

PELAYANAN RESEPSIONIS DI ARDAN HOTEL BANDUNG

¹RIZKY SEPTIANDY WIGUNA, ²SRI MARINI
POLITEKNIK PIKSI GANESHA, BANDUNG
e-mail: ¹septiandy11@gmail.Com, ²ilin.marin3@gmail.Com

ABSTRACT

This study aimed to find out the reception service at Ardan Hotel Bandung. The method used is a quantitative method. The data collection techniques carried out are by distributing questionnaires, observations. While the data analysis technique uses a Likert scale. Based on the results of the study, it can be seen that services based on procedural dimension and conviviality dimension performed by receptionists at Ardan Hotel Bandung are still in the less category. Problems arised in this research: 1) 1. How is the implementation of the procedural dimension conducted at Ardan Hotel Bandung ?; and 2) How is the Conviviality dimension carried out at Ardan Hotel Bandung.

Keywords: *services, procedural dimension and conviviality dimension*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan resepsionis di Ardan Hotel Bandung. Metode pengumpulan yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner, observasi. Sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelayanan berdasarkan *procedural dimension* dan *conviviality dimension* yang dilakukan resepsionis Hotel Ardan Bandung masih dalam kategori kurang. Masalah dalam penelitian: 1) 1. Bagaimana pelaksanaan *procedural dimension* yang dilakunan di Ardan Hotel Bandung; dan 2) Bagaimana pelaksanaan *Conviviality dimension* yang dilakukan di Ardan Hotel Bandung.

Kata kunci: *pelayanan, procedural dimension dan conviviality dimension.*

PENDAHULUAN

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang didalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki kebutuhan perjalanan, sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:4) mendefinisikan pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak

tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Dengan kualitas pelayanan yang baik maka *service* yang diberikan haruslah berkualitas.

Pelayanan adalah modal terpenting dalam suatu usaha hotel untuk mendapatkan kepercayaan tamu, maka tugas dari *front office* sebagai salah satu kunci untuk memberikan pelayanan yang terbaik di hotel. Menurut Bagyono

(2012:21) *front office* berasal dari bahasa Inggris “*Front*” yang artinya depan, dan “*office*” berarti kantor. *Front office* adalah kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel, Kantor depan hotel merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau lobby. Penerima tamu di kantor depan memiliki banyak istilah atau sebutan. Ada yang menyebutkannya dengan istilah *Front Desk Agent, Front Desk Clerk, Guest Service Agent, Guest Room Service* dan *Receptionist*.

Dengan kualitas pelayanan maksimal yang diberikan kepada pengunjung atau tamu oleh receptionis maka akan menentukan besarnya pendapatan hotel, karena banyaknya pelanggan dengan kepuasan pelayanan yang tercipta oleh resepsionis yang profesional.

Procedural Dimension

Salah satu faktor yang dapat membentuk pelayanan yang berkualitas adalah dengan adanya *procedural dimension*. Untuk menjalankan aspek *procedural dimension*, diperlukan karyawan yang profesional untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan berdampak positif. Hal ini bisa dilihat dari definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2006:51) sebagai berikut “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Selain pengertian di atas menurut Tjiptono (2014 : 268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Procedural dimension adalah suatu pelayanan yang di berikan oleh resepsionis kepada tamu apakah dilakukan sesuai dengan prosedur, ada tujuh faktor yang terdapat pada *Procedural dimension* yang dikemukakan oleh Martin (2002:108) menegaskan bahwa :

a. Timeliness

Needless to say quality service involves timing the time it takes the product or service to get to each customer. Efficient service is speedy, but proper timing has subtle ramifications that go beyond promptness to providing service when customers are ready for it.

b. Incremental flow

A proper service flow requires that service occurs in regular increments so no one part of the service system is overextended at any one time. This ensures a steady flow of service to the guest.

c. Anticipation

Effective anticipation requires that service always be one step ahead of customer's needs. Products and service should be provided before the customer has to ask for them. Timing must be adjusted to embrace what will be happening rather than has just happened.

b. Communication

Service cannot be of high quality without clear and concise communication between the servers and customers. Among the service provider team, and between service providers and their supervisors, messages must be communicated accurately, thoroughly, and in a timely manner.

c. Customerfeedback

Servers must continually find out whether the restaurant service and product have met the customer's need and by identifying areas of breakdown.

d. *Accommodation.*

Service systems and procedures must work for the convenience of the guest. Procedures should be designed around customers needs for efficient service rather than what's easiest for the operation.

e. *Organization and Supervision*

Smooth-training service systems must be coordinated. They cannot run themselves. The other six procedural components of quality service will not occur without effective and monitoring.

Berdasarkan teori dari tujuh faktor diatas, yang termasuk kedalam *Procedural dimension*

dapat diartikan sebagai berikut:

a. *Ketepatan Waktu*

Dapat di katakan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi waktu sesuai dengan kecepatan yang dibutuhkan untuk memberikan suatu produk dan layanan kepada tamu, dengan pelayanan yang efisien dengan waktu yang tepat.

b. *Alur Pelayanan*

Alur pelayanan yang jelas dan tepat merupakan pelayanan yang terjadi secara bertahap dan teratur sehingga tidak ada satu bagian dari alur pelayanan yang berlebihan pada satu waktu, ini bertujuan untuk memastikan alur pelayanan kepada tamu.

c. *Antisipasi*

Antisipasi yang efektif mensyaratkan bahwa pelayanan yang diberikan harus selalu satu

langkah didepan tamu, produk atau pelayanan yang dibutuhkan tamu harus dapat diberikan sebelum tamu tersebut meminta sesuai dengan waktu yang di sesuaikan.

d. *Komunikasi*

Dalam sistem pelayanan tidak akan berjalan dengan lancar dan jelas apabila tidak adanya komunikasi antara receptionis dan tamu, ataupun antara receptionis dengan atasan, maka pesan harus dikomunikasikan secara akurat, menyeluruh dan tepat waktu.

e. *Timbal Balik Tamu*

Sistem pelayanan harus terus menilai apakah pelayanan dan produk yang telah diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan tamu, dengan adanya umpan balik atau komentar yang diberikan oleh tamu dapat membantu didalam perbaikan kualitas pelayanan receptionis apabila adanya kekurangan dari segi pelayanan.

f. *Akomodasi*

Sistem dan prosedur pelayanan harus bekerja untuk kenyamanan para tamu, prosedur harus di rancang sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang efisien.

g. *Organisasi dan pengawasan*

Sistem pelayanan harus di koordinasikan agar berjalan dengan lancar, keenam komponen procedural kualitas pelayanan lain tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila kualitas pelayanan tidak adanya pengawasan dan pemantauan yang efektif.

Faktor-faktor dalam *procedural dimension* merupakan faktor penting

yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada tamu. Hal ini dapat membantu para tamu untuk memenuhi kebutuhan, permintaan, keluhan serta kemampuan resepsionis dalam memberikan solusi kepada tamu.

Conviviality Dimension

Conviviality dimension memiliki 9 faktor yang termasuk kedalam keramah-tamahan kepada tamu, seperti yang diungkapkan oleh Martin (2002:109):

- a. *Professional attitude*
Attitude. One's attitude is automatically communicated to others. When we reflect positive attitude, other people are attracted to us and enjoy our company.
- b. *Attitude : Body Language.*
One's attitude is automatically to other. When we reflect a positive attitude, other people are attracted to us and enjoy our company. When we show a negative attitude, it alienates other people or can spread, making them feel negative too. Maintaining a positive attitude is essential to the provision of quality service. Attitudes are communicated through body language. Body language can convey up to two-thirds of the message in a typical conversation. Facial expressions, eye contact, and smile as well as controlled hand and body movements, communicate much of the service provider's attitude toward guest.
- c. *Attitude : Tone of Voice*
Attitudes are also communicated through tone of voice. The particular words said to customer are important, but

many times the tone of voice communicates more of the "real" message than the actual words themselves. Shorts, abrupt, hurried, cold or sarcastic remarks convey negative message. Quality service requires an open friendly, and relaxed manner of communication.

- d. *Tact*
Knowing the right thing to say under different circumstances is an important skill for a service provider to master. Language that turns guests off must be avoided at all cost. The skilled service provider is always tactful and is aware at all times of just what to say or what not to say to promote guest satisfaction.
- e. *Naming names*
When customers are called by name, they are receiving one of the best signs that the service provider is attempting to relate to them personally. Use of customer's name reflects a special caring for customers. It communicates respect for them as individuals.
- f. *Attentiveness*
Attentive service people are tuned into human needs of their customers, and treat them as people, not "covers". Attentiveness is what personal service is all about.
- g. *Guidance*
Providing helpful suggestions to customers who are indecisive or confused is a way of showing care and concern for them as customers. But before service providers can provide help, they must have a thorough knowledge

of the products and service they are providing.

- h. *Selling skill*
Quality service people see themselves as sales representatives. They understand that business depends on sales and that their job is to sell. They avoid pushing unwanted services and product, but they do attempt to expand guest awareness of available products and services.
- i. *Problem solving*
Customers problems or complaints should always be handled calmly, smoothly and tactful.

Berdasarkan komponen diatas yang termasuk kedalam *conviviality dimension*, dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Sikap professional
Sikap Seseorang secara otomatis dikomunikasikan kepada orang lain. Ketika kita mencerminkan sikap positif kepada orang lain yang tertarik pada kita dan menikmati perusahaan kita.
- b. Sikap : Bahasa Tubuh
Sikap seseorang secara otomatis di komunikasikan kepada orang lain menjaga sikap positif adalah hal terpenting untuk penyediaan kualitas pelayanan, sikap yang di komunikasikan melalui bahasa tubuh digunakan untuk pelayanan terhadap tamu yang meliputi ekspresi wajah, kontak mata , tersenyum maupun tangan dan gerakan tubuh yang terkontrol dengan baik.
- c. Sikap: nada bicara
Sikap seseorang juga bisa di komunikasikan melalui nada suara, di dalam kualitas pelayanan memerlukan cara

berkomunikasi dengan terbuka, ramah dan santai agar dapat diterima baik oleh tamu.

- d. Kebijakan
Mengetahui hal yang benar untuk dapat mengatakan didalam situasi yang berbeda merupakan keterampilan yang penting bagi penyedia pelayanan, pelayanan yang terampil selalu bijaksana dan menyadari setiap saat apa yang harus dikatakan atau apa yang tidak perlu dikatakan untuk memberi kepuasan kepada tamu.
- e. Menyebut nama
Ketika seorang tamu disebut dengan menggunakan nama tamu tersebut, biasanya tamu menerima salah satu dari tanda terbaik bahwa seorang pelayan berusaha untuk berhubungan dengan tamu secara pribadi dan baik, penggunaan nama tamu mencerminkan kepedulian khusus bagi tamu, ini bertujuan untuk menghormati para tamu dalam berkomunikasi
- a. Perhatian
Sebagai seorang receptionis harus bisa memberikan perhatian penuh terhadap tamu didalam memberikan pelayanan kepada tamu, untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para tamu. Perhatian yang di berikan harus sopan dan ramah agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap tamu.
- g. Menawarkan bantuan
Dalam memberikan bantuan untuk tamu yang ragu-ragu atau bingung adalah cara untuk seseorang receptionis menunjukkan kepedulian bagi para tamu di dalam memberikan bantuan pada saat melayani ,

tetapi seorang receptionis harus mempunyai pengetahuan yang dimiliki dari produk layanan yang mereka sediakan.

- h. Keterampilan menjual
Kualitas layanan orang melihat diri mereka sebagai perwakilan penjualan. Mereka memahami bahwa bisnis bergantung pada penjualan dan bahwa pekerjaan mereka adalah menjual. Mereka menghindari mendorong layanan dan produk yang tidak diinginkan, tetapi mereka berusaha memperluas kesadaran tamu tentang produk dan layanan yang tersedia.
- i. Masalah
Masalah atau keluhan dari tamu selalu ditangani dengan tenang, santai dan bijaksana.
Dimensi keramahan adalah dimensi yang melibatkan aliran produk/jasa kepada pelanggan dan bersifat interpersonal. Dimensi ini melibatkan sikap, perilaku, dan kemampuan verbal petugas dalam interaksi dengan pelanggan.

METODE

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel yang berkunjung ke Ardan Hotel Bandung selama 3 bulan. Tamu yang berkunjung berjumlah 1800 orang. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + \frac{E^2}{2}}$$

Dimana :

N = Jumlah Populasi

E = tingkat kesalahan (E = 0,1)

n = jumlah sampel

Maka didapat hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{1800}{1 + \frac{0,1^2}{2}} = \frac{1800}{1,005} = 1791,62 \approx 1800$$

Berdasarkan rumus penarikan sampel tersebut, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

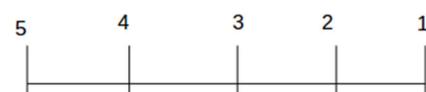
Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini melalui observasi

Wawancara, kuesioner dan studi perpustakaan.

Analisis data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan skala Likert kemudian hasil jawaban individu yang bersangkutan diberi bobot dari jawaban yang telah dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban responden dalam bentuk data interval skala untuk instrumen penelitian yang digunakan adalah differensial semantik. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap tersusun dalam suatu garis kontinum yang jawaban “sangat positifnya” terletak dibagian kiri garis, dan jawaban “sangat negatifnya” terletak dibagian kanan garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval (Sugiyono, 2010:97) Berikut gambar skala interval yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Gambar 1 Skala Interval Penelitian



Sumber: Sugiyono (2010:95)

accomodation, dan organization and supervision.

b. *Aspek Conviviality Dimension*

Pelayanan resepsionis dalam aspek *Conviviality Dimension* termasuk kategori kurang, artinya pelayanan resepsionis di Ardan Hotel Bandung saat ini belum optimal, terutama pada indikator *Tact, Naming Name, Attentiveness* dan *Selling Skill*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Procedural Dimension* di Ardan Hotel Hotel Bandu**

Berdasarkan rentang garis kontinum di atas, pelayanan resepsionis dalam *procedural dimension* mendapat skor 1.688 dan termasuk dalam kategori kurang, artinya pelayanan resepsionis di Ardan Hotel Bandung saat ini belum sesuai dengan visi misi perusahaan.

***Conviviality Dimension* di Ardan Hotel Bandung**

Tanggapan tamu mengenai *conviviality dimension* adalah sebagai berikut :

Total rekapitulasi tanggapan tamu mengenai pelayanan resepsionis berdasarkan *conviviality dimension* mendapat toal nilai 2277. Berdasarkan garis kontinum di atas, pelayanan resepsionis dalam bidang *conviviality dimension* mendapat skor 2.277 dan termasuk kategori kurang.

SIMPULAN

Simpulan

a. *Aspek Procedural Dimension*

Pelayanan resepsionis dalam aspek *procedural dimension* termasuk kategori kurang, artinya pelayanan resepsionis di Ardan Hotel Bandung saat ini belum sesuai dengan visi misi perusahaan, terutama pada indikator *timeliness, incremental flow, anticipation,*

Saran

a. *Aspek Procedural Dimension*

1) Pada indikator *timeliness*, Sebaiknya setiap melayani tamu, petugas sudah menyiapkan *document room charge*, sehingga pelayanan lebih efektif dan tamu tidak perlu menunggu terlalu lama.

2) Pada indikator *incremental flow*, Sebaiknya pimpinan selalu mengingatkan petugas resepsionis untuk selalu menjalankan SOP pada kegiatan *briefing* pagi sebelum pekerjaan dimulai.

3) Pada indikator *anticipation*, Sebaiknya petugas resepsionis diberikan pelatihan agar lebih tanggap dalam mengantisipasi kebutuhan tamu.

4) Pada indikator *accomodation*, Sebaiknya petugas resepsionis diberikan pelatihan agar lebih tanggap dalam mengantisipasi kebutuhan tamu.

5) Pada indikator *organization dan supervision*, Sebaiknya ada pemisahan jabatan dan menambah pegawai supaya pengawasan lebih efektif.

b. *Aspek Conviviality Dimension*

1) Pada indikator *tact*, Sebaiknya petugas resepsionis lebih terbuka dan terbiasa

- menangani setiap permasalahan tamu dengan cara mengikuti seminar atau pelatihan motivasi, sehingga ada sudut pandang yang lebih bijaksana ketika menemui tamu yang bermasalah,
- 2) Pada indikator *naming name*, Sebaiknya setiap petugas resepsionis dibiasakan mengingat dan menyebut nama tamu yang datang/pulang.
 - 3) Pada indikator *attentiveness*, sebaiknya petugas resepsionis lebih perhatian terhadap tamu dengan cara menanyakan apa saja kebutuhan lain selain menginap.
 - 4) Pada indikator *selling skill*, Sebaiknya petugas resepsionis diberikan arahan untuk selalu memberikan penjelasan dan menawarkan layanan-layanan yang ada di hotel tanpa diminta oleh tamu.

Tjiptono Fandy. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

_____. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

_____. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset

A. DAFTAR PUSTAKA

Bagyono. (2012). *Teori & Praktik Hotel Front Office*. Bandung: CV. Alfabeta.

Martin, William B. (2002). *What Every Hospitality Manager Needs To Know*,

Ne
w Jersey: United states of
America. Prentice Hall, Inc.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sulistiyono Agus. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.