

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Guest Relation Officer* Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel JW Marriott Surabaya

Febrian Yunila¹, Kris Cahyani Ermawati², Titik Akiriningsih³

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

²Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

³Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

ABSTRAK

This research is about the service quality of guest relation officers at JW Marriott Hotel Surabaya. This study aims to determine the quality of service provided to guests and its effect on guest satisfaction at the JW Marriott Surabaya hotel. This research is presented in a qualitative descriptive manner with primary and secondary data sources, this study uses data collection techniques through interviews, observation, documentation, and literature study. The total population is 10 front office department staff, and the sample is 4 staff guest relations officers. This study aims to determine the problems and desires of guests at the JW Marriott Hotel Surabaya. The result that can be taken is that the quality of service provided by the Guest Relations Officer at the JW Marriott Hotel Surabaya to guests is very good and according to the procedure so that it can effectively affect the level of guest satisfaction, with the conclusion that good service is carried out so that guest satisfaction can be met.

Kata kunci: *Service Quality, Guest Relations Officer, Guest Satisfaction*

LATAR BELAKANG MASALAH

Kualitas pelayanan mempunyai peran yang penting dalam mendukung keberhasilan bisnis perhotelan. Kualitas pelayanan yang baik adalah sesuatu hal yang selalu diharapkan oleh setiap tamu. Untuk dapat mempertahankan kualitas di tengah persaingan yang ketat, hotel berlomba-lomba menawarkan paket hotel mulai dari makanan hingga fasilitas di sekitar hotel yang dapat menarik minat tamu.

Salah satu departemen yang berkontribusi besar dalam melayani tamu adalah departemen *Front office*. Departemen *Front office* adalah *the first and the last impression for guest*, itu berarti *Front office* harus menciptakan kesan yang baik dan meninggalkan kesan yang baik saat tamu berada di hotel. Departemen *Front office* terdiri

dari beberapa *section* diantaranya, adalah *Guest Relation Officer (GRO)*. Salah satu tugas dari seorang *Guest Relation Officer (GRO)* adalah harus selalu melakukan yang terbaik, memberikan keramahan terhadap semua tamu yang ada di hotel. Tidak hanya selama tamu tinggal (*during stay*) bahkan saat tamu sudah lama *check out* seorang *Guest Relation Officer (GRO)* harus tetap memastikan berkomunikasi dengan tamu tersebut, dan memastikan bahwa tamu tersebut masih memiliki *memory* selama tinggal di hotel tersebut.

Mengingat pentingnya peran serta tugas *Guest Relation Officer (GRO)* di hotel terhadap tamu, maka seorang *Guest Relation Officer (GRO)* harus memperhatikan setiap masukan, *complaint*, saran, komentar, serta kritik dari tamu agar dapat menjadi bahan evaluasi,

inovasi, media komunikasi, dan dasar perencanaan untuk tamu dengan tujuankepuasan tamu. Hal tersebut bisa diperoleh seorang *Guest Relation Officer (GRO)* dari berbagai media baik *guest comment list*, *website* resmi hotel, atau dari situs *booking* hotel *online*, bahkan saat bertanya langsung atau berkomunikasi langsung dengan tamu. Dariuraian di atas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Guest Relation Officer* terhadap Kepuasan Tamu di Hotel JW MarriottSurabaya”**.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriot Surabaya?
2. Dampak dari kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* terhadap kepuasan tamu di Hotel JW Marriot Surabaya?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriot Surabaya.
2. Untuk mengetahui dampak dari kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* terhadap kepuasan tamu di Hotel JW Marriot Surabaya.

LANDASAN TEORI *Guest Relation Officer*

Section ini merupakan salah satu section di *Front Office Department* yang tugasnya adalah menyambut tamu hotel terutama tamu penting (*VIP*) serta sebagai penghubung antara tamu dengan pihak hotel (Darsono,2001).*Guest Relation Officer* berperan penting dalam melayani tamu di Hotel JW Marriot Surabaya, selain merangkap sebagai *Resepionist* dan *Cashier*, mereka juga mempunyai tugas tambahan dalam melayani permintaan tamu. Di

Hotel JW Marriott Surabaya sendiri *VIP* guest dibagi menjadi *VIP 1* presiden/*embassy*, *VIP 2* owner / head of company, *VIP 3* decision maker / kedokteran, *VIP 4* Marriott member (*silver<MI>*, *gold<XI>*, *platinum <P6>*, *titanium <X4>*, *ambassador elite bonvoy <X5>*), *VIP 5 repeater* atau tamu yang menginap lebih dari 14 hari (*long stay guest*). Dari masing-masing tingkatan *VIP* dan *membership* Marriott terdapat macam-macam *benefit* pula di setiap bagian-bagiannya. Setiap harinya ada kategori tamu *VIP*, baik dari *arrival* (kedatangan), tamu *in house* (tamu tinggal) ataupun *departure* (keberangkatan) pada hari itu.

Kualitas Pelayanan *Guest Relation Officer*

Kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, (Tjiptono, 2005). Kualitas pelayanan adalah keberhasilan pelayanan yang didapat melalui kepuasan pelanggan yang diberikan melalui tindakan. (Tjiptono, 2004) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu konsep yang terdiri dari lima dimensi:

- a. *Reliability* (kehandalan)
Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara cepat semenjak saat pertama (*right at the first time*). Selain itu berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. (Anwar, 2011) mengatakan bahwa *reliability* sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, kejelasan, konsistensi, kestabilan, yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok dan subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama.
- b. *Assurance* (jaminan/kepastian)

Hal ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para *staff*, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten yang artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing.

Dimensi ini terdiri dari 4 hal berikut ini:

1. *Competency*, yaitu mencakup keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan optimal.
 2. *Courtesy* (kesopansantunan), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
 3. *Credibility*, perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran.
 4. *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
- c. *Empathy* (empati)
Adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak memberedakan status social pelanggan dalam memberikan pelayanan (Pasuraman, 2001:40).
- d. *Tangibles*
Menurut Tjiptono, (2012: 175) berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber

daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Pengertian bukti fisik dalam kualitas pelayanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 32).

- e. *Responsiveness* (daya tanggap)

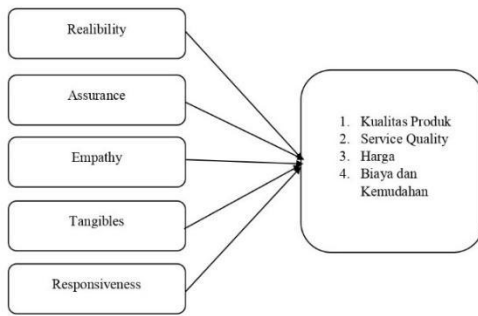
Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memperoleh definisi yang tepat dan segera mengenai pelanggan. Dimensi ketanggapan ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanannya tepat pada waktunya. Dimensi ini berkaitan dengan keinginan atau kesiapan pekerja untuk melayani.

Kepuasan Tamu di Hotel JW Marriot Surabaya

Menurut (Irawan, 2009) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain.

KERANGKA BERFIKIR

Dalam penelitian ini, penulis tertarik terhadap kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* yang diberikan apakah berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Hotel JW Marriott Surabaya. Berikut susunan kerangka berfikirnya:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa unsur-unsur peran kerja variable “X” (Kualitas Pelayanan Guest Relation Officer) meliputi realibility (X1), assurance (X2), empathy (X3), tangible (X4), responsiveness (X5). Kelima unsur tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen “Y” (Kepuasan Tamu) meliputi kualitas produk (Y1), *service quality* (Y2), harga (Y3), biaya dan kemudahan (Y4).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Data kualitatif berwujud uraian terinci, kutipan langsung, dan dokumen kasus atau berupa data kalimat yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen lain yang bisa mendukung. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah di mana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005).

Tempat dan Objek Penelitian

Proses penelitian ini dilakukan di Hotel JW Marriott Surabaya. Terletak di Jalan Embong Malang nomor 85-89, Kedungdoro, Kec. Tegalsari, Kota Surabaya, Jawa Timur 602661. Sebagai objek penelitian ini adalah karyawan pada *department Front office* pada divisi *Guest Relation Officer (GRO)*.

Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian, yang padanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Objek ini disebut dengan satuan analisis. Satuan analisis ini memiliki kesamaan perilaku atau karakteristik yang ingin diteliti. (Arikunto:2013)

Dari data tersebut yang akan dijadikan populasi adalah *staff department Frontoffice* Hotel JW Marriott Surabaya yang terletak di Jalan Embong Malang Nomor 85-89, Kedungdoro, Kec. Tegalsari, Kota Surabaya dengan jumlah 10 orang.

Sampel

Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (*subset*) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apapun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi.

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang digunakan maka didapat subyek penelitian sebagai berikut:

1. Narasumber yang dijadikan sampel adalah *staff Guest Relation Officer* dan *Guest Relation Officer Supervisor*.
2. Peneliti menggunakan *purposive sampling* yaitu sampel yang diambil dari narasumber *staff guest relation* sendiri yang berjumlah 3 *staff* dan 1 *Guest Relation Officer Supervisor*, yaitu Neny Tri Wahyuni dan Puput Rahayu, dan Winda Pramesti sebagai *staff Guest Relation Officer*, serta Andyta Asavita selaku *Guest Relation Officer Supervisor*.

SUMBER DATA

Data Primer

Dalam menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan adalah wawancara langsung kepada *staff* dan *Supervisor Guest Relation Officer* Hotel JW Marriott Surabaya guna mengetahui kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* terhadap kepuasan tamu.

Data Sekunder

Sugiyono (2014:224) mengatakan data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain atau melalui perantara lain yang berkaitan dengan penelitian yang berupa hasil *guest voice / guest comment* yang telah didapat selama beberapa bulan terakhir, serta dengan cara difoto dan wawancara menggunakan media *google form*, dan peneliti juga mencari referensi-referensi dari buku- buku dan internet yang menunjang penelitian ini.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

A. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi penelitian di Hotel JW Marriott Surabaya.

B. Wawancara

Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah Neny Tri Wahyuni dan Puput Rahayu, dan Winda Pramesti sebagai *staff guest relation officer*, serta Andyta Asavita selaku *Guest Relation Officer Supervisor*.

C. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan di lapangan antara lain kegiatan wawancara, kondisi area observasi, dan beberapa tempat-tempat yang sering di datangi tamu. Sedangkan yang akan dijadikan dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto, dokumen-dokumen dari JW Marriott terkait dengan fasilitas hotel dan struktur organisasi, *guest comment* atau *guestvoice*.

D. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data yang diarahkan pada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung di dalam proses penulisan.

TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah mendapatkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data. Teknis analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Kualitas Pelayanan *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya

Berdasarkan sifat pelayanan yang dijabarkan oleh Andyta Maya Savita selaku *Supervisor Guest Relation Officer JW Marriott Surabaya*, pelayanan di Hotel JW Marriott Surabaya mempunyai sifat:

1. Pelayanan lebih bersifat emosional dan rasional, karena pelayanan bersifat *intangibile*, biasanya pelayanan tidak dinyatakan secara realistis namun cenderung dlebihkan atau dikurangi.
2. Bobot layanan tergantung pada harapan penerima, yang artinya pelayanan harus sesuai dengan komplementer penerima.
3. Tidak bisa diukur namun hanya bisa dirasakan efeknya oleh penerimalayanan.
4. Pelayanan dapat dijual tetapi tidak bisa dimiliki, tamu dapat membeli layanan namun tidak bisa dibawa pulang selain pada kesan dan pengalamannya.
5. Pelayanan tidak dapat dibuat sampelnya, untuk mendapat pelayanan seorang penerima layanan harus datang kepada pemberipelayanan.

Adapun karyawan yang diwawancarai mengenai 5 dimensi kualitas pelayanan diantaranya sebagai berikut: Andyta Maya Savita (*Supervisor*), Neny Tri Wahyuni (*staff GRO*), Puput Rahayu (*staff GRO*), Winda Pramesti (*staff GRO*).

a. Realibility

Menurut Andyta Maya Savita selaku *Guest Relation Officer Supervisor* mengatakan bahwa “keandalan *Guest Relation Officer* merupakan sikap yang penting dalam memberikan

pelayanan kepada tamu, sehingga dari hal itu dapat diukur konsistensi pelayanan *Guest Relation Officer* kepada tamu dengan menanyakan *feedback* dari tamu, dan *Guest Relation Officer* juga harus memiliki keterampilan *attention to detail* yaitu selalu memperhatikan hal hal sekecil apapun yang dibutuhkan tamu salah satunya dengan mengupdate *preference* tamu dari mulai hal yang disukai dan tidak disukai sehingga setiap tamu yang datang akan selalu diberikan pelayanan yang konsisten sesuai dengan permintaan tamu tanpa harus diminta terlebih dahulu”

Menurut Puput Rahayu selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan bahwa “kemampuan atau keandalan *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya sangat baik karena dituntut memiliki keterampilan yang teliti, cekatan, dan ramah. Serta *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya harus memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan cara memahami kebutuhan tamu dan keinginan tamu sesuai dengan *Standart Operational Prosedure* yang ada”.

Sedangkan Menurut Winda Pramesti selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “keterampilan yang harus dimiliki seorang *Guest Relation Officer* adalah kreatif, dan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tepat adalah dengan cara mengetahui *preference* dari tamu, sehingga dapat menghasilkan pelayanan yang baik”.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa seorang *Guest Relation Officer* harus memiliki keandalan yang dimaksud contohnya adalah teliti, cekatan, detail, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan, serta handal dalam berkomunikasi yang maksudnya seorang *Guest Relation Officer* dapat memahami kebutuhan tamu dan mengerti keinginan tamu, sehingga dapat saling memberi *feedback* dan setiap tamu yang datang akan selalu diberikan pelayanan yang konsisten sesuai dengan permintaan tamu hal ini dapat menciptakan kepuasan tamu.

b. Assurance

Menurut Winda Pramesti selaku *staff GRO* mengatakan “*Guest Relation Officer* memberikan jaminan rasa aman dengan cara memesatkan semua dalam keadaan *well prepared* sebelum tamu datang, dan selalu bersikap jujur dan mengatakan yang sebenarnya jika ada permintaan tamu yang belum bisa terpenuhi, selalu belajar mengenai *product knowledge*, dan harus ramah serta sopan ketika menghadapi permintaan tamu yang beraneka ragam”.

Menurut Neny Tri Wahyuni selaku *staff GRO* mengatakan “cara *guest relation* untuk memberikan rasa aman adalah dengan menjaga semua hal yang berhubungan dengan *privacy* tamu dan kenyamanan tamu selama menginap, bersikap ramah dan jujur dengan cara selalu menyambut tamu yang datang tanpa memandang status dan melayani keinginan tamu selagi memungkinkan untuk dilakukan dan selalu bersikap terbuka tanpa dengan menyalahi aturan, belajar *product knowledge* dan selalu memiliki rasa ingin tahu.”

Jadi dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya memberikan jaminan rasa aman kepada tamu dengan tidak memberikan informasi atau data pribadi tamu kepada orang lain atau secara sembarangan. *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya juga menjamin kepercayaan tamu dengan berlaku sopan dalam berbicara dan berperilaku, ramah, memiliki *product knowledge*, jujur dengan cara selalu menyambut tamu yang datang tanpa memandang status dan melayani keinginan tamu serta selalu bersikap terbuka tanpa dengan menyalahi aturan, belajar *product knowledge* dan selalu memiliki rasa ingin tahu, dengan begitu maka tamu akan merasa puas.

c. Empathy

Menurut pendapat Puput Rahayu selaku *staff GRO* mengatakan “cara *Guest Relation Officer* yang baik agar memiliki kemampuan berkomunikasi dengan tamu adalah dengan cara

memahami setiap tamu yang sesuai dengan kebutuhan tamu dan mengerjakannya, serta cara *guest relation* memberikan perhatian khusus yaitu dengan menghormati setiap tamu tanpa melihat penampilan”.

Menurut pendapat Andyta Maya Savitaselaku *supervisor GRO* “cara seorang *Guest Relation Officer* agar memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik adalah dengan cara selalu mendengarkan apa yang diaktakan tamu terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu, langkah yang dilakukan untuk memahami kebutuhan tamu adalah dengan selalu meletakkan pola pikir bawa *Guest Relation Officer* berada di posisi tamu sehingga bisa merasakan apa saja yang dibutuhkan dan diharapkan seorang tamu, selain itu *guest relation* juga memberikan perhatian khusus kepada tamu dengan selalu memberikan pelayanan bahwa semua tamu adalah *special*, bisa dimulai saat proses *check in* dengan mengenali tamu hingga *check out* dan menanyakan kapan tamu akan datangkembali”.

Menurut Neny Tri Wahyuni selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “agar dapat berkomunikasi dengan baik harus selalu melatih diri, dengan begitu seorang *Guest Relation Officer* dapat dengan mudah memahami kebutuhan tamu dengan cara memanfaatkan *guest preference form* untuk mengetahui dan menyiapkan kebutuhan sesuai keinginan tamu, *guest relation* juga memberikan perhatian khusus kepada tamu dengan cara menyiapkan *expected arrival elite member* sesuai permintaan dan melakukan *courtesy call* 15 menit setelah tamu *check in* untuk memastikan semua kebutuhan tamu *elite* telah terpenuhi.”

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa cara *Guest Relation Officer* di hotel JW Marriott Surabaya dapat berkomunikasi dengan baik adalah dengan cara selalu mendengarkan apa yang diaktakan tamu terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu, berusaha mengerti dan mengenali kebutuhan tamu, untuk memahami kebutuhan tamu adalah

dengan selalu meletakkan pola pikir bawa *guest relation officer* berada di posisi tamu sehingga bisa merasakan apa saja yang dibutuhkan dan diharapkan seorang tamu, selain itu *guest relation* juga memberikan perhatian khusus kepada tamu dengan selalu memberikan pelayanan dan memposisikan bahwa semua tamu adalah *special*.

d. Tangible

Menurut Adyta Maya Savita selaku *supervisor GRO* “tamu puas teradap kebersihan hotel diukur dari *comment* yang masuk dan terkadang ditanyakan saat tamu akan *chek out*, kondisi fasilitas hotel dikatakan memenuhi standar apabila semua keperluan tamu terpenuhi misalnya untuk fasilitas internet, kamar yang bersih, *restaurant* dengan makanan yang enak, fasilitas olahraga, dan tentu saja pelayanan yang ramah, system teknologi yang digunakan *Guest Relation Officer* juga tentunya sudah cukup modern yaitu dengan menggunakan kunci kamar yang hanya tinggal di tempel utnuk membukanya, serta mnegecek *reservasi* menggunakan tablet, berkomunikasi dengan tamu dalam negeri menggunakan *handphone guest relation*, serta menjawab pertanyaan tamu luar negeri dengan menggunakan *email guest relation*, penampilan yang rapi, bersih, bermake up, dan murah senyum merupakan penampilan *Guest Relation Officer* yang bisa dikatakan baik”.

Menurut Neny Tri Wahyuni selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “fasilitas Hotel JW Marriott Surabaya sudah membuat tamu merasa puas, karena fasilitas sudah lengkap tidak hanya untuk tamu namun fasilitas yang dipakai *Guest relation* juga sudah canggih dengan menggunakan *handphone* operational untuk menghubungi tamu, selain itu dengan penampilan *guest relation* yang baik dengan seragam lengkap dan *grooming* yang selalumenarik.”

Jadi berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan kebersihan hotel sudah memenuhi *standart* dan membuat

tamu yang *stay* di hotel di hotel JW Marriott Surabaya merasa puas, selain karena fasilitas dan *service* yang baik kepuasan tamu juga didukung dengan *system* yang baik dan modern serta penampilan *guest relation* yang baik dengan berpenampilan sesuai grooming yang ditetapkan.

e. Responsiveness

Menurut Menurut Andyta Maya Savita selaku *supervisor Guest Relation Officer* mengatakan “cara *guest relation* dalam menghadapi keluhan tamu adalah dengan mendengarkan untuk menampung semua keluhan tamu terlebih dahulu, berempati terhadap keluhan tamu dengan menempatkan diri diposisi tamu kemudian memohon maaf atas ketidaknyamanan yang telah didapatkan selama menginap dan yang terakhir merespon semua keluhan tamu untuk kemudian segera menyelesaikan masalahnya. *Guest relation* juga harus memberikan informasi yang mudah dimengerti dengan memberi penjelasan secara detail sesuai kebutuhan tamu dan menanyakan lagi apa yang diperlukan tamu dari respon tersebut akan terlihat apakah tamu sudah paham penjelasan *guest relation* atau belum, jika belum maka akan dijelaskna hingga tamu memahaminya. *Guest relation* juga harus selalu bersedia membantudengan cara menawarkan bantuan tanpa diminta tamu terlebihdahulu”.

Menurut Nenry Tri Wahyuni selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “cara menghadapi keluhan tamu yaitu dengan melakukan sesuai prosedur yang tidak menyalahi aturan perusahaan. Memberikan informasi yang mudah dipahami tamu dengan penjelasan secara detail kepada tamu yang membutuhkan informasi. Kebersediaan membantu tamu juga didasari atas rasa memiliki tanggung jawab dan menyesuaikan dneganjobdesc.”

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa cara *Guest Relation Officer* di hotel JW Marriott Surabaya dalam menghadapi keluhan tamu yaitu

mendengarkan tamu dengan baik untuk menampung semua keluhan tamu, berempati terhadap keluhan tamu dengan berusaha menempatkan diri di posisi tamu, kemudian meminta maaf atas ketidaknyamanan selama tamu menginap, merespon semua keluhan untuk kemudian diselesaikan dengan baik sesuai prosedur. *Guest Relation Officer* di hotel JW Marriott Surabaya selalu bersedia membantu dengan cara selalu menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu pada tamu yang terlihat merasa kesulitan, *guest relation* di Hotel JW Marriott Surabaya juga harus senantiasa memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti dengan cara menjelaskan dengan rinci dan detail sesuai kebutuhan tamu, dan menanyakan lagi apa yang diperlukan tamu jika dari sekiranya jawaban tamu masih kurang jelas atau kurang mengerti maka *guest relation officer* akan menjelaskanlagi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Guest Relation Officer terhadap Kepuasan Tamu di Hotel JW Marriot Surabaya

Kepuasan Tamu

Penelitian ini dilakukan oleh penulis di Hotel JW Marriott Surabaya dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan *staff guestrelation officer* dan mengambil *guest comments* dari tamu melalui TripAdvisor yang dilakukan pada kurun waktu 2019-2020. Berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis:

Menurut Andyta Maya Savita selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “harga dan fasilitas yang didapatkan sudah sesuai dengan yang diinginkan tamu, dan jika tamu datang kembali maka tamu merasa puas, oleh karena itu *feedback* dari tamu sangatlah penting untuk evaluasi agar kedepannya bisa lebih baik lagi, *feedback* yang diberikan oleh tamu kebanyakan didapat dari *review* di situs *booking online* seperti agoda, booking.com, traveloka, medalia, instagram, danfacebook.”

Winda Pramesti selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “tamu sudah merasa puas

dengan pelayanan *Guest relation officer*, fasilitas, produk, dan tamu juga merasa *service* yang diberikan sudah sesuai dengan uang yang mereka keluarkan, hal ini berdasarkan feedback melalui *guest voice* atau *guest comment*”

Sementara Nenry Tri Wahyuni selaku *staff Guest Relation Officer* mengatakan “tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan *Guest relation officer*, tidak hanya itu tamu juga puas dengan harga, produk, dan fasilitas yang ditawarkan”.

Jadi berdasarkan wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan jika tamu di hotel JW Marriott Surabaya merasa puas dengan kualitas produk, *service*, dan fasilitas yang sesuai dengan ekspektasi dan harga yang dibayarkan dapat dilihat dari *guest comment* maupun *feedback* yang dituliskan tamu di berbagai *platform* mulai dari situs *booking online* seperti tripadvisor maupun *email* hotel mereka menyatakan bahwa sangat puas *stay* di hotel JW Marriott Surabaya, contohnya seperti *feedback* yang diberikan dibawah ini :

Gambar 2. Guest Comment
Sumber: Situs Booking Online



Dari komentar Kika Sri Utami mengatakan “Ini kedua kalinya saya dan keluarga menginap di hotel ini, saat *check in* respon dari staff sangat ramah dan sangat membantu, kamar nyaman dan ruangan bersih, sarapan di hotel ini bervariasi dan enak, bisa *request* coklat panas atau es cappuccino, kolam renang luas dan lokasi hotel strategis di tengah kota. Pasti kami tidak sabar untuk menginap kembali. *Thanks JW Marriott Surabaya*” dalam aplikasi tripadvisor menunjukkan bahwa saudara kika sri utami puas dengan pelayanan dan fasilitas di hotel JW Marriott Surabaya.



Gambar 3. Guest Comment
Sumber: Trip Advisor

Sitilaela mengatakan melalui tripadvisor jika “hotel bintang 5 yang sangat saya kagumi, sangat meleleh liat *luxury interiornya*, ngga dipungkiri hotel mewah juga bagus dalam pelayanan melayani tamu, tidak kecewa kami mengeluarkan kocek yang lebih untuk hotel ini, karena memang memuaskan, saya suka *staff* yang selalu ramah pada tamu, pertahankan ya” dari *feedback* saudara sitilaela beliau sangat puas dengan pelayanan *staff* karena sesuai dengan harga yang dibayarkan atau dikeluarkan.

IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian yang sudah penulis lakukan di Hotel JW Marriott Surabaya melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara, dengan membandingkan teori-teori yang ada terbukti bahwa dengan kinerja karyawan yang memiliki kualitas pelayanan yang bagus mampu memberikan pelayanan maksimal kepada tamu.

Berdasarkan faktor kualitas pelayanan di Hotel JW Marriott Surabaya seluruh aspek dari pelayanan yang ada di Hotel JW Marriott Surabaya sudah bisa dikatakan dapat membuat tamu merasa puas, hal ini didasarkan pada hasil observasi, wawancara, dan analisis dokumen tentang kualitas produk yang ada di hotel. Kualitas pelayanan di Hotel JW Marriott Surabaya sudah sesuai menurut definisi dari (Tjiptono, 2012) bahwa kualitas pelayanan yang disampaikan memiliki 5 dimensi yaitu *reability*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*, *responsiveness*.

Berdasarkan faktor harga di Hotel JW Marriott Surabaya sudah bisa menjadi aspek yang mampu mendapatkan kepuasan dari tamu, hal ini didasarkan atas hasil observasi, wawancara, dan analisis dokumen tentang harga Hotel.

Berdasarkan faktor *service quality* di Hotel JW Marriott Surabaya seluruh karyawan sudah memenuhi *standart* yang berlaku, hal ini didasarkan pada hasil observasi, wawancara, dan analisis dokumen tentang kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan di hotel JW Marriott Surabaya sudah sesuai dengan definisi dari (Irawan, 2009) bahwa kualitas pelayanan sangat bergantung pada 4 hal yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, biaya dan kemudahan.

Berdasarkan faktor biaya dan kemudahan di Hotel JW Marriott Surabaya, hal yang bisa membuat tamu merasa bisa mendapatkan apapun dibutuhkan sesuai keinginan di hotel adalah aspek penting untuk mencapai kepuasan tamu, hal ini didasarkan atas hasil observasi, wawancara, dan analisis dokumen tentang faktor kemudahan. Faktor kemudahan di Hotel JW Marriott Surabaya sudah sesuai dengan definisi menurut (Irawan, 2009) bahwa pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya sudah memiliki standar sesuai dengan yang diterapkan di Hotel JW Marriott Surabaya, *staff Guest Relation Officer* sudah melakukan pekerjaan sesuai dengan *Standart Operational Prosedure* dan ketentuan dari hotel hal itu meliputi *realibility, assurance, empathy, tangibles, dan responsiveness*. Kelima hal tersebut sudah terpenuhi sehingga *Guest Relation Officer* sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dan tepat sehingga dapat menciptakan kepuasan tamu.

2. Pengaruh pelayanan *Guest Relation Officer* terhadap kepuasan tamu di Hotel JW Marriott Surabaya yang sudah terbukti bahwa dengan adanya tamu yang datang kembali, dan memberikan *feedback* atau *guest comment* yang positif kepada pihak Hotel JW Marriott Surabaya, telah membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan selalu maksimal dan tepatsasaran.

Saran

1. Lebih meningkatkan dan mempertahankan keandalan *staff Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya dalam melayani tamu, agar tamu yang *check in* semakin merasa puas karena mendapat *treatment* yang baik.
2. Lebih meningkatkan dan mempertahankan ketanggapan *staff Guest Relation Officer* di Hotel JW Marriott Surabaya, agar dapat meningkatkan kunjungan tamu di Hotel JW Marriott Surabaya.
3. Meningkatkan dan mempertahankan jaminan terhadap tamu di Hotel JW Marriott Surabaya, agar tamu yang datang semakin percaya dan puas terhadap pelayanan.
4. Meningkatkan lagi dan mempertahankan perhatian *staff Guest Relation Officer* terhadap tamu di Hotel JW Marriott Surabaya, agar meningkatkan minat tamu untuk datang kembali ke Hotel JW Marriott Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sambodo dan Bagyono . (2006). *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel*. Jakarta: Andy Offset.
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Atik Septi, Ratminto, dan Winarsih. (2013). *Manajemen Pelayanan* .Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagyono. (2012). *Buku Pintar Kantor Depan Hotel (Hotel Front Office)*. Bandung: Erlangga.

- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Darsono, A. (2001). *Kantor Depan Hotel*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction, cetakan kedua*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, H. (2009). *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo.
- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. 1995. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*. Vol. 49 (fall).
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- A, Parasuraman. (2001). *The Behavioral Consequences of Service Quality, Journal of Marketing*, Vol 60
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Jurnal**
- Baetie, Destiana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Niagara Parapat Propinsi Sumatera Utara*. Universitas Riau.
- Wulandari, Sita Wanda. 2017. *Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Guest Comment Card di The Ammeerra Hotel Bandung*.
- Jayanti, Nur Dwi. 2016. *Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles) di Legend Premium Hotel Coffee Yogyakarta*.
- Khusnaini, ahmad. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta*.