

BAB III

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

Hal yang berkaitan dengan studi mengenai opini tamu, penulis menyajikan analisis data secara lebih mendalam dan detail menggunakan tabel frekuensi, guna memudahkan penggambaran terhadap hasil penelitian yang dimaksud. Gambaran responden dilihat dari kewarganegaraan berdasarkan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Responden Berdasarkan Kewarganegaraan

Kewarganegaraan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
USA	5	12,5
JAPAN	9	22,5
AUSTRALIA	4	10
GERMANY	4	10
CANADA	4	10
FRENCH	4	10
HOLLAND	4	10
OTHER	6	15
JUMLAH	40	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel 3.1 jumlah responden terbanyak berdasarkan kewarganegaraan yakni Jepang. Responden dari negara lain terdapat dua responden yakni Indonesia dan Singapura. Responden Singapura sebanyak 2 orang dan responden Indonesia sebanyak 4 orang. Prosentase jenis kelamin tamu

diperoleh sebanyak 70% responden pria dan 30% responden wanita memberikan opini melalui kuesioner.

3.1 Greeting

Tabel 3.2

Opini Tamu Terhadap Greeting yang dilakukan Resepsionis

Opini	Frekuensi	%
Baik	35	87,5
Cukup Baik	5	12,5
Kurang Baik	0	0
Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer

Sementara itu, opini utama (100%) responden terhadap *greeting* atau sambutan yang diberikan oleh pihak *receptionist* pada tamu adalah baik yakni resepsionis dinilai sempurna dalam memberikan *greeting* yang sesuai dengan keinginan para tamu. Sambutan yang diberikan oleh staff hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya merupakan salah satu tugas utama yang harus dilakukan setiap hari ketika bertemu dengan tamu. Sambutan memiliki peran penting ketika menyambut kedatangan tamu sebagai kesan pertama terhadap tamu sebagai bagian dari usaha dalam menunjukkan kualitas pelayanan hotel. Berikut standart *greeting* yang harus dimiliki setiap *receptionist* :

1. Mengucapkan salam kepada setiap tamu saat berpapasan
2. Mengucapkan salam dengan nada *smiling voice*
3. Mengucapkan salam dengan posisi berdiri dan tubuh yang tegak
4. Mengucapkan salam dengan wajah tersenyum dan ramah.

5. dan Mengucapkan salam dengan melihat langsung ke arah tamu.

Sambutan yang dilakukan oleh *receptionist* memiliki gaya tersendiri yakni gaya pangganjali. Gaya pangganjali merupakan sebuah salam yang dilakukan dengan menyatukan kedua telapak tangan dan mengucapkan selamat pagi, selamat siang bahkan selamat malam. Hal ini sesuai dengan teori Gray (1990) terkait pelayanan bahwa kontak dengan pelanggan secara intens pada pelaksanaan proses pelayanan khususnya pada saat melakukan salam.

3.2 Responsiveness

Tabel 3.3
Opini Tamu Terhadap Kecepatan Karyawan Resepsionis Dalam Melayani Tamu

Opini	Frekuensi	%
Baik	30	75
Cukup Baik	10	25
Kurang Baik	0	0
Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa mayoritas responden beropini telah mendapatkan pelayanan yang cepat dari karyawan resepsionis. Pelayanan cepat yang dimaksud yakni pelayanan resepsionis terhadap permintaan tamu baik saat sibuk maupun tidak seperti pelayanan *check in* atau *check out* secara cepat, permintaan penukaran mata uang asing, melakukan pemesanan kamar, pemesanan alat transportasi dan lain-lain. Keseluruhan tamu menginginkan suatu pelayanan yang cepat saat datang pada suatu tempat khususnya hotel penginapan. Penulis menemukan bahwa faktor pihak resepsionis sebagai karyawan mengalami beberapa kendala seperti jam-jam sibuk dengan kondisi 50% lebih tamu berada di

area bagian depan hotel atau lobi hotel atau *front desk* dan membutuhkan pelayanan dari resepsionis sementara keterbatasan jumlah resepsionis di area dengan hanya dua hingga tiga orang.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Sunyoto (2012) mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan pengendalian atas tingkat keunggulan yang dimiliki perusahaan demi kesesuaian atas perasaan yang didapatkan pelanggan dengan harapan pelanggan atas pembelian produk atas barang atau jasa tersebut.

Ketepatan, kecekatan dan kecepatan resepsionis maupun karyawan lain dalam bekerja penting untuk dipersiapkan dan dikembangkan melalui berbagai pelatihan secara intens, berkala serta terus-menerus. Berdasarkan pengalaman penulis maka resepsionis senantiasa diberikan pelatihan dengan intensitas satu bulan sekali dengan departemen lain. Pelatihan tersebut dilakukan dalam rangka diwajibkan bagi semua karyawan yang ditunjukan salah satunya agar resepsionis mampu memberikan pelayanan terbaik dan mengetahui tata cara penampilan yang baik di hadapan tamu saat melayani.

Penampilan tersebut meliputi :

1. Sikap

Sikap sangat memiliki peran penting sebab dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Misalnya

- a. Suara yang ramah saat menyapa tamu
- b. Sikap bersahabat serta sopan
- c. Percaya diri

2. Ekspresi wajah

Hal ini berkaitan dengan sikap dan kesan misalnya:

- a. Cara memandang tamu
- b. Senyum yang terlihat ramah tidak terpaksa
- c. Selalu terlihat bersemangat

3. Kebersihan dan kerapihan

- a. Sepatu warna hitam, mengkilat disemir dan menggunakan kaos kaki
- b. Rambut ditata rapi
- c. Aroma tubuh harum
- d. Kesehatan yang baik akan memberikan kesan yang segar dan meyakinkan

4. Tata Busana

Seragam bagus dan rapi yang disediakan berfungsi untuk melindungi tubuh serta menutupi bagian-bagian yang harus disembunyikan dan juga mempercantik diri serta memberikan kesan tertentu. Penampilan yang rapi,

bersih dan menarik akan membuat tamu merasa dihargai serta tertarik untuk berkomunikasi.

5. *Good Service*

Karyawan khususnya bagian resepsionis dituntut mampu memberikan pelayanan yang baik meskipun dalam kondisi sibuk. Pelayanan yang diberikan meliputi :

- a. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani tamu *check in* atau *check out* serta berbagai permintaan tamu yang lain sehingga tamu tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan.
- b. Kelengkapan peralatan dan form saat memberikan pelayanan pada tamu pada area depan sehingga memudahkan proses pelayanan.

Pelatihan yang diberikan memberikan pengajaran mengenai praktek pelayanan yakni dengan memberikan contoh masalah dan setiap karyawan diuji untuk mempraktekkan cara penyelesaian. Contoh : bagaimana cara melayani tamu dengan cepat dan baik apabila ada tamu yang akan melakukan *check in* atau *check out* dengan sejumlah atau serombongan tamu dalam jumlah banyak secara bersamaan dan pertanyaan lain yang lebih spesifik. Peneliti menemukan beberapa kendala yang dialami oleh pihak resepsionis dalam kecepatan melayani yakni keterbatasan peralatan yang digunakan dalam bekerja sehingga menghambat resepsionis dalam melayani tamu secara cepat, jumlah staff yang kurang menjadi salah satu kendala bagi resepsionis untuk memberikan pelayanan terbaik dan kendala kurangnya kecepatan dalam memberikan informasi tentang acara hotel atau perubahan yang terjadi pada hotel sehingga membuat resepsionis tidak dapat

memberikan pelayanan secara maksimal. Berdasarkan keseluruhan penjelasan tersebut yang menjadi pokok permasalahan dan paling penting berkaitan dengan kecepatan diikuti dengan ketepatan pelayanan sehingga efektivitas terwujud dan tamu merasa puas serta memberikan kesan tersendiri pada hotel sebagai tempat menginap.

Resepsionis dituntut untuk memahami serta menguasai berbagai program dan fasilitas yang dimiliki hotel untuk disampaikan pada tamu saat melayani tamu tersebut. Tabel 3.4 merupakan hasil dari penelitian terkait berapa banyak responden yang mengetahui program maupun fasilitas hotel yang harus disampaikan oleh resepsionis pada tamu sebagai berikut.

3.3 Hotel Information

Tabel 3.4
Opini Tamu Terhadap Informasi Yang Diberikan Oleh Resepsionis
Mengenai *Starwoord Preferred Guest (SPG Member)*

Opini	Frekuensi	%
Baik	25	62,5
Cukup Baik	6	15
Kurang Baik	9	22,5
Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data pada tabel 3.4 di atas diketahui bahwa sebanyak 62,5% responden mendapatkan informasi mengenai *Starwoord Preferred Guest (SPG Member)* dari resepsionis. Sebanyak 15% hanya memperoleh sedikit informasi mengenai *Starwoord Preferred Guest (SPG Member)* terkait dengan program hotel tersebut dan sebanyak 22,5% responden bahkan tidak mendapatkan

informasi berkaitan dengan program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* tersebut. Peneliti menemukan bahwa resepsionis tidak menjelaskan mengenai program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* ketika kondisi *front area* sedang ramai sehingga tidak sempat bagi resepsionis untuk menjelaskan mengenai program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* tersebut. Tamu justru mengetahui program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* pada saat pengisian kuesioner dan tidak mendapatkan informasi mendalam mengenai program tersebut saat di resepsionis. Program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* dinilai sangat bermanfaat dan menarik bagi tamu hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya dan memberikan kesan yang dapat meningkatkan citra hotel tersebut. *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* merupakan program hotel dimana tamu diundang untuk bergabung sebagai anggota *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* agar mendapatkan berbagai fasilitas dengan pelayanan yang spesial. Tamu yang mengikuti *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* memperoleh berbagai macam diskon saat tamu menginap di tempat tersebut bahkan dapat mendapatkan voucher kamar gratis bagi pengguna *Starwood Preferred Guest (SPG Member) gold card*. Program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* menarik tamu untuk kembali datang berkunjung atau menginap di HARRIS-POP! GUBENG Surabaya. Karyawan resepsionis diharapkan menyampaikan berbagai informasi berkaitan dengan program *Starwood Preferred Guest (SPG Member)* tersebut pada setiap tamu yang datang.

Hal yang berkaitan dengan hasil penelitian pada tabel 3.4 maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hal penting yang harus diperhatikan berdasarkan

nilai data jawaban responden terkait pelayanan resepsionis dalam memberikan informasi masih kurang baik sebab resepsionis dinilai tidak mengerjakan secara keseluruhan pekerjaan yang dikerjakan khususnya dalam memberikan seluruh informasi mengenai *Starwoord Preferred Guest (SPG Member)* dengan jawaban perolehan sebanyak 22,5% responden merasa kurang mengetahui mengenai program hotel. Penguasaan pada program serta fasilitas hotel dan berbagai informasi lain, penting untuk diketahui oleh tamu hotel agar hotel memiliki kesan baik pada tamu sehingga tamu puas dengan berbagai informasi yang berhasil diperoleh terkait dengan hotel tempat menginap. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan Gray (1990) bahwa pada kegiatan *receptionist*, promosi tidak hanya dilakukan lewat pemberitahuan tetapi juga menggunakan cara-cara yang lebih bervariasi.

3.4 Handling Guest Complain

Pada tabel 3.5 berikut dapat dilihat hasil responden yang merasa puas terhadap pelayanan resepsionis dalam mengatasi keluhan tamu.

Tabel 3.5

**Opini Tamu Terhadap Kecepatan dan Ketepatan Yang Diberikan Oleh
Resepsionis Dalam Mengatasi Keluhan Tamu**

Opini	Frekuensi	%
Baik	29	72,5
Cukup Baik	5	12,5
Kurang Baik	6	15
Jumlah	40	100

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa terdapat 72,5% responden tamu merasa puas dengan pelayanan resepsionis dalam menyelesaikan keluhan tamu. Responden sebanyak 12,5% dinilai cukup puas dengan pelayanan yang diberikan responden dalam mengatasi keluhan tamu dan 15% responden memberikan penilaian bahwa kurang puas dengan pelayanan resepsionis dalam mengatasi keluhan tamu. Hal ini dapat dikaitkan dengan kemampuan karyawan yang dapat diandalkan dalam memberikan jasa pelayanan yang berkualitas. Kemampuan resepsionis dalam menjalin komunikasi dengan para tamu dinilai sangat penting dalam menciptakan hubungan yang baik. Komunikasi yang dijalankan meskipun hanya sebatas mendengarkan keluhan tamu, namun hal tersebut merupakan salah satu cara menghargai dan menciptakan kesan yang baik dari tamu terhadap karyawan hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya. Kemampuan berkomunikasi dalam rangka menyelesaikan masalah yang diterima dari tamu dengan cara yang tepat dan tepat juga berpengaruh pada kepuasan tamu dalam menerima pelayanan. Hal ini dapat dicontohkan melalui kasus berikut, seorang tamu akan melakukan check in dan tamu tersebut telah melakukan reservasi sebelumnya kemudian tamu meminta untuk diantar ke kamar pada saat itu juga sedangkan kamar yang dipesan masih dalam keadaan kotor dan akan berubah menjadi bersih dalam jangka waktu 10-15 menit. Resepsionis dituntut agar mampu memberikan pemecahan masalah dengan memberikan pengertian serta pelayanan pada tamu agar tidak marah dan kemudian melakukan permintaan maaf. Setiap masalah yang terjadi perlu diadakan koordinasi untuk menemukan jawaban dari berbagai permasalahan tersebut. Berbagai kesalahan yang terjadi khususnya berkaitan dengan pelayanan

hotel berdampak pada berbagai macam keluhan sehingga semakin banyak dan tidak terselesaikan maka resepsionis bertanggungjawab untuk memberikan penjelasan yang rasional sehingga dapat diterima oleh tamu dengan baik.

Kemampuan resepsionis dalam memberikan pelayanan yang dapat dipercaya dan memberikan kesan baik terhadap tamu sehingga tamu mampu memberikan penilaian pada citra hotel. Pelayanan yang dilakukan oleh resepsionis hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya harus dilakukan semaksimal mungkin sesuai dengan kebutuhan serta permintaan tamu. Pelayanan yang memberikan kepuasan pada tamu merupakan salah satu bentuk kunci keberhasilan. Hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya dituntut untuk bertahan bahkan berkembang untuk menciptakan sebuah *brand, image*, kesan maupun citra yang lebih baik. Pelayanan turut memberikan dampak pada tamu dalam menciptakan opini. Pelayanan diberikan sedetail mungkin dengan memberikan perhatian seperti penyebutan nama dengan sopan saat bertemu, mengetahui makanan atau hal favorit tamu tersebut dan sebagainya. Penjelasan dan berbagai uraian di atas ditunjukkan dapat membantu Hotel HARRIS-POP! GUBENG Surabaya agar dapat menciptakan serta memberikan kesan pada tamu untuk berusaha memberik citra sendiri dengan memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pada bagian resepsionis. Hal ini berkaitan dengan teori mengenai *public relations*. *Public Relations* memiliki pengertian serangkaian program yang didesain untuk meningkatkan, memelihara, atau melindungi citra suatu perusahaan atau produk (Kotler, 2002:596). Sedangkan menurut Bonar (1993:11), Hubungan masyarakat adalah usaha-usaha untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang akrab,

pantas dan oleh karena itu menguntungkan untuk kedua belah pihak, seperti antara sesuatu perusahaan, industri, atau organisasi dengan masyarakat diladeninya.

Jika hubungan masyarakat memang terjemahan dari public relations, maka ciri-ciri hakiki *public relations* harus ada pada hubungan masyarakat dan dilaksanakan oleh kepala humas beserta staffnya. Adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
- c. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
- d. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi.
- e. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

Seperti yang dikatakan oleh Philip Kotler (2002:644) bahwa daya tarik hubungan masyarakat dan publisitas didasarkan tiga sifat khusus, yaitu Kredibilitas yang tinggi, kemampuan menarik pembeli yang tidak dibidik sebelumnya, dramatisasi. Ketiga sifat tersebut dan ciri-ciri humas, maka para karyawan kantor depan khususnya *receptionist* dapat mempromosikan hotel dan produknya dengan baik. Pemberian pelayanan yang terbaik kepada pelanggan atau tamu merupakan hal yang tidak mudah mengingat banyaknya kendala yang akan dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Faktor utama

yang berpengaruh dalam upaya pelaksanaan pelayanan adalah sumber daya manusia. Artinya, peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka. Dalam pelaksanaannya, pelayanan harus diberikan oleh semua bagian yang terlibat dalam suatu perusahaan atau organisasi, misalnya mulai dari satpam, *door man*, *concierge*, *reception*, sampai dengan *general manager*. Mereka semua harus terlibat dan mampu memberikan pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan dan citra yang baik kepada pelanggan dapat tercapai secara optimal. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan dimata pelanggan terus meningkat pula.