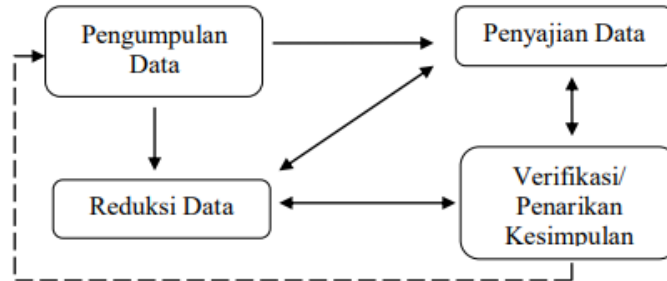


Figure 1 Komponen dalam analisis data Miles, Huberman dan Saldana (2014:12-13)

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang dilakukan ialah penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang upaya peningkatan kualitas pelayanan *front office* di Hotel Grasia.

Teknik Pengumpulan data menggunakan empat cara yaitu observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan melihat, serta mempelajari peranan dan permasalahan yang dihadapi oleh bagian *front office* serta dilakukan wawancara langsung dan melalui whatsapp kepada narasumber yaitu *Supervisor Front Office*, *Staff Front Office*, Tamu, dan *Sales Marketing* Hotel Grasia.

Setelah melakukan observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan wawancara. mendapatkan hasil bahwa *front office* memiliki pengaruh yang penting dalam kelancaran operasional hotel, terutama bagian ini berhubungan langsung dengan tamu serta pusat koordinasi untuk departemen lain.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Front Office* memiliki peranan penting dalam operasional hotel, dimana perlu adanya upaya dan strategi *front office* untuk meningkatkan kualitas dalam pelayanannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Hasil dan Pembahasan ini penulis akan menjabarkan data hasil dari penelitian yang diperoleh melalui metode wawancara dan observasi terkait dengan *front office* di Hotel Grasia Semarang.

Front office merupakan salah satu departemen kantor depan di hotel Grasia Semarang yang berhubungan langsung dengan tamu. Seorang *front office* bertugas untuk memberikan dan menyediakan layanan berupa menerima pesanan kamar tamu, memberi informasi kepada tamu, serta membantu tamu ketika di hotel. sebagaimana yang telah dibahas pada BAB II yang dijelaskan oleh Bagyono (2016:21-22) bahwa *front office* merupakan misi terpenting untuk keberhasilan dan keberlangsungan usaha hotel, karena produk utama yang menghasilkan *income* dan *revenue* adalah dari penjualan kamar dimana yang melakukan peran tersebut adalah departemen kantor depan atau *front office*.

Berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan *front office* di Hotel Grasia Semarang, dan berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis laksanakan dengan beberapa

narasumber, ibu Charis Miyati selaku *Front Office Supervisor* menjelaskan bahwa :
“*Hotel Grasia merupakan hotel syariah bintang tiga yang berlokasi di Semarang, dimana memiliki konsep syariah dengan jumlah kamar sebanyak 121 kamar. Dengan konsep lokasi yang seperti itu maka peranan front office di Hotel Grasia sangatlah penting. salah satunya adalah section yang mendukung dan menyediakan pelayanan terhadap tamu di hotel*”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis dapat memaparkan penjelasan terkait dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan *front office* di Hotel Grasia Semarang sebagai berikut :

1. Upaya Yang Dilakukan Tim Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan di Hotel Grasia Semarang

Front office merupakan departemen yang sangat penting di hotel yang dapat memberikan peluang untuk mendapatkan *feedback* yang baik dari tamu, maka dari itu, perlu untuk melakukan upaya dalam meningkatkan pelayanan resepsionis di bagian *front office*.

Lela Andriyani, salah satu *front office attendant* di hotel Grasia mengatakan bahwa :
“*Peningkatan pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang wajib dilakukan di sebuah hotel, tidak hanya bagian front office saja namun departemen lain juga perlu melakukan peningkatan pelayanan. Dalam front office department, beberapa hal yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah yang pertama, dengan mengevaluasi kinerja tim maupun individu. Evaluasi itu biasanya dilakukan disaat briefing rutin selama kurang lebih 5 menit. Yang kedua adalah sertifikasi profesi untuk mengupgrade kemampuan melayani tamu yang baik. Yang ketiga adalah dengan melihat guest comment, dengan itu kita tahu apa yang perlu untuk ditingkatkan, sehingga dapat sebagai acuan kedepannya untuk memperbaiki pelayanannya.*”

Selain itu ibu Charis Miyati selaku *front office supervisor* mengungkapkan bahwa, upaya yang perlu di tingkatkan adalah : “*Untuk meningkatkan pelayanan tentu saja kita perlu melakukan evaluasi kinerja secara berkala. Selain itu memberikan pelatihan tentang excellent service kepada staff front office supaya staff mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan pelayanan yang baik dan benar, sehingga tamu akan merasa puas dan kembali lagi. Selain itu perlu untuk bekerja sesuai dengan SOP yang telah ditentukan.*”

Sedangkan menurut pandangan Bapak Prasetyo selaku Sales Marketing berpendapat bahwa “*Front Office tidak bisa bekerja sendiri dan harus memiliki hubungan baik dengan departemen lain, maka tidak dapat hanya menempatkan sebuah komplain kepada FO team saja. Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, hanya saja perlu ditingkatkan kualitas komunikasi antar dept. Demi kepuasan customer.*”

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan, mendapatkan hasil yang sama dengan data yang telah di ungkapkan oleh narasumber melalui wawancara. Dimana kepuasan tamu Hotel Grasia dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, anatara lain pelayanan yang di berikan, fasilitas hotel, produk yang ditawarkan ,dan yang lainnya. Meningkatkan kepuasan pelanggan atau tamu dapat dilakukan dengan cara seperti berbicara dan bersikap sopan dengan tamu, ramah , dan selalu tersenyum .Sedangkan untuk fasilitas yaitu harus memastikan bahwa seluruh fasilitas dalam keadaan baik, serta perlu melakukan pemeriksaan rutin untuk memastikan fasilitas dalam kondisi baik. Begitu juga untuk produk yang ditawarkan seperti kamar, upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan memastikan kamar dalam kondisi baik dan layak sebelum dijual kepada pelanggan atau tamu.

Berdasarkan data hasil wawancara serta observasi yang telah didapatkan sehingga dapat

disimpulkan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan *front office* dapat dilakukan dengan berbagai macam hal, antara lain :

A. Guest Comment (komentar tamu) adalah media yang sering digunakan manajemen hotel untuk bahan evaluasi terhadap operasional hotel supaya dapat menciptakan *excellent service* atau pelayanan prima. *Guest comment* di Hotel Grasia berbentuk kartu yang sudah berada di dalam kamar tamu, atau diberikan petugas *front office* saat *check in*. *Guest comment* ini merupakan media yang baik untuk memberikan saran serta kritik tamu kepada hotel. Saran dan kritik inilah yang dapat menjadi bahan evaluasi manajemen hotel serta dasar perencanaan seperti halnya : perbaikan fasilitas, pelayanan karyawan, atau adanya promosi yang menarik untuk pelanggan baru. Di Hotel Grasia terutama bagian *Front Office* komplain baik melalui *guest complain* maupun secara langsung di minimalisir dengan melakukan pekerjaan yang cekatan dan seefektif mungkin. Serta sebelum melakukan pekerjaan satau sebelum *shift* biasanya karyawan *Front Office* melakukan evaluasi kinerja *staff* terlebih dahulu untuk *over shift* dan menyampaikan hal yang belum diselesaikan oleh *shift* sebelumnya untuk memaksimalkan kinerja *shift* selanjutnya dan melakukan pekerjaan sesuai bagian masing-masing karyawan.

B. Evaluasi Kinerja

Evaluasi kinerja biasanya dilakukan setiap hari sebelum memulai *shift* kerja, dan seminggu sekali dengan melaporkan masalah-masalah yang telah terjadi kepada Supervisor. Supervisor akan mengevaluasi dan memberikan solusi setiap masalah yang terjadi, dilanjutkan dengan evaluasi individu sebelum bekerja. Yang bertujuan untuk memperbaiki kinerja tim maupun individu agar semakin baik sehingga pelayanan yang akan diberikan kepada tamu dapat maksimal. Tak hanya itu saja terdapat *training* dari *Human Resource* (HRD) dimana biasanya berkaitan dengan *grooming* karyawan, serta sikap karyawan. Serta terdapat *cross training* atau pelatihan karyawan *front office* untuk belajar di departemen lain seperti di *sales marketing department*, yang bertujuan agar kemampuan karyawan *front office* semakin berkembang. Serta perlu melakukan evaluasi kerja dengan departemen lain agar hubungan semakin solid dan pelayanan semakin baik.

C. Menjaga Standart Pelayanan yang Sesuai dengan Standar Operasional Prosedur

Menjaga standart pelayanan yang sesuai dengan *standard operational procedures* (SOP) perlu dilakukan untuk menjaga konsistensi dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan *front office*. Standar operasional prosedur (SOP) adalah pedoman bagi pegawai dalam bekerja. Untuk pegawai *front office* hotel grasia harus mampu menjalankan tugasnya sesuai dengan *standard operational procedures* (SOP), mulai dari mengangkat telepon dari tamu hingga proses *check out* tamu. Seperti halnya ketika terdapat tamu *complain* mengenai kesalahpahaman tipe kamar, maka petugas *front office* harus menangani masalah tersebut sesuai dengan *standard operational procedures* (SOP) yang berlaku.

D. Memberikan Pelatihan Mengenai Service Excellent

Memberikan pelatihan kepada *front office* team mengenai *service excellent* sangatlah penting yaitu bertujuan agar *front office* tim mengetahui cara untuk melayani tamu dengan baik dan benar serta untuk meningkatkan jumlah tamu yang menguntungkan. Bagi Hotel Grasia, *front office* adalah tombak reputasi bagi hotel karena berhubungan langsung dengan tamu. Jika pelayanan yang diberikan buruk, maka tamu akan merasa tidak puas sehingga berdampak pada menurunnya reputasi hotel. jika seperti ini hotel akan merugi. Maka dari itu, hotel grasia memberikan pelatihan prima kepada karyawan *front office* agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal.

Dengan demikian kesimpulannya adalah upaya yang telah dilakukan oleh *front office* dikatakan telah berhasil dilakukan dimana dibuktikan dengan adanya komentar baik mengenai hotel Grasia di *online travel agent* dan adanya komentar salah satu seorang tamu bernama Sustiyono seorang polisi yang berkata bahwa “ *Bapak puas dengan pelayanan karyawannya, apalagi waktu pertama di resepsionis, petugasnya ramah, sopan dan mau menunjukkan arah lokasi event nya dimana. bukan itu saja waktu event bapak kagum dengan meeting roomnya. fasilitas didalamnya juga lengkap. waktu sebelum masuk meeting room, ada petugas pengecek suhu dan cuci tangan terlebih dahulu. Bapak juga takjub dengan hotelnya yang sudah mematuhi protokol kesehatan*”.

Selain itu menurut Pak Prasetyo selaku Sales Marketing mengatakan bahwa : “*Feedback tidak harus secara langsung, tapi bisa jadi review baik di platform online seperti Traveloka yang bisa menjadi preview yang baik untuk tamu lain yang akan menginap, selain itu adanya returnee juga mengindikasikan bahwa pelayanan telah dilaksanakan dengan baik*”. Berikut salah satu komentar pelanggan di *online travel agent* :



Gambar 4.15 Komentar Pelanggan di Online Travel Agent
Sumber : booking.com

1.1 Peranan *Front Office* Terhadap Kualitas Pelayanan Tamu di Hotel Grasia Semarang

Sebagai salah satu bagian dari hotel bintang tiga tentu *front office* di Hotel Grasia Semarang mempunyai peran yang sangat penting untuk hotel, terutama dalam meningkatkan kepuasan tamu. Menurut Ibu Charis Miyati selaku *Front Office Supervisor* di Hotel Grasia Semarang mengatakan bahwa:

“*Dimana Front office Hotel Grasia memiliki tanggung jawab, untuk memastikan keberlangsungan dan kelancaran kegiatan operasional hotel dalam hal pelayanan tamu dan informasi baik kepada tamu dan lingkup internal hotel. Memastikan semua tamu terlayani dengan baik, semua fasilitas hotel dapat tersampaikan ke tamu. Memastikan kebutuhan tamu dapat terpenuhi dengan baik. Sesuai dengan prosedur kerja.*”

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis, dimana *front office* merupakan bagian yang penting di suatu hotel yang berhubungan secara langsung dengan tamu. *Front office* Hotel Grasia Semarang juga berusaha untuk melakukan yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada tamu untuk terciptanya pelayanan prima. Hal ini sesuai yang dijabarkan oleh Rahmayanty, (2013:18) pada BAB II bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, yang dilakukan secara konsisten dan akurat.

Sebagai salah satu bagian terpenting di Hotel Grasia Semarang, para karyawan *front office* selalu memberikan upaya yang terbaik dalam melakukan pelayanan terhadap tamu hotel. Salah satu contohnya yaitu berusaha memberikan pelayanan dengan cekatan, tepat, dan ramah. Dimana para *front office attendant* juga berusaha untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat, hal tersebut dikakukan supaya tamu merasa puas dengan pelayanan yang disediakan.

Untuk mendapatkan *feedback* positif dari tamu seorang karyawan kantor depan atau *front office attendant* di Hotel Grasia harus memenuhi beberapa syarat dan kriteria sebagai berikut :

a. Well grooming atau berpenampilan menarik

Seorang karyawan *front office attendant* harus mempunyai penampilan yang menarik dan baik sehingga dapat memberikan kesan positif kepada tamu. Seperti : menggunakan seragam sesuai ketentuan hotel, menggunakan parfum , tidak berkumis, berdandan, rambut rapi ,dan sebagainya.

b. Berkomunikasi dengan baik

Sebagai karyawan di bidang *front office* haru mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi yang baik, dimana yang dimaksudkan adalah mampu berbicara dengan sopan dan ramah kepada tamu. Sebagai salah satu hotel syariah berbintang tiga di Semarang, maka tidak diherankan lagi kalau sebagian besar tamunya adalah tamu domestik tak jarang juga ada tamu asing. Sehingga kemampuan bahasa inggris juga diperlukan. Semua *staff* di bagian yang berhubungan dengan tamu bisa berbahasa inggris karena hal itu syarat utama untuk bekerja di Hotel Grasia Semarang.

c. Menguasai produk yang dijual

Sebagai seorang karyawan dibagian *front office* di hotel grasia harus mampu menguasai informasi detail mengenai kamar,serta semua fasilitas yang berada di kamar hotel, dikarenakan *front office* merupakan jantung dari sebuah hotel. selain hal itu, *front office attendant* juga harus bisa melakukan upselling produk atau kamar kepada tamu.

d. Mengetahui dan mengenal hotel

Seorang *front office attendant* di Hotel Grasia Semarang harus mengetahui dan mengenal seluruh area yang ada di hotel, karena mengingat luasnya area Hotel Grasia, maka dari itu *front office attendant* harus mengetahui tata letak bangunan hotel sehingga ketika tamu bertanya dapat diarahkan atau diantarkan dengan cepat.

Meskipun demikian, dengan upaya yang telah dilakukan oleh petugas *front office*, masih saja ada beberapa kendala yang menyebabkan kesalahpahaman tamu yang dirasa perlu untuk ditingkatkan dengan pelayanan *front office* hotel grasia, seperti halnya : kesalahpahaman tipe kamar,dan fasilitas yang ada di beberapa kamar yang biasanya dikeluhkan oleh tamu di hotel grasia. Untuk mensiasati hal tersebut pihak hotel biasanya memberikan penjelasan kepada tamu sesuai dengan *standard operasional procedures* (SOP) yang telah ditentukan oleh hotel dan jika fasilitas kamar dirasa tidak bisa diperbaiki di hari yang sama maka biasanya *front office attendant* mendiskusikan hal tersebut kepada tamu untuk dipindahkan ke kamar lain yang masih tersedia. selain hal tersebut jumlah petugas *front office* yang *incharge* pada saat *high occupancy* juga menyebabkan pelayanan yang perlu untuk ditingkatkan. Dimana di hari normal *front office attendant* yang bertugas 1-2 orang sementara saat *high occupancy* jika *front office attendant* tidak dibantu oleh *bellboy* dan koordinasi yang baik dengan petugas *housekeeping*, maka *front office attendant* juga akan kuwalahan dan tidak dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada tamu yang menginginkan *makeup room* maupun tamu *check in check out*.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa *front office* mempunyai peran yang penting terhadap tingkat kepuasan tamu, dimana *petugas front office* sudah berusaha memberikan pelayanan terbaik dan maksimal namun tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat kendala seperti fasilitas kamar, kesalahpahaman tipe kamar, serta kurang cepatnya *petugas front office* dalam memberikan informasi kepada departemen lain.

1.2 Observasi Pelaksanaan Standar Pelayanan menurut SOP di bagian *Front Office*

NO	KETERANGAN	PERNYATAAN PENULIS
1.	Apa saja upaya yang perlu dilakukan untuk peningkatan kualitas pelayanan <i>front office</i> hotel grasia.	lihat dari kenyataan bahwa perlu untuk mengevaluasi kinerja para staff setiap harinya, memilih staff yang memiliki <i>attitude</i> yang baik, perlu mengadakan program pelatihan staff mengenai <i>service excellent</i> , serta perlu menjalin hubungan yang baik dengan departemen yang lain.
2.	apakah menjaga standart pelayanan tamu sesuai <i>standard operasional procedures</i> (SOP) itu penting .	dalam kondisi tertentu tidak memungkiri jika seringkali petugas sedikit lalai dalam menjalankan tugasnya sesuai <i>standard operasional procedures</i> (SOP).
3.	Apakah petugas <i>front office</i> sudah melakukan <i>service excellent</i> terhadap tamu.	dalam kondisi tertentu memang mereka tidak bisa memberikan pelayanan yang terbaik untuk tamu dikarenakan adanya fasilitas yang kurang mendukung serta adanya komunikasi yang agak kurang lancar antar departemen.

Tabel 4.2 Observasi Pelaksanaan Standar menurut SOP di bagian *Front Office*

Berdasarkan tabel diatas, terdapat ketidak sesuaian mengenai pemberian *service excellent* kepada tamu . Ditemukan bahwa petugas *front office* pada saat kondisi tertentu memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP), hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti fasilitas penunjang, ketidaksesuaian *staff* yang *incharge*, dan *attitude staff* yang perlu untuk ditingkatkan. Hal ini berdampak pada ketidak puasaan tamu terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga membuat tamu merasa kurang nyaman ketika menginap . Namun hal tersebut biasanya hanya terjadi di saat kondisi sedang ramai saja. Hal tersebut juga diakui oleh *staff* Hotel Grasia Semarang penyebab tamu kurang puas dengan pelayanan *front office* yang diberikan. Jika fasilitas pendukung di bagian *front office* memadai dan berfungsi dengan baik, maka pelayanan yang diberikan akan yang terbaik. Tentunya didukung dengan sikap atau *attitude* yang dimiliki oleh setiap *staff front office*. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan perlu melakukan strategi dalam memberikan pelatihan terhadap *staff front office* mengenai *service excellent*, memberikan motivasi kerja dan *cross training* (lintas departemen) kepada *staff* atau pegawai lama agar tidak jenuh dengan pekerjaannya ,serta memperbaiki fasilitas penunjang *front office* terutama untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan tamu.

1.3 Kendala yang dihadapi Oleh Tim *Front Office*

Pada saat seorang *staff Front Office* melakukan upayanya, tentu tak jarang akan menemukan

kendala.kendala tersebut dapat berasal dari manapun. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi kendala yang dihadapi oleh tim *front office* atau kantor depan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di Hotel Grasia Semarang ada 2 (dua) antara lain, yaitu :

a. Fasilitas Penunjang

Kurang tersedianya fasilitas yang menunjang pelayanan kantor depan atau *front office* departemen Hotel Grasia. Fasilitas untuk operasional sesuai dengan kebutuhan dalam pemberian pelayanan masih sangat perlu untuk dipenuhi oleh Hotel Grasia Semarang, dimana fasilitas yang digunakan terkadang terjadi masalah ketika digunakan bahkan rusak. Seperti printer, vngcard yang kadang eror, fasilitas *property* yang ada di dalam dikamar dan lainnya.

Seperti yang dikatakan oleh Pak Prasetyo selaku *Sales Marketing* bahwa : "*yang menjadi kendala biasanya di bagian fasilitas,seperti fasilitas property yang ada di kamar, tidak bisa dipungkiri akan selalu ada komplain tamu terkait dengan fasilitas*".

Sementara itu, Lela Andriyani selaku *Staff Front Office* juga berkata bahwa: "*Yang menjadi kendala yang pertama yaitu fasilitas, ketika fasilitas front office lengkap maka karyawan atau staff front office mampu lebih maksimal dalam melayani tamu*".

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas penunjang untuk operasional *Front Office* sangat berperan penting untuk keberlangsungan Hotel Grasia. Dengan demikian, perusahaan perlu untuk memperbaiki fasilitas penunjangnya.

b. Profesionalisme Karyawan

Rendahnya komposisi karyawan yang berasal dari pendidikan perhotelan menunjukkan bahwa profesionalisme *staff Front Office* belum sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh perusahaan.

Selain itu, pelatihan yang jarang di berikan kepada *staff Front Office* serta menurunnya motivasi karyawan lama menjadi tantangan untuk upaya peningkatan kualitas pelayanan karena waktu yang diperlukan untuk melakukan pengadaan pelatihan karyawan sangatlah sulit untuk menentukan waktunya. Sedangkan untuk motivasi karyawan lama yang menurun biasanya terjadi karena selama bertahun-tahun mereka mengerjakan pekerjaan yang sama setiap harinya. Sehingga terjadi kejenuhan yang mengakibatkan pengetahuan mereka dalam menjalankan tugas dengan baik mulai dilupakan dan kualitas pelayanannya atau kinerjanya menurun.

Maka dari itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan *team front office* perlu untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik, serta memberikan pelatihan *cross training* kepada karyawan lawan agar tidak terdapat kejenuhan ketika melakukan pekerjaan yang monoton. Namun perlu juga untuk memberikan pelatihan kepada *staff* mengenai pentingnya memiliki kemampuan berkomunikasi dan negosiasi yang baik dengan tamu, karena supaya tamu merasa dihargai dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Strategi Yang dilakukan Tim Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan kepada Tamu

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis dengan *staff front office* Hotel Grasia, strategi kinerja *front office* dalam meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Grasia sangat berpengaruh bagi kualitas pelayanan di sebuah hotel karena pelayanan yang telah diberikan oleh *front office* kepada tamu menggambarkan suatu *image* dari hotel tersebut.

Menurut ibu Charis Miyati selaku Supervisor FO mengatakan bahwa : "

Strategi yang dilakukan oleh fo team kurang lebihnya adalah disiplin/tepat waktu,saling menghormati,menjalankan pekerjaan sesuai job description,bisa dipercaya dan jujur,

memberikan informasi apapun kepada tamu, dan membina hubungan baik dengan tamu”. Selain itu menurut Lela andriyani selaku *Front Office Attendant* mengatakan bahwa : “Biasanya strategi yang dilakukan oleh seorang *front office* itu harus memahami keinginan tamu, harus cekatan, disiplin dalam bekerja, rama, misal kita tidak bisa melakukan apa yang di inginkan oleh tamu ya dialihkan kepada rekan kerja yang lebih mampu seperti spv, serta jangan pernah mengabaikan pelanggan”.

Hasil dari wawancara dan observasi yang telah penulis lakukan seperti di teori yang ada di BAB II yang telah dikemukakan oleh Y Yulhaslinda (2019) mengenai strategi pelayanan yang dilakukan oleh petugas *front office* antara lain sebagai berikut:

a. Tidak pilih kasih dengan tamu

Dalam memberikan dan menyediakan pelayanan, *Front Office* Hotel Grasia Semarang tidak membedakan pelanggan atau tamu berdasarkan ras, agama, umur, kebangsaan, sudah kenal maupun belum, dan sebagainya. Namun yang dicurigai adalah pasangan bukan muhrim yang menginap, yang sebelumnya bisa dimintai keterangan dengan mengisi Surat Pernyataan yang diberikan oleh petugas *Reservation* di *Counter Front Office*.

b. Mengutamakan menyambut tamu

Jika petugas *front office* sedang mengerjakan pekerjaan lain, dan saat bersamaan tamu telah tiba, maka pekerjaan yang sebelumnya harus ditunda terlebih dahulu serta memberikan sambutan kepada tamu yang datang.

c. Keunikan menyambut tamu yang baru tiba seperti dirumah sendiri

Setelah petugas *Bellboy* membukakan pintu, segenap petugas *front office* mengucapkan assalamualikum selamat datang dengan posisi tangan kanan menempel di dada sebelah kiri sebagai simbol rasa hormat dan *welcome* yang tulus kepada tamu. Kemudian mendengarkan permintaan dari tamu dan memberikan informasi yang diperlukan serta pemilihan kamar sesuai keinginannya. Dengan begitu tamu merasakan adanya keramah tamahan, keakraban, serta kesediaan *front office* hotel dalam memberikan dan menyediakan pelayanan. Tamu akan terkesan dan merasa tidak asing dalam lingkungan yang baru baginya. Kepuasan tamu merupakan tujuan dari manajemen Hotel Grasia Semarang karena kepuasan yang dirasakan oleh tamu adalah bentuk media promosi yang ampuh.

d. Menerima tamu perorangan tiba tanpa reservasi kamar (*Walk in*)

Hotel Grasia Semarang mewajibkan *staff front office* santun dan terampil dalam memberikan pelayanan yang efisien dan menyenangkan bagi tamu. Adapun langkan *front office* di Hotel Grasia Semarang dalam menerima tamu tanpa pesanan yaitu sebagai berikut :

1. Setiap tamu yang tiba disambut dengan ramah dan senyum. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan *front office* siap membantu tamu. Menyambut tamu dengan mengucapkan “Assalamu’alaikum, selamat pagi/ siang/ malam bapak/ ibu..” serta diikuti dengan nama tamu jika sudah mengenalnya.

2. Memberikan informasi dan merespon dengan cepat

Memberikan informasi dan merespon dengan cepat terhadap tamu check-in dalam hal ini menyangkut fasilitas kamar dan lainnya dalam sebuah hotel. hal ini bertujuan untuk memotivasi tamu agar merasa terkesan dan lebih pasti dalam melakukan pilihannya.

3. Mendaftar tamu

Setelah tamu atau pelanggan memutuskan untuk menginap, tamu diwajibkan mengisi *registration form* (formulir registrasi) . Dalam hal ini petugas memiliki cara tersendiri

untuk mempercepat proses *check in* yaitu, petugas meminjam kartu identitas tamu lalu dicopy dan tamu hanya diminta untuk tanda tangan dan formulir registrasi akan di bantu mengisi oleh petugas agar tidak memakan waktu lama, sehingga tamu dapat segera beristirahat.

4. Menyelesaikan proses administrasi

Di Hotel Grasia Semarang memberlakukan pembayaran dimuka untuk memudahkan proses administrasi dan mengantisipasi adanya hal-hal yang tidak diinginkan. Jadi setelah menyelesaikan proses registrasi, tamu membayar sesuai dengan harga kamar yang dipilih dan petugas *front office* memberikan *bill* kepada tamu.

5. Pemberian kamar

Setelah administrasi selesai, *front office* akan memberitahukan nomor kamar yang akan ditempati oleh tamu dan menyerahkan kunci kamar kepada *bellboy*.

6. Pemberian “*Breakfast Cupon*”

Harga kamar di Hotel Grasia Semarang sudah termasuk dengan sarapan pagi untuk dua orang, dan untuk mengambil sarapan pagi di *Restaurant* pihak hotel memberikan kupon sarapan pagi kepada tamu.

7. Mengantar tamu ke kamar

Proses terakhir yaitu meminta *bellboy* untuk mengantarkan tamu ke kamar serta membawakan barang bawaan tamu, menunjukkan fasilitas kamar serta tidak lupa memberikan ucapan selamat beristirahat.

Proses *check in* pun telah selesai dan *front office attendant* dapat melanjutkan proses administrasi ke dalam pencatatan tamu di *room count sheet* dan pencatatan penjualan kamar di *daily book*. Hotel Grasia Semarang sangat mengutamakan pelayanan yang cepat, tepat, dan menyenangkan sehingga tamu merasa nyaman dan aman.

Maka dari itu, berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh penulis ketika magang strategi pelayanan yang telah dilakukan oleh *front office attendant* di Hotel Grasia telah berhasil dilakukan di buktikan dengan pernyataan dari seorang tamu bernama Bapak Sustiyono, beliau mengatakan bahwa : “*saya mendapatkan kemudahan dan sangat dibantu oleh petugas kantor depan yang cekatan dalam menunjukan arah lokasi event yang sedang saya ikuti. Petugasnya juga sangat ramah dan tanggap dengan kehadiran saya dan rekan saya*”. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh *front office attendant* dapat mempengaruhi kualitas dari pelayanan suatu hotel dan meningkatkan kepuasan tamu yang dapat menguntungkan bagi Hotel Grasia Semarang.

2.1 Strategi Yang dilakukan Tim Front Office Dalam Melayani Tamu Saat Situasi High Occupancy di Hotel Grasia Semarang

High Occupancy merupakan situasi dimana tingkat hunian kamar hotel lebih besar daripada jumlah kamar yang tidak terjual. Atau bisa diartikan dimana hotel sedang ramai dengan lonjakan tamu. Biasanya hal ini terjadi ketika menjelang hari raya idul fitri, menjelang hari raya natal, dan tahun baru. Kondisi merupakan kondisi yang sangat baik untuk hotel, karena hotel akan memperoleh keuntungan yang besar. Namun, pada saat situasi seperti ini harus diimbangi dengan konsistensi pelayanan dari hotel ,supaya tidak terdapat keluhan tamu karena merasa tidak puas dengan hotel.

Menurut Supervisor *Front Office* Hotel Grasia Semarang, ibu Charis Miyati menyatakan : “*Kondisi high occupancy adalah kondisi yang cukup sulit untuk hotel dimana staff room division dituntut bekerja dengan cepat dan efektif. Maka dari itu teamwork sangatlah diperlukan di situasi seperti ini, dimana semua orang dalam tim harus mampu bekerjasama dengan baik supaya pekerjaan selesai dengan baik dan tidak terjadi kesalahan. Untuk*

menjaga kualitas pelayanan dalam situasi high occupancy, maka diperlukan strategi atau cara yang dilakukan front office department yaitu Mempersingkat waktu check in agar tidak terjadi antrian panjang di lobby, Mempersiapkan kunci kamar dan registration form sebelum tamu datang, serta Berkoordinasi dengan team house keeping untuk kesiapan kamar .”

Selain itu menurut Lela Andriyani salah satu staff front office di hotel grasia mengatakan :
“*Untuk mempertahankan kualitas pelayanan front office ketika kondisi seperti itu adalah berbagi tugas sebelum memulai shift, membuat preparation seperti mempersiapkan apa yang dibutuhkan karena front office identiknya dengan checkin checkout tamu jadi lebih baik mempersiapkan registration dan kunci kamar terlebih dahulu sehingga mempersingkat proses checkin, serta memastikan kepada housekeeping bahwa kamar yang hendak digunakan checkin telah siap.agar memudahkan petugas front office dan tidak merasa kesulitan.”*

Seperti halnya yang telah dikatakan oleh Pak Prasetyo selaku Sales Marketing Hotel Grasia bahwa : “*Karena Front Office tidak bisa bekerja sendiri, maka perlu menjalin hubungan yang baik dengan departemen lain, maka tidak bisa ditempatkan sebuah komplain terhadap Front Office saja. Namun perlu ditingkatkan lagi kualitas komunikasi antar departemen guna memberikan kepausaan kepada pelanggan”.*

Hal ini menunjukkan hasil data yang sama dengan observasi yang telah penulis lakukan di Hotel Grasia Semarang. Dimana Hotel Grasia Semarang juga sangat mempertahankan kualitas pelayanan ditengah *high occupancy*. Strategi yang dilakukan hotel ketika mempertahankan pelayanan di tengah *high occupancy* antara lain :

1. Pembagian tugas kerja

Hal pertama sebelum memulai shift yaitu dengan membagikan tugas masing – masing yang bertujuan supaya front office attendant pada saat bekerja bisa fokus dengan pekerjaan masing-masing dan tidak kesulitan ketika melayani tamu pada saat ramai. Jika terjadi permasalahan saat handle tamu maka akan dengan jelas siapa yang bertanggung jawab. Biasanya di Hotel Grasia pembagian seperti itu dilakukan oleh *supervisor front office* dan karyawan lain sebelum melakukan shift kerja atau waktu *briefing* .

2. Preparation

Setelah pembagian tugas kerja karyawan selanjutnya yang harus dilakukan sebelum memulai *shift* yaitu *preparation*. Dimana *preparation* ini dilakukan *front office attendant* yang bekerja di *shift* sebelumnya, yang bertujuan untuk memudahkan pekerjaan shift berikutnya dan supaya tidak terjadi kesalahan .

Preparation yang dilakukan oleh *front office attendant* biasanya adalah dengan menyiapkan *registration* , membuat *key card*, mengecek apakah kamarnya sudah siap digunakan,dan sebagainya.

3. Berhubungan baik dengan departemen Housekeeping

Menurut jurnal dari Rosyid Nur Azis, Rahayu Emik, dkk (2020) menjelaskan bahwa Hubungan *front office* dengan *housekeeping* seperti dua sisi mata uang yang tidak dapat berdiri sendiri, maka dari itu hubungan ini menjadi satu divisi yang disebut *Room Division*, hubungan kerja tersebut yaitu ; *housekeeping* telah menyiapkan kamar bersih sedangkan *front office* yang akan menjualnya, *front office* sebagai *central* informasi dari tamu kemudian *housekeeping* sebagai eksekutor di lapangan, dan sebagainya.Maka komunikasi dan hubungan yang baik antara *housekeeping* dengan *front office* akan memberikan nilai tambah untuk kepuasan tamu atau pelanggan. Komunikasi yang telah dilakukan oleh *front office attendant* dan *housekeeping* di Hotel Grasia Semarang sudah

baik sesuai dengan teori Harold Lasswell yang mengenai cara yang terbaik untuk menjelaskan proses komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Namun waktu yang diperlukan dalam penyampaian pesan masih memerlukan saling pengertian dan juga dibantu *Housekeeping* untuk adanya penerapan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) di masing-masing bagian yang terdapat di hotel.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, penyajian data serta pembahasan data, sehingga penulis dapat menyimpulkan mengenai Upaya peningkatan kualitas pelayanan *front office* Hotel Grasia Semarang, dengan antara lain :

1. Upaya yang telah di lakukan oleh tim *front office department* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya di antaranya adalah guest comment, evaluasi kinerja, menjaga standard pelayanan sesuai dengan *standard operasional procedures* (SOP) dan memberikan Pelatihan mengenai *Service Excellent*. Meskipun telah melakukan usaha untuk meningkatkan pelayanan, namun masih terdapat beberapa kekurangan dalam memberikan pelayanan kepada tamu Hotel Grasia Semarang seperti fasilitas, serta jumlah *front office attendant* yang terbatas yang menyebabkan pelayanan kurang maksimal dan perlu untuk ditingkatkan.
2. Strategi yang telah dilakukan oleh tim *front office department* dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, diantaranya adalah tidak pilih kasih kepada tamu, mengutamakan menyambut tamu, keunikan menyambut tamu yang baru tiba seperti dirumah sendiri, dan menerima tamu perorangan tiba tanpa reservasi kamar (*walk in guest*) .pembagian section kerja merupakan hal yang penting yang mesti dilakukan saat menghadapi tamu ketika kondisi sedang ramai atau *high occupancy*, yang bertujuan agar semua *staff front liner* atau *front office* fokus pada pekerjaan masing-masing serta pelayanan yang diberikan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Strategi pelayanan yang telah dilakukan oleh *front office attendant* di hotel grasia telah berhasil dilakukan yang dibuktikan dengan komentar positif tamu atau feedback mengenai pelayanan *front office attendant* yang ramah dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono. (2016). *Teori dan Praktik Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya Kemasan Syaiah Dalam Bisnis Perhotelan Tanah Air. *Jurnal Binus Business Reviwe Vol.2 No.2*, 763-769. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i2.1222>
- Bell, S.J., & Luddington, J.A. (2016:78). Coping With Customer Complaints. *Journal of Service Research, VIII, No.3*, 71-75.
- Daulika, D. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung.
- Hospitality, A. (15 februari 2019). *Kunci Teamwork Solid di Industri Pariwisata dan Perhotelan*. Diakses pada 07 januari 2021 pukul 10.15, diambil kembali dari www.ajar.id: <https://ajar.id/post/kunci-teamwork-yang-solid-di-industri-pariwisata-dan-perhotelan>
- Hospitality, Ajar. (2019). *Tugas Seorang General Manager Hotel*. Diakses pada 07 Januari 2021 pukul 09.15, diambil kembali dari www.ajar.id: <https://ajar.id/post/mengenal-lebih-dekat-profesi-general-manager-di-hotel>
- HotelGrasia.com. (2018). *Facility of Hotel Grasia Semarang*. Diakses pada 01 Januari 2021 pukul 18:21, diambil kembali dari www.hotelgrasia.com: <https://hotelgrasia.com/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2019). *Kata Pelayanan*. Diakses pada 20 Desember 2020 pukul 07.32, diambil kembali dari kbbi.web.id: <https://kbbi.web.id/pelayanan>

- Kemenpar.go.id. (2012, Desember 20). *kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021, diambil kembali dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detl.asp?c=16&id=2042>
- Linarwati,M. Dkk. (2016). *Studi Deskriptif dan Pengembangan Sumber Daya Manusia serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview dalam Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Kudus*.*Journal Of Management* 2, 1-8. Diakses pada tanggal 23 Desember 2020 pukul 12:43, diambil kembali dari <https://Doi.Org/10.1016/J.Bpc.2013.02.004>
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana,J. (2014 :12-13). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA:Sage Publications*.*Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi*. Jakarta: UI-Press.
- Nurhidayah, B. (2017). *Kualitas Pelayanan Front Office Department Syariah Hotel Solo Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Individual*.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.2. (2014). *Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang menjadi landasa bagi para pengusaha pariwisata syariah untuk mendirikan usaha hotel yang menrapkan prinsip-prinsip syariah dalam aspek pengelolaan, produk, dan pelayanan*.
- Rahmayanty, N. (2013:18). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riyanto, Y. (2010:96). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Rosyid Azis Nur, D. (2020). Analisis Komunikasi Antara Front Office dan Housekeeping di Melva Balemong Hotel & Resort Kab.Semarang. *Jurnal Hosipitaliti dan Pariwisata Edisi 3 Volume 1*. <https://doi.org/10.35729/jhp.v3i2.43>
- Salamadian. (2020). *Pengertian Hotel : Fungsi, Jenis, Sejarah & Klasifikasi hotel*. Diambil kembali dari <https://salamadian.com/pengertian-hotel/>
- Sinambela, L. (2011:5). *Reformasi pelayanan publik*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Sitanggang, A. C. (2017). *Pengaruh Penanganan Keluhan Pada Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Praba Bandar Lampung*. Lampung.
- Sofyan, R. (2012:33). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiyono. (2012:89-95). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017:9). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat:eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011:35-56). *Manajemen penyelenggaraan hotel:seri manajemen usaha jasa pariwisata dan akomodasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyawati, E. (2014, februari). Diambil kembali dari Jenis Tamu hotel: <https://ekhaasulistyawati.blogspot.com/2014/02/jenis-tamu-hotel.html>
- Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor.KM 37/PW.340/MPPT-86. (2011:6). *tentang suatu jenis akomodasi yang digunakan sebagian maupun seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapa, makanan dan minuman, serta jasa pendukung lainnya untuk masyarakat umum yang dikelola secara komersil*.
- Susilowati, T. (2014). *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT POS di Kantor Pos Samarinda*.
- Tjiptono Fandy, dan Ujan Sumarwan. (2017:351). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bandung: PT IPB Press.
- Tjiptono, F. d. (2012). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. d. (2012:312). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Alfabeta.
- Tjiptono,Fandy dan Gregorius Chandra. (2016:219). *Service, Quality, and Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

- Vendriana, Lisdiani. (2017). *Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Hotel Grasia Semarang)*, 55-57.
- Widyoko, Eko Putro;. (2014:46). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wuryasti, Fetri;. (2013, Oktober 30). *Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia*. Diakses pada tanggal 21 Desember 2020 pukul 08:13, diambil kembali dari [traveldetik.com](http://travel.detik.com):
<http://travel.detik.com/read/2013/10/30/152010/2399509/1382/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>