

Pengaruh *Guest Relation Officer (GRO)* Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Di *Front Office Department Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta*

Yulia Permata Sari¹, Agus Solikhin², Kris Cahyani Ermawati³

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

²Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

³Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

ABSTRAK

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi dan jasa yang dikelola secara komersil dengan menyediakan fasilitas penginapan, makan dan minum serta pelayanan yang ditujukan kepada semua orang untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan di *Front Office*, untuk mengetahui dukungan dari pihak manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan informasi *GRO*, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *GRO* dan peran serta manajemen SDM terhadap kepuasan tamu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data-data dari wawancara dan kuesioner. Tingkat kepuasan tamu dapat dilihat dengan minimalnya tingkat *complaint* tamu yang menjadi langganan yang berkunjung di Plaza Hotel. Dalam meningkatkan kepuasan tamu, diadakan banyak pelatihan untuk *GRO* yang bekerjasama dengan pihak manajemen dan dilaksanakan secara bertahap. *GRO* juga harus menguasai *product knowledge* hotel dan sekitarnya untuk mewujudkan kualitas SDM yang baik.

Kata Kunci: *GRO, pelayanan, kepuasan tamu*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata Indonesia saat ini sedang berkembang pesat di berbagai daerah. Kegiatan promosi pariwisata tidak henti dilakukan pemerintah daerah setempat. Menurut Hunziker dan K.Kraft yang didalam bukunya Oka Yuti (1996: 118) "Pariwisata adalah keseluruhan gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta menyediakan tempat tinggal sementara, asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dan aktifitas yang bersifat sementara".

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sangat dikenal oleh masyarakat, disamping akomodasi komersial lainnya. Usaha perhotelan sekarang ini sudah merupakan suatu industri hotel yang memerlukan sumber dana dan sumber daya manusia dalam jumlah besar dengan resiko kerugian atau keuntungan yang besar pula (Surachman, 1987). Hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak di bidang akomodasi dan jasa yang dikelola secara komersil dengan menyediakan fasilitas makan dan minum serta pelayanan yang ditujukan kepada semua orang yang memerlukan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Dan sekarang kepariwisataan di negara kita telah mengalami

perkembangan dibuktikannya dengan jumlah akomodasi, jasa restoran/jasa boga, transportasi, tempat penukaran mata uang asing, atraksi wisata, cinderamata dan biro perjalanan. Para wisatawan membutuhkan jasa pelayanan penginapan. Sebagai suatu industri jasa, usaha perhotelan dalam menyelenggarakan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai antara lain fasilitas penginapan, ruang tamu, tempat parkir, makan dan minum, rekreasi, perlengkapan telekomunikasi, tenaga kerja dan lain-lain. Sehingga Usaha perhotelan benar-benar menjadi usaha komersial yang mampu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, sekaligus menunjang pembangunan negara dimana hotel itu berada.

Berdasarkan dari pemikiran di atas, maka penulis menuangkan hal tersebut dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh *Guest Relation Officer (GRO)* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di *Front Office Department Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta*".

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi di *Front Office Department*?
2. Apakah ada dukungan dari manajemen *SDM* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi *GRO*?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan *GRO* dan peran serta manajemen *SDM* terhadap kepuasan tamu?

Tujuan Penulisan

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan

informasi sehingga tercipta kepuasan tamu di *Front Office Department*.

2. Untuk mengetahui dukungan dari manajemen *SDM* dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan informasi *GRO* terhadap kepuasan tamu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan informasi *GRO* dan peran serta manajemen *SDM* terhadap kepuasan tamu.

LANDASAN TEORI

Pengertian Hotel

Pengertian hotel menurut Ajeng Rahmasari (2006: 20) adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sedangkan (SK Menteri Perhubungan No: Pm 10/Pw 301/Phb 87) definisi hotel: "hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum. Hotel adalah studi dan praktek efektif serta seni untuk menjalankan bisnis hotel, restoran dan bisnis pariwisata lainnya yang berhubungan dengan bidang perjalanan supaya lebih lancar, nyaman, berkualitas sehingga memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen yang pada tujuannya adalah menghasilkan margin keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan. Tanpa manajemen perhotelan yang efektif, tidak akan ada standar untuk pelayanan di hotel atau agen perjalanan.

Manajemen hotel melibatkan kombinasi berbagai keterampilan seperti manajemen pemasaran, pengembangan *SDM*, manajemen keuangan, keterampilan hubungan antar manusia,

ketangkasan, dll. Hotel merupakan generator utama di industri pariwisata. Manajemen Hotel memastikan melibatkan semua operasi termasuk akomodasi, makanan dan minuman dan layanan hotel lainnya dapat berjalan lancar. Manajemen perhotelan memiliki sejumlah *department* dibawahnya yaitu:

1. *Front Office Department* adalah pusat semua kegiatan. Tugas utama dilakukan di sini meliputi: penyediaan informasi, membuat pemesanan kamar dan mengurus *check-in* dan *check-out*.
2. *Housekeeping Department* Adalah bertugas membersihkan kamar, yang terisi maupun kamar kosong karena *housekeeping* harus selalu menjaga keadaan kamar selalu siap.
3. *Food and Beverage Department* adalah departemen hotel yang menangani hal yang berkaitan dengan mengolah, menyediakan makanan dan minuman serta bertugas memberikan pelayanan kepada tamu pada saat makan di *restaurant*.
4. *Accounting Department* adalah suatu departemen hotel yang bertanggung jawab atas masalah administrasi hotel baik pengeluaran maupun pendapatan keuangan di hotel.
5. *Sales & Marketing Department* adalah suatu bagian yang bertugas memasarkan hotel kepada masyarakat maupun pelanggan agar setiap tahunnya mengalami peningkatan tamu yang menginap dan menggunakan fasilitas hotel.
6. *Personalia/HRD Department* adalah suatu departemen hotel yang bertugas menerima dan menempatkan karyawan serta menangani masalah yang dihadapi karyawan.
7. *Engineering Department* adalah suatu departemen hotel yang bertanggung jawab untuk menangani perawatan atas semua alat serta mesin hotel yang mengalami kerusakan.

8. *Security Department* adalah suatu bagian yang bertugas menjaga keamanan hotel maupun tamu selama menginap di hotel (24 jam).

Front Office

Front Office Department merupakan bagian paling depan dari hotel yang berfungsi sebagai penjual kamar dan sering disebut *selling room*. Dalam tugas penjualan, *Front Office* harus dibantu oleh bagian tata graha. Dalam hubungan kerja bagian tata graha bertindak sebagai pengemasan kamar (Balai Pendidikan dan Latihan Pariwisata Bandung. 1982: 5). *Front Office* adalah cermin dari kualitas hotel yang akan pertama kali dinilai tamu saat memasuki suatu hotel untuk itu kesiapan, kesigapan, ketepatan serta kemampuan semua karyawan di *Front Office Department* dalam menjalankan fungsi tugas dan tanggung jawabnya sangatlah menentukan dalam memberikan kesan baik maupun kurang baik atau buruk pada para tamu hotel sebelum para tamu tersebut mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang lainnya saat mereka datang untuk menginap maupun sekedar berkunjung di suatu hotel.

Front Office merupakan salah satu bagian dari hotel yang paling penting dalam hal mewujudkan tujuan yang akan dicapai oleh hotel. Menurut Richard Sihite (2000) tujuan dari *Front Office* hotel adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan tingkat hunian kamar serta pendapatan hotel dari tahun ke tahun
2. Meningkatkan jumlah tamu langganan
3. Memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu secara baik, tepat dan cepat kepada tamu
4. Membentuk citra hotel yang positif
Front Office memiliki fungsi dalam mewujudkan tujuan dari hotel
5. Fungsi tersebut dilakukan oleh petugas *Front Office* sehari-hari, adapun fungsi-fungsi tersebut adalah:

- a. Menjual kamar kegiatan yang dilakukan antara lain: menerima pemesanan kamar, melakukan pendaftaran tamu dan memblok kamar
- b. Memberikan informasi tentang hotel
- c. Mengkoordinasikan kepada bagian lain untuk memenuhi keinginan tamu
- d. Melaporkan status kamar yang terkini
- e. Mencatat dan memeriksa pembayaran tamu serta menangani rekening tamu
- f. Membuat laporan yang dibutuhkan oleh hotel
- g. Memberikan pelayanan telekomunikasi untuk tamu
- h. Memberikan pelayanan barang bawaan tamu
- i. Menyelesaikan keluhan tamu

Guest Relation Officer (GRO)

Pengertian GRO

GRO merupakan salah satu bagian dari hotel yang bertugas menjaga agar hubungan tamu dan pihak hotel selalu baik, diantaranya mencoba untuk mengantisipasi *complaint* dari tamu, menampung dan mencari jalan keluar sehingga tamu merasa diperhatikan, merasa puas dan selalu akan datang kembali (Sugiarto, 2000: 111). *GRO* bertugas menerima dan mengecek-in tamu dengan efisien, penuh perhatian, ramah tamah, sopan santun, mencari kamar tamu dan mengatasi masalah dengan tamu yang menyangkut pelayanan khusus. *GRO* mempunyai tugas dari manajemen yaitu memberikan informasi tentang fasilitas hotel dan penanganan keluhan. Fungsi dari bagian ini hampir sama dengan *Public Relations*, karena bagian ini yang paling banyak memberikan perhatian dan berhubungan langsung dengan pihak luar yang mempunyai kepentingan dengan

hotel seperti tamu, pengunjung dan lain-lain.

GRO berkewajiban melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Room Courtesy Call* yaitu menghubungi tamu dalam kamar melalui telepon setelah tamu check-in untuk memastikan tamu telah memperoleh pelayanan sebaik-baiknya.
- b. *Airline Confirmation* yaitu melakukan konfirmasi tiket pesawat, hal ini penting dilakukan agar jadwal bisnis tamu tidak terhambat dikarenakan kesalahan penerbangan. Disamping itu kadang-kadang *GRO* juga melakukan *showing room* pada tamu yang ingin langsung melihat fasilitas kamar hotel.

Hubungan komunikasi antara hotel dengan tamu harus dijaga dengan baik, karena hubungan yang baik akan memberikan kontribusi terhadap hotel itu sendiri. Dari hal tersebut peranan *GRO* sangat dibutuhkan sebagai jembatan penghubung antara hotel dengan tamu, menurut Sugiarto (2000: 80) hal-hal yang harus diperhatikan oleh *GRO* antara lain sebagai berikut:

1. *First Impression*
Kesan pertama adalah suatu bagian untuk menciptakan hubungan yang positif antara hotel dengan tamu. *Good first impression* yang diterima oleh tamu baik dari hotel maupun dari karyawan akan memberikan dampak yang positif bagi hotel.
2. *Personal Appearance*
Penampilan diri petugas *Guest Relation Officer* harus diperhatikan karena berdampak terhadap hubungan secara langsung pada tamu.
3. *Communication*
Kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain adalah modal yang paling berharga. Kemampuan bekerja sama dengan orang lain hanya akan

terwujud bila masing-masing dapat saling berkomunikasi dengan baik pula.

4. *Dealing with Complaint*

Sikap yang positif akan mempermudah dalam menangani keluhan tamu. *GRO* harus berani menghadapi dan menyelesaikan setiap keluhan tamu yang disampaikan.

A. **Performance**

Performance Merupakan bagian dari pelayanan pelanggan yang perlu dicermati dan disikapi secara komprehensif. Pentingnya *performance* diantaranya ialah:

1. Bersifat nyata sebagai dimensi kualitas pelayanan.
2. Bagian dari citra (*image*) perusahaan.
3. Membuat pelanggan nyaman bersama anda.
4. Bentuk perhatian (*respect*) dan pertimbangan (*consideration*) bagi pelanggan.

GRO harus memperhatikan penampilan dirinya, apakah *uniform* yang dipakai dalam keadaan bersih, sudah dipakai secara benar, apakah sepatu sudah selaras dengan *uniform*, dan apakah rambut sudah disisir dengan rapi. Disamping itu harus diperhatikan pula tentang personal *behavior* atau tingkah laku pribadi pada saat menghadapi tamu. Petugas *GRO* harus ramah dan berpengetahuan luas, sehingga dapat memberikan penjelasan kepada tamu yang memerlukan informasi serta harus jujur dan dapat mengendalikan diri dari emosi.

B. **Kemampuan Memberikan Informasi**

Menurut Nursya'bani Purnama, (2006: 33) harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut

pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal.

Mengutip penjelasan Sugiarto (2000:113), ada beberapa macam keluhan tamu, diantaranya yaitu:

1. *Mechanical complaint*
2. *Attitudinal complaint*
3. *Service related complaint*
4. *Unusual complaint*

GRO harus memahami keluhan tamu tersebut. Tugas utama petugas *GRO* adalah membuat nyaman semua tamu dan memberikan pelayanan pribadi (*personal service*) misalnya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh tamu. Dengan demikian kerjasama antara *GRO* dengan departemen lain yang ada di hotel harus dilaksanakan dengan baik hal ini dikarenakan koordinasi dan kerjasama tersebut sangat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh tamu.

Selain teknik menghadapi tamu seperti tersebut petugas *GRO* harus menguasai juga keterampilan sosial dan bahasa tubuh, antara lain sebagai berikut:

1. Berdiri tegak dan tatapan langsung ke mata tamu, jika memungkinkan hindarkan adanya pembatas saat berbicara dengan tamu.
2. Perhatikan dengan gerakan tangan, hindarkan memegangkan tangan disisi, menyilangkannya dan menaruh kedalam saku celana.
3. Tunjukkan raut muka yang *empaty* serta percaya terhadap kemampuan diri dalam membantu tamu.
4. Berusaha untuk tenang dan bersikap positif.
5. Hadapi setiap keluhan dengan serius yaitu dengan mencatat

setiap keluhan yang disampaikan oleh tamu.

6. Adakan tindakan untuk setiap keluhan tamu baik besar maupun kecil.
7. Peliharalah rasa humor dan hindari menangani keluhan secara pribadi.

Dari beberapa hal tersebut di atas terlihat bahwa kinerja *GRO* sangat penting terhadap tingkat kepuasan tamu hotel. Pemberian informasi yang tidak jelas dan penanganan keluhan tamu yang tidak profesional dapat memberikan kesan negatif bagi tamu sehingga mempengaruhi kepercayaan tamu terhadap pelayanan hotel.

Pengertian Kualitas

Deming (dalam Zulian Yamit, 2005: 7) mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Crosby (dalam Zulian Yamit, 2005:7) mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Juran (dalam Zulian Yamit, 2005:7) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen.

Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran (dalam Zulian Yamit, 1996: 337) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Goetsch Davis, (dalam Zulian Yamit, 2005: 8) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Gaspersz (2002: 181) mendefinisikan kualitas totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan jasa) yang menunjang

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas Seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Sedangkan perusahaan yang menghasilkan produk lebih menekankan pada hasil, karena konsumen umumnya tidak terlibat secara langsung dalam prosesnya.

Menurut Nursya'bani Purnama (2006: 15-16) menentukan kualitas pelayanan harus dibedakan antara produk manufaktur atau barang (*goods*) dengan produk layanan (*service*) karena keduanya memiliki banyak perbedaan. Menyediakan produk layanan (jasa) berbeda dengan menghasilkan produk manufaktur dalam beberapa cara. Perbedaan antara produk manufaktur dengan produk layanan adalah:

- a. Kebutuhan konsumen dan standar kinerja sering kali sulit diidentifikasi dan diukur, sebab masing-masing konsumen mendefinisikan kualitas sesuai keinginan mereka dan berbeda satu sama lain.
- b. Produksi layanan memerlukan tingkatan "*customization atau individual customer*" yang lebih tinggi dibanding manufaktur. Dalam manufaktur sasarannya adalah keseragaman. Dokter, ahli hukum, personal penjualan asuransi, pelayanan restoran, harus menyesuaikan layanan mereka terhadap konsumen individual.
- c. *Output* sistem layanan tidak terwujud, sedangkan manufaktur berwujud. Kualitas produk manufaktur dapat diukur berdasar spesifikasi desain, sedangkan kualitas layanan pengukurannya subyektif menurut pandangan konsumen,

- dikaitkan dengan harapan dan pengalaman mereka. Produkmanufaktur jika rusak dapat ditukar atau diganti, sedangkan produk layanan harus diikuti dengan permohonan maaf dan reparasi.
- d. Produk layanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama, sedangkan produk manufaktur diproduksi sebelum dikonsumsi. Produk Layanan tidak bisa disimpan atau diperiksa sebelum disampaikan kepada konsumen.
 - e. Konsumen seringkali terlibat dalam proses layanan dan hadir ketika layanan dibentuk, sedangkan produk manufaktur dibentuk diluar keterlibatan langsung dari konsumen. Misalnya konsumen *restaurant layanan* cepat menempatkan ordernya sendiri atau mengambil makanan sendiri, membawa makanan sendiri kemeja dan diharapkan membersihkan meja ketika setelah makan.
 - f. Layanan secara umum padat tenaga kerja sedangkan manufaktur lebih banyak padat modal. Kualitas interaksi antara produsen dan konsumen merupakan faktor vital dalam penciptaan layanan. Misalnya kualitas pelayanan kesehatan tergantung interaksi pasien, perawat, dokter, dan petugas kesehatan lain. Di sini perilaku dan moral pekerja merupakan hal yang kritis dalam menyediakan kualitas layanan.

Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler dalam Laksana (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Gronroos dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang

biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Pengertian Kualitas Jasa Pelayanan

Kualitas jasa pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Wyckof dalam Lovelock (yang dikutip dari Nursya'bani Purnama, 2006: 19-20) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Parasuraman, et.al. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Menurut Gronroos (dalam Nursyahbani Purnama, 2006: 20) menyatakan kualitas layanan meliputi:

- a. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*.
- b. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan konsumen,

meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika *output*.

- c. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen

Kualitas Materi Informasi

Informasi adalah data yang sudah diolah, dibentuk dan dimanipulasi sesuai dengan keperluan tertentu. Dengan demikian juga untuk meningkatkan kualitas materi informasi sangatlah penting untuk diperhatikan bagi *GRO*, yang harus mempunyai data informasi lengkap untuk disampaikan pada tamu. Tugas *GRO* harus memiliki pengetahuan yang luas tentang hotel, memahami karakter tamu yang dikategorikan dari negara-negaranya, menguasai jenis wisata disekitar hotel, memiliki keahlian berkomunikasi serta berkepribadian dan berperilaku baik. Pengetahuan tentang hotel dan fasilitas sangat diperlukan sehingga setiap pertanyaan maupun keluhan yang disampaikan tamu dapat dijawab dengan cepat, tepat dan memuaskan. Untuk dapat melakukan hal tersebut *GRO* harus memiliki kemampuan teknik komunikasi yang baik dalam hal penguasaan bahasa, kontak mata dan ekspresi wajah yang berkesan positif.

Pengertian Manajemen

Secara etimologis, manajemen adalah kosa kata yang berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu manajemen yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Secara umum manajemen juga dipandang sebagai sebuah disiplin ilmu yang mengajarkan tentang proses untuk memperoleh tujuan organisasi melalui upaya bersama dengan sejumlah orang atau sumber milik organisasi.

Menurut James A.F Stoner (2006:

- 5) “Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan

semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya”. Menurut Mulayu S.P. Hasibuan (2002: 2) “Manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai satu tujuan”. Ditinjau dari segi fungsinya, menurut Henry Fayol (2003: 15) manajemen memiliki 4 fungsi dasar manajemen yang menggambarkan proses manajemen, sebagai berikut:

1. Perencanaan

Perencanaan melibatkan urusan memilih tugas yang harus dilakukan untuk mempertahankan tujuan organisasi, menjelaskan bagaimana tugas harus dilaksanakan dan memberi indikasi kapan harus dikerjakan. Perencanaan *focus* terhadap kesuksesan organisasi dalam jangka waktu pendek dan panjang.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah memberi tugas sebagai hasil dari tahapan perencanaan, tugas tersebut diberikan kepada beragam individu atau grup didalam organisasi. Mengorganisir adalah untuk menciptakan mekanisme menjalankan rencana.

3. Pengaruh

Pengaruh merupakan sebuah motivasi, kepemimpinan atau arah. Pengaruh dapat didefinisikan sebagai bimbingan dari aktivitas anggota organisasi dalam arah yang dapat membantu organisasi lebih terarah untuk mencapai hasil atau target.

4. Pengendalian

Pengendalian merupakan sejumlah peranan yang dimainkan oleh para manajer:

Manajemen SDM Perhotelan

Salah satu departemen yang paling penting dari setiap *staf* hotel adalah manajemen SDM. Manajemen SDM

yang tepat dapat membedakan antara menjalankan hotel dengan sangat baik atau buruk pada suatu industri perhotelan. Manajer SDM dapat mengontrol hotel hampir secara keseluruhan. Hal ini membuat pentingnya manajemen sumber daya manusia untuk hotel (Sarwoto, 1986: 30).

Para karyawan yang dipekerjakan di hotel dapat mengubah kualitas pelayanan dan suasana hotel secara keseluruhan. Ini berarti bahwa sangat penting untuk memilih pekerja yang optimis, pekerja yang penuh dedikasi untuk setiap posisi. Ini adalah tugas dari manajer SDM untuk memastikan bahwa orang yang baik dan berkualitas dipilih untuk bekerja di hotel. Pentingnya manajemen SDM untuk hotel sangat besar di bidang ini. Manajer dapat memberikan pelatihan yang baik dan program insentif yang akan menyebabkan karyawan tinggal lebih lama di hotel. Memiliki rencana pengembangan yang jelas untuk maju ke tingkat lebih tinggi dan pelayanan juga akan menyebabkan karyawan bertahan lebih lama lagi. Hotel menyediakan cara bagi karyawan untuk maju dalam posisi atau memberikan pelatihan bagi karyawan sehingga mereka dapat memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk posisi tingkat lanjut sangat penting untuk tingkat retensi karyawan.

Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*excellent service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Vincent Gespersz (2002: 185) pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas.

Kedua elemen tersebut sangat penting untuk diperhatikan oleh tenaga pelayanan (penjual, pedagang, pelayan, atau salesman). Menurut Vincent Gespersz (2002: 187) agenda perilaku pelayanan sektor publik menyatakan bahwa pelayanan prima adalah:

1. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa.
2. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
3. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas: masyarakat eksternal dan internal.

Pengertian Kepuasan Tamu

Pengertian kepuasan menurut Agus Sulastiyono (1990:33) kepuasan adalah suatu keadaan dalam diri seseorang dimana yang telah berhasil mendapatkan sesuatu menjadi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginannya, sehingga kebutuhan adalah kondisi seseorang untuk memiliki sesuatu yang tidak mempunyai dan sesuatu yang merasakan kekurangan terhadap sesuatu yang lazim bagi dirinya. Sedangkan menurut Day seperti yg dikutip ulang oleh Tjiptono, (2000: 146) dalam buku Manajemen Jasa "Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya dan kinerja actual produk yang dirasakan pemakaiannya).

Menurut Oka A. Yoekti 1999: 39) berpendapat bahwa tingkat kepuasan dapat diketahui melalui tiga tahap kegiatan pokok yaitu:

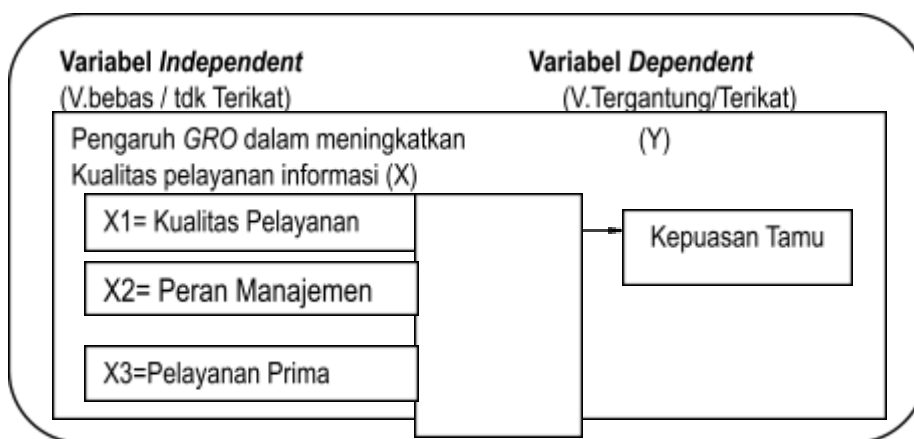
1. Menentukan kebutuhan pokok yang merupakan *the basic needs of customer*.
2. Mencari tahu apa sebenarnya yang menjadi harapan pelanggan sehingga mereka mau datang kembali membeli produk dan jasa yang kita tawarkan.
3. Kita harus memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan

lakukan melebihi seperti yang diharapkan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu adalah hasil akhir dari kinerja dan kemampuan yang optimal dari karyawan hotel dalam melayani dan memenuhi harapan serta kebutuhan tamu tersebut.

Kerangka Pemikiran

“Pengaruh *Guest Relation Officer*(GRO) dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di *Front Office Department* Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta”.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pada diagram kerangka pemikiran diatas terdapat variabel *independen*(X) yaitu pengaruh GURU dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi dapat dijelaskan dengan kualitas pelayanan (X1), peran manajemen (X2), pelayanan prima (X3) yang berpengaruh terhadap variabel *dependen* (Y) yaitu kepuasan tamu.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta.Plaza Hotel Bukit Indah Purwakarta ini terletak di ujung tol Jakarta–Cikampek.Berada persis antara Jakarta–Bandung dan Jakarta–Cirebon. Plaza hotel dekat dengan area wisata Bendungan Jatiluhur,Pusat Industri Keramik Plered, Kawasan wisata air panas Ciater, Lembang dan Tangkuban Perahu.Waktu penelitian ini dilakukan

dari tanggal 11 Juli 2013 – 11 Januari 2014.

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kualitatif, yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan, dinyatakan dalam bentuk kata dan kalimat,gambar dan lain yang berisi deskripsi terutama *transkrip interview* antara penulis dengan informan dalam penelitian.Selain itu kualitatif mementingkan makna, artinya penulis berusaha memahami makna yang diperoleh maupun makna fenomena yang sedang diteliti.Kesimpulan penulis tentang metode kualitatif adalah suatu metode yang membandingkan dengan apa yang telah terjadi di lapangan dengan landasan teori yang diterima juga untuk memberikan kesempurnaan ilmu yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Merupakan keseluruhan subjek yang dipelajari dalam melakukan penelitian. Penetapan populasi dimaksud agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu sesuai dengan permasalahannya dan tidak akan berlebihan dengan populasi yang diacu. Populasi penelitian ini adalah 4 karyawan GRO, 4 karyawan manajemen SDM dan 50 tamu yang berkunjung di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta.

b. Sampel

Pengambilan sampel dalam suatu penelitian harus mewakili populasi yang ada, proporsional dan mempunyai karakteristik nilai persamaan dan perbedaan. Sampel yang diambil juga harus berkaitan dengan permasalahan yang dimaksud dengan penelitian. Pengambilan sampel dari populasi yang ada dalam penelitian ini yang di gunakan adalah:

- a. Teknik *purposive sampling* atau sampel bertujuan yaitu dengan mengambil populasi subyek yang berupa 4 karyawan di bagian GRO dan 4 karyawan di bagian manajemen personalia di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta.
- b. Teknik *accidental sampling* yaitu dengan mengambil populasi subjek dengan mengumpulkan sampel melalui tamu yang berkunjung di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta. Sampel tersebut diambil secara kebetulan di saat melakukan penelitian di objek tersebut.

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan

atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain (Young, dikutip oleh Koentjaraningrat, 1991:23, Definisi operasional variabel penelitian, defoter.blogspot.com).

2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel adalah proses menentukan jumlah atau intensitas informasi mengenai orang, peristiwa, gagasan atau objek tertentu serta hubungannya dengan masalah atau peluang bisnis. Dengan kata lain menetapkan angka atau tabel terhadap karakteristik atau atribut dari suatu objek atau setiap jenis fenomena atau peristiwa yang menggunakan aturan-aturan tertentu yang menunjukkan jumlah dan kualitas dari faktor-faktor yang diteliti (Pengukuran variabel-dalam penelitian, www.indonusa.ac.id).

3. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Dengan observasi lapangan peneliti secara langsung mendapatkan data primer dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pengumpul data terhadap responden dan jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (Irawan Soehartono, 1998: 67).

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Penulis menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan yang berhubungan dengan objek permasalahan yang diteliti (Irawan Soehartono, 1998: 65).

d. Studi Kepustakaan/literature

Studi literatur digunakan untuk mendukung permasalahan penelitian yaitu dengan cara mencari buku dan data, baik itu dari lembaga maupun dari sumber lainnya. Literatur ini didapat dari perpustakaan, skripsi, jurnal, dan internet.

e. Studi Dokumentasi

Dilakukan untuk melengkapi data dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti dengan jalan mencari informasi dari dokumen yang diperlukan dalam mendukung penelitian ini baik dari instansi pemerintah maupun swasta. Data tersebut dapat berupa foto atau dokumen lainnya.

Sumber Data

1. Data Primer

Data yang dikumpulkan secara langsung dari objeknya meliputi wawancara dengan karyawan dan tamu di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta, serta melakukan pengamatan secara langsung untuk memperoleh gambaran secara jelas.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari pihak pengelola hotel tentang informasi yang bersangkutan dengan *GRO pada Front Office Department* di Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta.

Analisis Deskriptif Kualitatif

Metode analisis data dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mempelajari, mengumpulkan data

dan menggambarkan objek peneliti, dimana dalam kuesioner tersedia beberapa pilihan jawaban atau kondisi aktual perusahaan. Dari hasil kuesioner dapat dibuat tabulasi sesuai dengan variabel dan jumlah sampel yang didapat, kemudian dibuat prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Total jawaban

$$\frac{\text{Total jawaban}}{N} \times 100\%$$

N

Ket: N = Jumlah Sampel

HASIL PENELITIAN

Tipe-Tipe Kamar

Plaza hotel memiliki 187 kamar dengan tipe sebagai berikut:

1. *Superior*

Dengan luas (33m²), kamar ini bernuansa mewah dan asri. Fasilitas kamar mandi modern melengkapi kamar tidur yang nyaman.

2. *Deluxe*

Kamar *deluxe* memiliki luas (35m²) ini dilengkapi dengan kotak penyimpanan barang berharga, fasilitas kamar dan kamar mandi yang ditata dengan suasana yang mewah.

3. *Deluxe Apartment*

Dengan luas (33m²), kamar ini dilengkapi dengan tempat tidur ukuran besar, LED TV layar 32", *dispenser*, *box* penyimpanan barang berharga, minibar, fasilitas pembuat teh/kopi, dapur mini yang dilengkapi dengan kompor listrik, *microwave oven* dan peralatan memasak.

4. *Deluxe Balcony*

Kamar *Deluxe Balcony* (35m²) memiliki balkon yang mengakses langsung ke kolam renang dan taman hotel.

5. *Corner Suite*

Suite (52m²) mempunyai kamar tidur dan ruangan duduk terpisah yang dilengkapi dengan personal *DVDplayer*, *safe deposit box*.

6. *Family Suite*
Family Suite (46m²) mempunyai ruang tidur susun untuk anak-anak dan didekorasi dengan ceria termasuk *playstation* dan permainan lainnya. Fasilitas lain meliputi *safety deposit box*, *shower cabinet* yang terpisah dan *DVD player*.
7. *Business Suite*
Business suite (55m²) ini menyediakan ruang tamu luas yang terpisah yang dilengkapi meja kerja luas dengan fasilitas *broadband internet*. Tersedia pula *safety deposit box*, *DVD player*.
8. *Business Balcony Suite*
Business Balcony Suite (55m²) mempunyai balkon pribadi menuju ke kolam renang, ruang duduk dan kamar tidur yang terpisah masing-masing dilengkapi TV. Fasilitas kamar ini juga termasuk *safety deposit box*, *broadband internet*, *DVD player* dan ruang *shower* yang terpisah.
9. *Deluxe Suite*
Jacuzzi dan *standing shower* melengkapi *Deluxe Suite* (70m²). Tersedia dapur kecil yang dilengkapi kompor listrik dan *microwave* untuk menjamu tamu. Ruang tamu kamar ini juga dilengkapi TV *cabinet* dan *DVD player*.
10. *Deluxe Balcony Suite*
Suite ini mempunyai kelebihan lain yaitu balkon yang luas yang dapat digunakan untuk bersantai bersama keluarga ataupun mengadakan jamuan BBQ kecil. Balkon ini menuju langsung ke area kolam renang dan tempat bermain anak-anak.

Tabel 1. Jenis Kamar

| <i>Room Type</i> | <i>1st Floor</i> | <i>2nd Floor</i> | <i>3rd Floor</i> | <i>5th Floor</i> | <i>6th Floor</i> | <i>Total</i> |
|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------|
| <i>Superior King</i> | 11 | 17 | 19 | - | - | 47 |
| <i>Superior Twin</i> | 4 | 9 | 8 | 4 | - | 25 |
| <i>Superior Twin (Zipper)</i> | - | - | - | 21 | - | 21 |
| <i>Deluxe King</i> | 5 | 11 | 8 | - | - | 24 |
| <i>Deluxe Twin</i> | 2 | 2 | 3 | 2 | 7 | 16 |
| <i>Deluxe Twin (Zipper)</i> | 1 | 2 | 2 | 13 | 6 | 24 |
| <i>Deluxe Balcony Twin</i> | 5 | - | - | - | - | 5 |
| <i>Deluxe Balcony King</i> | 6 | - | - | - | - | 6 |
| <i>Deluxe Apartement</i> | - | - | - | 4 | - | 4 |
| <i>Family Suite</i> | - | - | 1 | 1 | - | 2 |
| <i>Corner Suite</i> | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| <i>Business Suite</i> | - | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|------------|
| <i>Business Balcony Suite</i> | 1 | - | - | - | - | 1 |
| <i>Deluxe Suite</i> | - | - | 1 | - | 1 | 2 |
| <i>Deluxe Balcony Suite</i> | 1 | - | - | - | - | 1 |
| TOTAL | | | | | | 187 |

Sumber: Data diolah,2014

Fasilitas-fasilitas Plaza Hotel

1. Restaurant & Bar

a. Kresna *Coffee Shop*

Merupakan Restaurant berstandar internasional dengan kapasitas 150 kursi terbagi dalam 2 ruangan untuk tamu yang merokok dan tidak merokok. Buka setiap hari Senin sampai dengan Minggu pukul 06.00-23.00 WIB, menyajikan hidangan prasmanan pagi, siang dan malam serta berbagai pilihan menu *ala carte'* dengan menghadirkan hiburan musik akustik setiap Selasa, Rabu dan Jum'at malam.

b. Kresna *Lounge Bar*

Kresna *Lounge Bar* menyajikan aneka jenis minuman mulai dari minuman ringan, *alkohol non alkohol*, minuman keras serta makanan ringan, buka mulai hari Senin sampai dengan Minggu pukul 09.00-01.00 WIB, memiliki kapasitas tempat duduk 30 kursi. Dilengkapi dengan *happy hour* setiap malam, promosi bulanan, televisi, permainan (catur, bingo dan domino).

c. Nagamas *Lounge*

Merupakan ruang serba guna untuk acara perusahaan, pesta perkawinan dan pesta ulang tahun, buka mulai hari Senin sampai dengan Minggu pukul

06.00-23.00 WIB (hanya untuk acara tertentu), *maximum* tempat duduk 120 kursi. Dilengkapi dengan:ruang *VIP*, televisi, layar lebar.

d. Deli *Bakery*

Deli *Bakery* menyajikan aneka roti hangat, berbagai kue, dan *lunchbox* yang dibuat di dapur hotel, buka dari jam 06.00 pagi sampai jam 20.00.

e. *El kafè Games Room*

El kafè menyajikan hiburan permainan dan karaoke serta area meja sodok yang nyaman dan juga tersedia aneka minuman *alkohol & non alkohol*, buka setiap hari Senin sampai dengan Sabtu pukul 19.00-00.00 WIB dan dilengkapi dengan layar lebar & TV untuk karaoke, meja *billiard* dan *happy hours* setiap malam.

f. Laguna *Pool Bar*

Pool bar terbuka yang berada di area kolam renang yang menyediakan minuman segar dan makanan ringan ini buka setiap hari Senin sampai dengan Kamis pukul 17.00-20.00 WIB, Jumat sampai dengan Minggu buka pukul 10.00-20.00 WIB, kapasitas tempat duduk sampai dengan 15 kursi dan dilengkapi dengan *music*.

g. Deli *Lounge*

Deli Lounge menyajikan aneka minuman panas, minuman ringan dan *juice* segar serta berbagai pilihan makanan ringan, buka mulai hari Senin sampai dengan Minggu pukul 07.00-20.00 WIB. Kapasitas tempat duduk sampai dengan 15 kursi.

- h. *Izumi Japanese Restaurant*
Dengan fasilitas *dining teppan* dan *bar*, restoran ini menyajikan beragam pilihan masakan Jepang, beroperasi setiap hari pukul 11.30-14.30 WIB untuk waktu makan siang dan pukul 18.00-22.00 WIB untuk waktu makan malam.

2. *Meeting and Conference Hall*

Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta memiliki 9 ruang pertemuan yaitu ruang Bidadari, ruang Ruang Graha *Ballroom*, dan 7 ruang *meeting* utama di bangunan "PANDAWA" diantaranya: Lantai 1: Nakula dan Sadewa. Lantai 2: Yudhistira 1, Yudhistira 2, Drupadi, Arjuna dan Bima. Semua ruang pertemuan berkapasitas yang beragam dilengkapi dengan fasilitas modern seperti "Audio Visual" yang canggih dan peralatan *business center* yang lengkap serta *staf* yang profesional.

3. Fasilitas-fasilitas Lainnya

- a. *Room Service*
Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta memiliki fasilitas pelayanan makan dan minum yang diantar ke kamar selama 24 jam disebut dengan *Room Service*.
- b. *Airline Service*
Plaza hotel melayani pemesanan tiket pesawat untuk tamu yang membutuhkan.
- c. *Taxi service*
Plaza hotel melayani pemesanan *taxi* untuk tamu yang membutuhkan.

- d. *Drug Store*
Buka dari jam 07.00 sampai jam 11.00. *Drug store* menyediakan berbagai macam kebutuhan tamu seperti baju renang, perlengkapan mandi, obat-obatan, rokok, busana, *souvenir* dan berbagai buku pariwisata dan peta.
- e. *Business Center*
Business center buka dari jam 07.00 sampai jam 23.00. *Business center* menyediakan *access internet* 24 jam, *photocopy*, *faxsimile*, *printing*, *packing* atau *wrapping*, *flight information*, *courier services* dan buku-buku atau majalah.
- f. Kolam Renang (*Swimming Pool*)
Kolam renang ini merupakan *outdoor swimming pool* karena berada diluar ruangan. Kolam renang yang beroperasi setiap hari mulai pukul 06.00 sampai dengan pukul 21.00 ini dilengkapi dengan fasilitas *pool bar* yang melayani minuman dan makanan ringan.
- g. *Aroma Spa (Health & Beauty)*
Spa merupakan terapi pijat yang sangat membantu tamu karena dapat mengurangi ketegangan, melancarkan sirkulasi darah dan menghilangkan rasa nyeri, buka dari jam 10.00 sampai jam 23.00 setiap harinya. Dilengkapi dengan peralatan *Spa* dan berbagai macam perawatan tubuh, perawatan wajah, perawatan *manicure pedicure* serta lulur untuk seluruh tubuh.
- h. *Fish Spa*
Fish spa merupakan relaksasi dan *detoksifikasi* memperlancar peredaran darah, buka dari jam 08.00 sampai jam 20.00.
- i. *Outbound Activity*
Sebuah aktifitas diluar ruangan yang penuh tantangan, mendidik & menghibur. Diantaranya: *Flying*

Fox, Squirrel Jump, zigzag bridge, two line, hanging monkey, sky walk, bosun bridge, nap kuskus, rappelling. Dibuka untuk umum setiap hari Sabtu–Minggu serta hari libur nasional jam 08.00-16.00.

Jam Kerja Front Office Department

Staf *Front Office* harus selalu siap untuk bekerja dalam *shift* yang

berlainan. Pada umumnya *shift* tersebut adalah:

1. *Morning shift* : 07.00-15.00
2. *Evening shift* : 15.00-23.00
3. *Night shift* : 23.00-07.00

Kadang juga terdapat *shift* yang di tengah atau *middle shift*. *Middle shift* tersebut dapat membantu *shift* pagi dan *shift* sore.

Hasil Wawancara Dengan GRO

Tabel 2. Data Wawancara dengan Karyawan Guest Relation Officer (GRO)

| No | PERTANYAAN | JAWABAN |
|----|---|---|
| 1 | Apa yang dilakukan GRO dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap kepuasan tamu di <i>Front Office Department</i> ? | Menguasai <i>product knowledge</i> hotel maupun lingkungan sekitar hotel, memperhatikan sikap dan <i>performance</i> saat berhadapan dengan tamu, memperdalam kemampuan berkomunikasi, mempertajam daya ingat nama tamu, serta menguasai bagaimana <i>handling complaint</i> yang baik. |
| 2 | Apakah Performance GRO sudah sesuai standart <i>grooming</i> ? | Ya sudah, karena <i>performance</i> itu berasal dari <i>personal grooming</i> diantaranya dari wajah, tubuh dan rambut harus bersih dan rapi, serta seragam dan pelengkap sebagian dari etika berpakaian. |
| 3 | Perluakah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan? | Ya, selain menambah pengetahuan dan keterampilan, kita juga bisa dijadikan tolak ukur untuk mengetahui apa saja yang telah kita ketahui tentang hotel. |
| 4 | Pernahkah GRO sering mendapatkan <i>complaint</i> dari tamu? | Pernah, GRO selalu mendapatkan <i>complaint</i> dari tamu, disebabkan karena pelayanan yang kurang memuaskan, kurang baik/fasilitas yang kurang memadai. GRO harus menanggapi dan menerima keluhan itu dengan baik, jujur dan wajar atas kekurangan tersebut. |
| 5 | Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan GRO yang memuaskan? | Pernah, karena tamu adalah raja, GRO harus memberikan perhatian terhadap kebutuhan tamu. Jadi apa yang diinginkan oleh tamu harus terpenuhi. |
| 6 | Perluakah selalu diadakan <i>briefing</i> setelah selesai operasional? | Ya, ini sangat penting, selain untuk mengetahui info <i>terupdate</i> juga sebagai tempat dimana kita bisa <i>mengoverhandling</i> sesuatu yang harus di <i>follow up</i> oleh staf yang selanjutnya. |
| 7 | Materi pelatihan apa saja yang pernah diberikan pada GRO? | <i>Telephone courtesy, menu knowledge, SOP, language course, handling complaint, guest oriented</i> |
| 8 | Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja GRO dalam bekerja? | Ya, tentu saja GRO harus bisa sikap disiplin dalam bekerja dan juga mengerti <i>job desknya</i> . |
| 9 | Pelatihan dapat membantu GRO dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik? | Ya dapat membantu, karena dengan adanya berbagai pelatihan, GRO dapat meningkatkan keterampilan lebih dalam memberikan pelayanan informasi. |

| | | |
|----|---|---|
| 10 | Apabila <i>GRO</i> selalu ada teguran dari pihak manajemen dalam melakukan kesalahan? | Ya ada, karena faktor ini sangat mendukung sekali. Dengan adanya teguran dari manajemen, seorang <i>GRO</i> tidak akan mengulang kembali kesalahannya. |
| 11 | Apa dalam standar kerja <i>GRO</i> sudah sesuai dengan <i>SOP</i> ? | Ya sudah, <i>GRO</i> dalam melaksanakan tugasnya secara maksimal sudah sesuai dengan <i>SOP</i> , dan untuk menguasai <i>product knowledge</i> nya sudah baik. Selain itu <i>GRO</i> harus rajin mengikuti program pelatihan yang diberikan oleh pihak manajemen. |

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 2 diatas tentang hasil wawancara dengan *GRO* dapat dijabarkan bahwa pertanyaan pertama tentang usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap tingkat kepuasan tamu di *Front Office Department*, mengatakan “bahwa usaha yang dilakukan *GRO* adalah dengan cara menguasai *product knowledge* hotel maupun lingkungan sekitar hotel, memperhatikan sikap dan *performance* saat berhadapan dengan tamu, memperdalam kemampuan berkomunikasi, mempertajam daya ingat nama tamu, serta menguasai bagaimana *handling complaint* yang baik”. Pertanyaan kedua tentang *performance* karyawan *GRO* sudah sesuai standar *grooming* mengatakan “ya sudah, karena *performance* itu berasal dari *personal grooming* diantaranya dari wajah, tubuh dan rambut harus rapih dan bersih, serta seragam dan pelengkap sebagian dari etika berpakaian”.

Pertanyaan ketiga tentang perlukah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan mengatakan “ya, selain menambah pengetahuan, kita juga bisa dijadikan tolak ukur untuk mengetahui apa saja yang telah kita ketahui tentang hotel”. Pertanyaan keempat tentang pernahkah karyawan *GRO* sering mendapatkan *complaint* dari tamu mengatakan “pernah, *GRO* selalu mendapatkan *complaint* dari tamu

disebabkan karena pelayanan yang kurang memuaskan dan kurangnya fasilitas yang memadai. *GRO* harus menanggapi dan menerima keluhan itu dengan baik, jujur dan wajar atas kekurangan tersebut”. Pertanyaan kelima tentang pernahkah tamu memuji pelayanan *GRO* yang memuaskan mengatakan “pernah, karena tamu adalah raja dan *GRO* harus memberikan perhatian terhadap kebutuhan tamu, jadi apa yang diinginkan oleh tamu harus terpenuhi”. Pertanyaan keenam tentang perlukah selalu diadakan *briefing* setelah selesai operasional mengatakan “sangat penting, selain untuk mengetahui info *terupdate* juga sebagai tempat dimana kita bisa mengover *handling* tentang sesuatu yang harus di *follow up* oleh staf yang selanjutnya”. Pertanyaan ketujuh tentang materi pelatihan apa saja yang pernah diberikan pada *GRO* diantaranya “*telephone courtersy, SOP, menu knowledge, language course, handling complaint, guest oriented*”. Pertanyaan kedelapan tentang perlukah menjunjung tinggi disiplin kerja *GRO* dalam bekerja mengatakan “ya tentu saja, *GRO* harus bisa sikap disiplin dalam bekerja dan mengerti *job desknya*”. Pertanyaan kesembilan tentang apakah pelatihan dapat membantu *GRO* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik mengatakan “ya dapat membantu, karena dengan adanya berbagai pelatihan, *GRO* dapat meningkatkan keterampilan lebih dalam memberikan pelayanan informasi”. Pertanyaan

kesepuluh tentang apakah *GRO* selalu ada teguran dari pihak manajemen dalam melakukan kesalahan mengatakan “ya ada, karena faktor ini sangat mendukung sekali, dengan adanya teguran dari manajemen *GRO* tidak akan mengulang kembali kesalahannya”. Pertanyaan terakhir tentang bagaimana standar kerja *GRO* apakah sudah sesuai

dengan *SOP* mengatakan “ya sudah, *GRO* dalam melaksanakan tugasnya secara maksimal sudah sesuai dengan *SOP* dan untuk menguasai *product knowledgenya* sudah baik. Selain itu *GRO* harus rajin mengikuti program pelatihan yang diberikan oleh pihak manajemen

Hasil Wawancara dengan Manajemen SDM

Tabel 3. Data Wawancara dengan Manajemen SDM

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|--|--|
| 1 | Apakah perlu ada tindakan dari manajemen SDM dalam mendukung usaha <i>GRO</i> terhadap peningkatan kualitas pelayanan informasi? | Ya, karena untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus penguasaan <i>product knowledge</i> secara maksimal. |
| 2 | Apa saja yang dilakukan oleh manajemen SDM untuk mendukung usaha <i>GRO</i> dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi? | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Induction and Orientation Training</i> 2. <i>Personal Presentation</i> 3. <i>Telephone Courtesy</i> 4. <i>Safety Induction</i> 5. <i>Language Course</i> 6. <i>Handling Complaint</i> 7. <i>Menu Knowledge</i> 8. <i>Guest Oriented</i> |
| 3 | Apakah program pelatihan yang dilakukan oleh manajemen SDM dilakukan secara berkala? | Iya, kegiatan pelatihan dilakukan secara berkala, ada yang setiap bulan, setiap tiga bulan, sesuai dengan kebutuhan. |
| 4 | Siapa saja peserta pelatihan yang diberikan oleh manajemen SDM? | Wajib diikuti oleh semua staf <i>GRO</i> |
| 5 | Apakah ada teguran apabila <i>GRO</i> melakukan kesalahan? | Ya, karena dengan adanya teguran, <i>GRO</i> tidak akan mengulang kembali kesalahannya dan akan menjadi lebih baik dan hati-hati dalam bekerja. |
| 6 | Apakah ada evaluasi dari pelatihan yang diberikan? | Ya, untuk meningkatkan kualitas kinerja <i>GRO</i> itu sendiri dan seorang <i>GRO</i> bisa melihat sampai di mana kemampuan yang dimiliki. |

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 3 tentang tanggapan usaha manajemen SDM dalam mendukung *GRO* untuk

meningkatkan kualitas pelayanan informasi, pertanyaan pertama tentang perlu tidaknya diadakan tindakan dari

manajemen SDM dalam mendukung usaha GRO terhadap peningkatan kualitas pelayanan informasi, personalia mengatakan “Ya” untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus penguasaan *product knowledge* secara maksimal. Pertanyaan kedua mengenai apa saja yang dilakukan manajemen SDM untuk mendukung usaha GRO dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap kepuasan tamu, personalia mengatakan “kegiatan yang dilakukan antara lain: *induction and orientation training, personal presentation, telephone courtesy, safety induction, language course, handling complaint, menu knowledge, guest oriented*”. Pertanyaan ketiga mengenai program pelatihan yang dilakukan oleh manajemen SDM secara berkala, personalia mengatakan “Ya”. Program pelatihan *telephone courtesy* dilakukan 2x dalam tiga bulan. *Telephone courtesy* ini adalah tata cara etika bertelepon dari internal maupun eksternal di dalam hotel. *Personal presentation* dilakukan 1x dalam satu bulan. *Personal presentation* merupakan pembawaan diri sendiri terhadap etika yang baik dalam bekerja, misal sikap kita dalam mengatasi kendala bekerja. *Safety induction* 2x dalam satu tahun, yaitu tata cara keamanan yang ada di hotel.

Orientation training 1x dalam satu bulan, merupakan orientasi pelatihan yang diadakan pihak manajemen untuk memberikan materi pelatihan kepada semua karyawan yang wajib diikuti. *Handling Complaint* 1x dalam dua bulan, merupakan tata cara menangani berbagai keluhan atau permasalahan pada tamu. *Language Course* 2x dalam satu bulan, merupakan kursus bahasa asing (Japan, English, Mandarin) untuk kelancaran berkomunikasi dengan orang asing. Pertanyaan keempat mengenai peserta pelatihan yang diadakan oleh manajemen SDM, personalia mengatakan “pelatihan ini wajib ikuti oleh seluruh staf maupun manajer GRO”. Pertanyaan kelima mengenai memberikan teguran apabila GRO melakukan kesalahan dari personalia mengatakan “Ya”, alasannya karena dengan adanya teguran, GRO tidak akan mengulang kembali kesalahannya dan akan menjadi lebih baik dan hati-hati dalam bekerja. Pertanyaan keenam mengenai mengevaluasi hasil pelatihan, personalia, mengatakan “Ya”, alasannya adalah untuk meningkatkan kualitas kinerja GRO dan GRO bisa melihat sampai di mana kemampuan yang dimiliki.

Hasil Rekapitulasi Kuesioner Terhadap Tamu yang Berkunjung di Plaza Hotel

1. Demografi Tamu

Tabel 4. Data Demografi Tamu

| No | Nama Tamu | Jenis Kelamin | Usia |
|----|-----------------------|---------------|----------|
| 1 | Samuel Sukmandi | Pria | 25 tahun |
| 2 | Febe Heksi | Pria | 23 tahun |
| 3 | Yuki Omomo | Pria | 28 tahun |
| 4 | Dicky Tirtawinata | Pria | 35 tahun |
| 5 | I Gede Putu Eka Putra | Pria | 37 tahun |
| 6 | Sri Catharina | Wanita | 20 tahun |
| 7 | Astri Handayani | Wanita | 17 tahun |
| 8 | Maya Dhamayanti | Wanita | 25 tahun |
| 9 | Eny Srimulyani | Wanita | 28 tahun |

| | | | |
|----|-----------------------------------|--------|----------|
| 10 | Koichi Kaneko | Pria | 30 tahun |
| 11 | Vinothkumar Velayutham | Pria | 34 tahun |
| 12 | Hirofumi Misumi | Pria | 29 tahun |
| 13 | Bernhard Frey | Pria | 40 tahun |
| 14 | Akira Ichikawa | Pria | 27 tahun |
| 15 | Liu Ruiping | Wanita | 31 tahun |
| 16 | Teguh Nugroho | Pria | 20 tahun |
| 17 | Yuswa Slamet | Pria | 18 tahun |
| 18 | Hideyuki Yamamitsu | Pria | 27 tahun |
| 19 | Mikuchi Tatsuhito | Pria | 24 tahun |
| 20 | Hiroyuki Suzuki | Pria | 36 tahun |
| 21 | Ananta Saisankar Pattnaik | Pria | 42 tahun |
| 22 | Ignatius Valantin Mariadoss | Pria | 38 tahun |
| 23 | Nishida Keisuke | Pria | 29 tahun |
| 24 | Kallianna Gounder Bathmanathan | Pria | 44 tahun |
| 25 | Sun Xi Wang | Pria | 27 tahun |
| 26 | Arjun Vengataramani | Pria | 28 tahun |
| 27 | Shigeru Nakamura | Pria | 25 tahun |
| 28 | Kwong Elaine | Wanita | 24 tahun |
| 29 | Sherry Chew | Wanita | 35 tahun |
| 30 | Takao Hirabayashi | Pria | 51 tahun |
| 31 | Atsushi Iwaki | Pria | 28 tahun |
| 32 | Purwanti | Wanita | 29 tahun |
| 33 | Sumarsono | Pria | 47 tahun |
| 34 | Michael Agus Budi | Pria | 38 tahun |
| 35 | Hendro Pribadi | Pria | 45 tahun |
| 36 | Tien Sedyoko | Pria | 50 tahun |
| 37 | Handoyo | Pria | 33 tahun |
| 38 | Vania | Wanita | 17 tahun |
| 39 | Eko Priyanto | Pria | 28 tahun |
| 40 | Maya Adriani | Wanita | 20 tahun |
| 41 | Okky Indah Harizak | Wanita | 22 tahun |
| 42 | Akbar Maulana Putra | Pria | 36 tahun |
| 43 | Cindy | Wanita | 18 tahun |
| 44 | Rahmawati | Wanita | 30 tahun |
| 45 | Naila | Wanita | 22 tahun |
| 46 | Akbar Sandi | Pria | 28 tahun |
| 47 | obby Mesa | Pria | 15 tahun |
| 48 | Agung Setio Dwi Bowo | Pria | 18 tahun |
| 49 | Lis Indrayanti | Wanita | 46 tahun |
| 50 | Eggi Vitalota | Wanita | 20 tahun |

Sumber: Data Diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4 diatas tentang data demografi tamu sebanyak 50 responden, rata-rata tamu yang datang ke Plaza hotel berusia dari 20-50, diantaranya wanita dan pria. Mereka berasal bukan dari Indonesia saja, tetapi banyak dari berbagai macam-macam negara asing, diantaranya dari negara USA, Japan, German, Cina, Eropa, Italia, Australia, India, Thailand dan Belanda. Rata-rata dari mereka berusia

produktif di atas 25 tahun, di manatamu yang berusia 26-35 tahun bekerja di daerah Kawasan Industri yang berdekatan dengan Plaza hotel dan mempunyai bisnis disekitar Plaza Hotel, misalnya seperti perusahaan Honda, Hino, Nissan, Morry, PT. Indofood, Bekaert, Nestle, Prysmian dan lain-lain. Rata-rata tamu yang berkunjung ke Plaza Hotel dari 50 responden, sebanyak wanita 32% dan pria 68%.

2. Kuesioner Tamu

Tabel 5. Tanggapan Tamu Mengenai Kualitas Pelayanan GRON = 50

| No | Pertanyaan | Sangat baik | | Baik | | Cukup | | Kurang | | Total | |
|----|--|-------------|-----|------|-----|-------|-----|--------|-----|-------|-----|
| | | n | % | n | % | n | % | N | % | N | % |
| 1 | Sikap <i>GRO</i> dalam bekerja | 10 | 20% | 35 | 70% | 5 | 10% | 0 | 0% | 50 | 100 |
| 2 | Kemampuan <i>GRO</i> dalam berkomunikasi | 15 | 30% | 25 | 50% | 10 | 20% | 0 | 0% | 50 | 100 |
| 3 | <i>Performance GRO</i> dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi | 13 | 26% | 19 | 38% | 18 | 36% | 0 | 0% | 50 | 100 |
| 4 | Penanganan <i>complaint</i> tamu | 3 | 6% | 17 | 34% | 23 | 46% | 7 | 14% | 50 | 100 |
| 5 | Perhatian <i>GRO</i> kepada kebutuhan tamu | 6 | 12% | 22 | 44% | 21 | 42% | 1 | 2% | 50 | 100 |
| 6 | Daya ingat <i>GRO</i> terhadap nama tamu | 2 | 4% | 13 | 26% | 22 | 44% | 13 | 26% | 50 | 100 |
| 7 | Pemberian saran informasi <i>GRO</i> kepada tamu | 5 | 10% | 21 | 42% | 23 | 46% | 1 | 2% | 50 | 100 |
| 8 | <i>GRO</i> dalam memberikan pelayanan informasi kepada tamu | 7 | 14% | 23 | 46% | 20 | 40% | 0 | 0% | 50 | 100 |
| 9 | Disiplin kerja <i>GRO</i> dalam bekerja | 2 | 4% | 33 | 66% | 15 | 30% | 0 | 0% | 50 | 100 |
| 10 | Standar kerja <i>GRO</i> sesuai dengan SOP | 1 | 2% | 30 | 60% | 19 | 38% | 0 | 0% | 50 | 100 |

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel diatas tentang tanggapan tamu mengenai kualitas pelayanan *GRO* di Plaza Hotel, penulis menganalisis aspek pelayanan yang dinilai oleh tamu. Penilaian tentang sikap *GRO* dalam bekerja, 10 (20%) responden menyatakan sangat baik, 35 (70%) responden menyatakan baik, dan 5 (10%) responden menyatakan cukup. Penilaian tentang kemampuan *GRO* dalam berkomunikasi, 15 (30%) responden menyatakan sangat baik, 25 (50%) responden menyatakan baik, dan 10 (20%) responden menyatakan cukup. Penilaian tamu tentang *performance GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi, 13 (26%) responden menyatakan sangat baik, 19 (38%) responden menyatakan baik, sedangkan 18 (36%) responden menyatakan cukup.

Penilaian tamu tentang penanganan *complaint*, 3 (6%) responden menyatakan sangat baik, 17 (34%) responden menyatakan baik, 23 (46%) responden menyatakan cukup, dan 7 (14%) responden menyatakan kurang. Penilaian tamu tentang perhatian *GRO* terhadap kebutuhan tamu, 6 (12%) responden menyatakan sangat baik, 22 (44%) responden menyatakan baik, 21 (42%) responden menyatakan cukup, dan 1 (2%) responden menyatakan kurang. Penilaian tamu tentang daya ingat *GRO* dalam mengingat nama tamu, 2 (4%) responden menyatakan sangat baik, 13 (26%) responden menyatakan baik, 22 (44%) responden menyatakan cukup, dan 13 (26%) responden menyatakan kurang. Penilaian tamu tentang pemberian saran informasi *GRO* kepada tamu, 5 (10%) responden menyatakan sangat baik, 21 (42%) responden menyatakan baik, 23 (46%) responden menyatakan cukup, dan 1 (2%) responden menyatakan kurang.

Penilaian tamu tentang *GRO* dalam memberikan pelayanan informasi kepada tamu, 7 (14%) responden menyatakan sangat baik, 23 (46%) responden menyatakan baik, dan 20 (40%) responden menyatakan cukup. Penilaian tamu tentang disiplin kerja *GRO* dalam bekerja, 2 (4%) responden menyatakan sangat baik, 33 (66%) responden menyatakan baik, dan 15 (30%) responden menyatakan cukup. Penilaian tamu tentang standar kerja *GRO* sesuai dengan *SOP*, 1 (2%) responden menyatakan sangat baik, 30 (60%) responden menyatakan baik, dan 19 (38%) responden menyatakan cukup.

Implikasi Hasil Penelitian

1. Usaha *GRO* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap Tamu
Dalam penelitian ini dapat diketahui bagaimana usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap tingkat kepuasan tamu. Tamu dapat melihat bagaimana *GRO* bekerja seperti: sikap *GRO* dalam bekerja, kemampuan *GRO* dalam berkomunikasi dengan tamu, cara menangani keluhan tamu, bagaimana daya ingat nama tamu, *performance GRO* dalam melayani tamu, dan pelayanan informasi *GRO* kepada tamu. Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa tamu mendapatkan banyak manfaat dari *GRO* dalam memberikan pelayanan informasi sehingga tamu merasa puas.
2. Tindakan Manajemen SDM dalam Mendukung Usaha *GRO* terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Informasi
Dalam meningkatkan kualitas pelayanan *GRO* dalam bekerja, manajemen SDM harus mengadakan program pelatihan bagi *GRO* untuk meningkatkan kualitas pelayanan

sekaligus penguasaan *product knowledge secara* maksimal, antara lain: *induction and orientation training, personal presentation, telephone courtesy, safety induction, language course, handling complaint, menu knowledge, dan guest oriented.* Dengan diadakannya pelatihan tersebut, manajemen SDM dapat menganalisis atau mengevaluasi kinerja *GRO* yang dimilikinya.

3. Peran Serta Manajemen SDM dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan *GRO* terhadap Kepuasan Tamu
Peran serta manajemen SDM terhadap kualitas pelayanan *GRO* sangat penting. Dengan adanya peran manajemen SDM dapat diketahui kelemahan dan kelebihan *GRO* dalam catatan kesalahan *GRO*, dan pengaruh kualitas pelayanan *GRO* bisa dilihat dari tamu yang pernah menginap, mereka datang kembali ke hotel dan tidak adanya *complaint*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi di *Front Office Department* adalah dengan memperhatikan sikap dalam melayani tamu sehingga tamu merasa puas atas pelayanan yang diberikan, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga dapat meminimalkan *complaint* dari tamu, memiliki kemampuan dalam menangani *complaint* dari tamu sehingga tamu merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Sedangkan berdasarkan analisis mengenai tanggapan tamu mengenai kualitas pelayanan *GRO* dinilai masih kurang, terutama untuk penilaian penanganan

complaint tamu sebanyak 23 (46%) menyatakan cukup dan 7 (14%) menyatakan kurang disebabkan karena pelayanan yang kurang memuaskan. Daya ingat *GRO* terhadap nama tamu sebanyak 22 (44%) menyatakan cukup dan 13 (26%) menyatakan kurang dikarenakan *GRO* jarang mengingat nama tamu yang sering datang ke *Front Office*.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai dukungan manajemen SDM dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan informasi *GRO* dengan memberikan pelatihan khusus dengan jangka waktu yang berbeda antara lain: *induction and orientation training, personal presentation, telephone courtesy, safety induction, language course, handling complaint, menu knowledge, guest oriented.*
3. Dalam penelitian ini peran serta manajemen SDM dalam meningkatkan kualitas pelayanan *GRO* sangatlah penting. Peran manajemen SDM tersebut terhadap *GRO* dapat mengevaluasi kinerja *GRO* dalam bekerja sehingga dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan. Manajemen SDM juga berperan dalam mencatat kesalahan yang dilakukan oleh *GRO* sehingga kedepannya dapat diperbaiki kesalahan tersebut oleh manajemen maupun *GRO* sendiri. Manajemen SDM juga berperan serta dalam memberikan fasilitas pelatihan sehingga semua program pelatihan dapat berjalan dengan baik.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan melalui penelitian ini antara lain:

1. Usaha *GRO* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi sebagai penunjang kepuasan tamu perlu ditingkatkan lagi, dengan menguasai *product knowledge* hotel maupun lingkungan sekitar hotel, memperhatikan sikap dan *performance* saat berhadapan dengan tamu, dan memperdalam kemampuan berkomunikasi. Dari analisis daya ingat *GRO* terhadap nama tamu sebanyak 13 (26%) responden mengatakan kurang, karena *GRO* harus membuat catatan kecil setiap hari untuk menghafalkan nama tamu tersebut sedikit demi sedikit. Penanganan *complaint* tamu sebanyak 7 (14%) responden mengatakan kurang, karena dalam menangani *complaint* tamu untuk *GRO* masih kurang memberikan solusi yang tepat.
2. Untuk dukungan dari manajemen SDM dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi *GRO* adalah mengadakan program pelatihan secara teratur sehingga dapat mengetahui kinerja *GRO*, penguasaan *product knowledge* dan berbagai keterampilan untuk mewujudkan kualitas SDM yang tepat dan memenuhi syarat.
3. Untuk peran serta manajemen SDM terhadap kepuasan tamu yaitu menjalin kerjasama yang baik antara departemen yang bersangkutan demi tercapainya tingkat hunian yang tinggi dan tingkat kepuasan tamu yang tinggi untuk terjalinnya komunikasi yang baik. Selain itu peran manajemen diharapkan bersikap lebih tegas terhadap *GRO* yang melakukan kesalahan berulang kali, dan melakukan tes untuk menguji sejauh mana *GRO* menguasai *product knowledge* dan

SOP, sebagai kunci kesuksesan dalam memberikan pelayanan kepada tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Rahmasari, 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Balai Pendidikan dan Latihan Pariwisata Bandung, 1982. *Front Office*. Bandung
- Henry Fayol, 2003. *Hospitality Management*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Irawan Soehartono, 1998. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Kotler, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Nursya 'Bani Purnama, 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Ekonomi UII Yogyakarta
- Oka, A. Yoekti, 1999. *Hotel Customer Service*. Jakarta: PT. Pertja
- Richard Sihite, 2000. *Tourism Industry*. Surabaya: SIC
- Sarwoto, 1986. *Dasar-dasar Organisasi Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sugiarto, 2000. *Psikologi Pelayanan dan Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Sugiarto, Endar. 1999. *Operasional Kantor Depan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Hajimas Agung
- Vallen, 1985. *Check in-Check out. Principles of Effective Front Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Vincent Gaspersz, 2002. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Zulian Yamit, 2005. *Manajemen
Kualitas Produk & Jasa*. Jakarta:
PT. Gramedia Pustaka