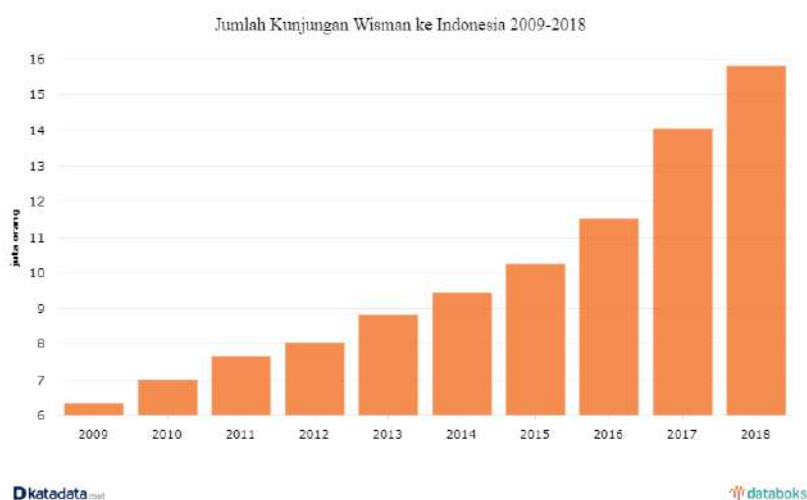


**BAB I****PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa andalan negara yang mampu mengalahkan sektor migas serta mempunyai andil dan pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia (Kuntadi, 2019). Hal ini senada dengan banyaknya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (2019) saat ini rata – rata pertumbuhan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia dalam lima tahun terakhir (2014-2018) mengalami peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan kunjungan wisatawan pada tahun 2013 - 2018

**Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia  
2009 – 2018**



Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) ( Tahun 2019 )

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia dalam lima tahun terakhir (2014-2018) mencapai 14% per tahun. Angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata pertumbuhan kunjungan wisman pada periode 2009-2013 yang sebesar 9% per tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisatawan mancanegara pada 2009 tercatat sebanyak 6,32 juta orang, pada 2010 tercatat sebanyak 7 juta, pada tahun 2011 tercatat 7,5 juta, pada tahun 2012 tercatat 8 juta, angka ini terus meningkat menjadi 8,8 juta orang pada akhir 2013, *trend positif* ini terjadi kenaikan secara berurutan tahun 2014 tercatat kenaikan pengunjung sebanyak 9,5 juta, pada tahun 2015 tercatat kenaikan sejumlah 10,5 juta, pada tahun 2016 tercatat sebanyak 11,5 juta, tahun 2017 tercatat kenaikan yang signifikan sejumlah 14 juta, dan terakhir kenaikan pada tahun 2018 tercatat sebesar 15,5 juta kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kunjungan seorang *tourist* sangatlah penting untuk meningkatkan devisa negara.

Menurut *World Tourism Organization* (dalam Eryani : 2013) seseorang dikatakan sebagai *tourist* apabila dari *visitor* yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24) jam di daerah yang dikunjungi. Sedangkan *visitor* itu sendiri diartikan orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya kurang dari 12 bulan dan tujuan perjalanan bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah,

pendapatan atau penghidupan ditempat tujuan. Sedangkan wisatawan menurut P.W. Ogilvie dalam (dalam Oka : 1982: 129) adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut.

Seorang wisatawan biasanya membutuhkan akomodasi penginapan baik berupa hotel ataupun jenis penginapan lainnya seperti motel maupun *homestay* untuk tempat tinggal sementara di tempat tujuan wisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penginapan ataupun hotel sangat diperlukan seorang wisatawan dalam menunjang aktivitas wisatanya, dan dengan adanya wisatawan ini hotel mendapatkan tamu sehingga *occupancy* hotel terpenuhi.

Menurut Sulistiyono, (dalam Prihatno : 2006: 11) hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti: fasilitas olahraga, fasilitas *laundry*, *fitness center*, *sauna*. Semakin lengkap fasilitas yang ada di sebuah hotel menunjukkan kelas bintang hotel tersebut. Pengambilan *setting* penelitian ini berfokus pada hotel yang ada di Kota Surabaya, dikarenakan Kota Surabaya merupakan salah satu kota besar yang mempunyai banyak hotel mulai dari

kelas bintang satu hingga bintang lima yang tentunya fasilitas yang diberikan tiap hotel beragam.

Berdasarkan data dari Perhimpunan Hotel dan Restoran di Jawa Timur terdapat 227 penginapan dan hotel se-Surabaya. Jumlah tersebut terdata pada 31 Juli 2018. Banyak warga negara asing maupun lokal yang berkunjung ke Surabaya, baik untuk berwisata maupun berbisnis. Itulah yang membuat pembangunan penginapan maupun hotel di Surabaya meningkat (Ginanjari, 2019).

Surabaya sebagai ibukota dari Provinsi Jawa Timur tidak terlepas dari pembangunan infrastruktur yang sangat pesat, baik itu pembangunan apartemen, tempat perbelanjaan, dan hotel. Untuk pertumbuhan hotel di Surabaya sendiri sangatlah tinggi. Dengan tingginya pertumbuhan pembangunan hotel di Surabaya hal ini tentunya berdampak positif bagi dunia pariwisata dan bisnis yang ada di Surabaya, dimana para turis maupun pebisnis dapat memilih beragam akomodasi hotel sesuai dengan tujuan maupun keperluannya.

**Tabel 1.1 Jumlah Akomodasi Hotel di Kota Surabaya Tahun 2012 - 2016**

Kota	2012	2013	2014	2015	2016
Surabaya	123	109	125	189	189

Sumber : [www.surabayakota.bps.go.id](http://www.surabayakota.bps.go.id) ( Tahun 2017 )

Dari tabel diatas menunjukkan jumlah hotel di Surabaya mengalami banyak peningkatan pertumbuhan dari tahun ke tahun. Dengan banyaknya jumlah hotel di Surabaya membuat tingkat persaingan antar hotel semakin tinggi. Dengan tingginya tingkat persaingan hotel di Surabaya pengelola dituntut untuk lebih dalam meningkatkan pelayanannya yang lebih untuk tamu agar dapat menarik tamu untuk menginap, baik meningkatkan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan tamu. Salah satu departemen dalam hotel yang mempunyai tanggung jawab untuk memberikan serta menjaga kenyamanan dan kebersihan hotel yaitu *Department Housekeeping*.

*Housekeeping* menurut Rumekso (2002) yaitu "*Housekeeping* (tata graha) merupakan perpaduan daridua buah kata, yaitu *house* dan *keeping* (*to keep*). *House* artinya rumah dan *keeping* (*to keep*) yang artinya memelihara, merawat, menjaga, *Housekeeping* dapat diartikan secara lengkap sebagai salah satu departemen yang terdapat pada hotel yang bertanggung jawab terhadap hal – hal yang berkaitan dengan keindahan, kebersihan, kerapian, dan seluruh kamar beserta area – area lainnya yang didalam maupun di luar hotel, sehingga para tamu dan karyawan merasa aman dan nyaman berada di hotel. Dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan tamu khususnya kebersihan dan kenyamanan tamu selama berada di kamar hotel, dalam hal ini maka peran seorang *room attendant* sangatlah penting.

Untuk menciptakan daya saing yang kompetitif dapat dilakukan dengan mengembangkan pelayanan pelanggan yang baik. Pelayanan prima (*service excellent*) juga merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan

dalam dunia *hospitality*. Definisi pelayanan prima menurut Barata (dalam Suminar : 2003:27) yaitu “Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada pelanggan.”

Sedangkan pelayanan prima menurut Maddy (dalam Cahyani : 2009:8) adalah “Suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, 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 sebuah hotel banyak terdapat *department* yang mempunyai tugas berbeda – beda, salah satu departement yang ada di hotel yaitu *housekeeping*, dalam melakukan pekerjaannya seorang *housekeeping* akan sering berhadapan dengan tamu khususnya ketika mereka sedang berada di dalam *room*. Seorang *Housekeeping* dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada tamu agar tamu merasa senang dan puas.

Setiap hotel harus mempunyai standar hotel yang baik agar dapat berjalan serta mendapat hasil yang memuaskan, sehingga hal ini berdampak baik bagi hotel tersebut. Pelayanan prima harus memiliki keterampilan tertentu diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, kecepatan, gairah kerja, kemampuan dan keramahan dan sikap selalu siap melayani. Pelayanan terbaik akan menciptakan loyalitas pada tamu sehingga tamu

dapat kembali lain waktu dengan tetap memilih produk (hotel) yang sama. Loyalitas pelanggan juga dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan kinerja operasional suatu hotel dan dapat meningkatkan *profit* hotel.

Wibowo(dalam Prihatno : 2010:67)mengungkapkan standar operasional prosedur merupakan standar kegiatan yang harus dilakukan secara berurutan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dan apabila ditaati akan membawa akibat seperti: lancarnya koordinasi, tidak terjadi tumpang tindih atau duplikasi, terbinanya hubungan kerja yang serasi, kejelasan wewenang dan tanggung jawa setiap pegawai.Dengan adanya standar operasional prosedur dalam suatu perusahaan ataupun organisasi meningkatkan kualitas pelayanan yang prima kepada para tamu daat terlaksanakan dengan baik, karena setiap pegawai/karyawan mengetahui standar operasional dalam melaksanakan pekerjaannya.

Namun dalam beberapa kasus temuan penulis saat melakukan observasi di lapangan, penulis masih menemukan fenomena pelayanan yang kurang prima dari *room attendant* kepada tamu, salah satu contohnya yaitu *room attendant*tidak menerapkan SOP dalam membersihkan kamar tamu seperti penggunaan alat dalam membersihkan kamar yang tidak sesuai, tidak mengganti *sheet* ataupun *pillowcase* yang seharusnya harus di ganti, dimana hal itu seharusnya tidak terjadi di hotel berbintang lima.Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengajukan judul tugas akhir yang berjudul “Peran *Room Attendant*Pada Operasional *Housekeeping*

*Departement* Dalam Mewujudkan Pelayanan Prima di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang disusun adalah :

1. Bagaimana peran *room attendant* dalam mewujudkan pelayanan prima di Sheraton Surabaya Hotel & Towers ?
2. Bagaimana pelayanan prima *room attendant* dalam melayani tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers ?

## 1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *room attendant* dalam mewujudkan pelayanan prima di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
2. Untuk mengetahui penerapan standar operasional prosedur *room attendant* dalam pembersihan kamar tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
3. Untuk mengetahui pelayanan prima *room attendant* dalam melayani tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

## 1.4 Manfaat

Praktik kerja lapangan ini dilaksanakan agar dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak antara lain bagi penulis, program studi, perusahaan tempat berlangsungnya praktik kerja lapangan, dan bagi pembaca :



1. Manfaat Bagi Penulis

- a. Mengetahui kegiatan *housekeeping department* khususnya bagian *room attendant* dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab atau *standart operating procedure (SOP)* yang telah ditetapkan hotel.
- b. Melatih percaya diri, profesioanlisme, kerja sama saat bekerja dalam tim, serta dapat memegang tanggung jawab dalam mengerjakan pekerjaan yang telah diberikan.
- c. Menambah pengalaman baru serta meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam dunia kerja.
- d. Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis yang belum pernah di dapat selama dalam dua pembelajaran di kelas.

2. Manfaat Bagi Fakultas

- a. Menjalin kerja sama antara Diploma III Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga dengan Sheraton Surabaya *Hotel & Towers* dalam hal penempatan magang kerja di industri perhotelan.
- b. Meningkatkan sumber daya manusia Universitas Airlangga khususnya di bidang Manajemen Perhotelan.
- c. Semakin di kenalnya Universitas Airlangga khususnya Program Studi D III Manajemen Perhotelan.

3. Manfaat Bagi Subyek Tugas Akhir (TA)

- a. Adanya kerja sama yang saling menguntungkan antara industri hotel dengan institusi pendidikan, sehingga industri hotel dapat dikenal secara luas.
  - b. Mendapat tenaga kerja tambahan dari para mahasiswa yang membutuhkan tempat untuk praktik kerja lapangan yang berguna untuk membantu pekerjaan yang di operasionalkan oleh hotel setiap harinya.
  - c. Dapat memperluas jaringan kemitraan dan menambah rekan kerja baru.
4. Manfaat Bagi Pembaca
- a. Dapat menjadi sumber informasi baru mengenai *housekeeping department* khususnya dibagian *room attendant*.
  - b. Dapat menjadi referensi bacaan bagi pembaca yang ingin mencari informasi untuk tugas atau hanya sekedar menambah wawasan.
  - c. Memberikan pandangan terhadap pembaca tentang dunia kerja di bidang perhotelan.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Wisatawan

Dalam *The United Nation Conference on customs Formalities for The Temporary Importation of Private Road Motor Vehicle And for Tourism*, pasal 1 ayat b mengemukakan “Istilah wisatawan harus diartikan sebagai seorang, tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa, dan agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian lain

daripada negara di mana orang itu biasanya tinggal dan berada di situ kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut – turut, untuk tujuan non imigran yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olah raga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (Karyono A.Hari, 1997 : 20)

*Mathieson and Wall (dalam Franklin : 1982) also says that created a good working definition of tourism as the temporary movement of people to destination outside their normal places of work and residence, the activities undertaken during their stay in those destinations and the facilities created to cater to their needs.*

Dari beberapa definisi diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa wisatawan adalah seseorang yang berasal dari luar wilayah asli yang melakukan perjalanan ke wilayah tertentu dengan tujuan tertentu seperti bisnis, wisatawan, ataupun urusan pemerintah yang memasuki wilayah tertentu dengan tujuan bukan untuk keperluan imigran seperti mencari suaka di suatu negara, dengan batas waktu yang telah disepakati sesuai dengan batas perjanjian dengan pihak negara yang dituju.

Cohen (dalam Jayanto : 1974) mengemukakan terdapat enam ciri wisatawan yang membedakan wisatawan dengan orang – orang yang berpergian, yaitu :

1. Wisatawan bukanlah orang yang melakukan perjalanan tiada henti yang dilakukan petualang dan pegembara

2. Perjalanan berdasarkan atas kemauan sendiri atau sukarela, bukanlah perjalanan yang terpaksa yang harus dilakukan oleh orang yang diasingkan dan pengungsi.
3. Perjalanannya pulang pergi, membedakan dengan yang dilakukan orang yang pindah ke negara lain.
4. Perjalanan yang tidak berulang – ulang membedakan dengan perjalanan yang dilakkan orang yang memiliki rumah istirahat.
5. Perjalanan bukan sebagai alat untuk mencapai tujuan lain seperti menjalankan usaha dan berdagang.
6. Bukan perjalanan untuk sesuatu yang baru dan perubahan, misalnya ilmu.

#### 1.5.2 *Room Attendant*

Menurut Rumesko (2001:35) *Room Attendant* adalah petugas *floorsection* yang menjaga kebersihan, kerapihan, kenyamanan dan kelengkapan kamar tamu. Definisi tersebut menunjukkan bahwa *room attendant* sangat berjasa dalam operasional hotel. Sependapat dengan Sulastiyono (dalam Kurniawan : 2011:124) *Room attendant* adalah petugas kamar tamu yang mempunyai tanggung jawab untuk menjaga kebersihan, kerapihan dan kelengkapan kamar. Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa definisi *room attendant* adalah petugas yang mempunyai tanggung jawab dalam menjaga kerapian, keindahan, kenyamanan, dan perlengkapan yang dibutuhkan tamu selama berada di dalam kamar

### 1.5.3 Standar Operasional Prosedur *Make up Room*

Menurut Sailendra (dalam Widya : 2019) SOP adalah panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional suatu organisasi agar dapat berjalan dengan lancar.

#### 1. *Entering the Guest Room*

Memasuki kamar tamu harus dilakukan secara pelan – pelan dan usahakan tidak mengganggu kenyamanan tamu, mengetuk pintu secara perlahan tidak terlalu keras dan tidak terlalu pelan “*Housekeeping*”. Ketuk pintu sebanyak 3x jika tidak ada jawaban masuklah secara perlahan sambil ucapkan “ *Excusme Housekeeping*” atau “Permisi” ( berlaku bagi kamar *vacant dirty* atau *occupied dirty*)

#### 2. *Beggining Task* ( Tugas Awal )

- a) Buka semua *curtain* supaya semua penerangan pada kamar terlihat jelas jika ada *lost and found* tertinggal
- b) *Take out* semua *garbage and clear up room service*, jika ada keluarkan dari kamar supaya tidak menimbulkan bau tidak sedap dikamar, kemudian infokan kepada *fb service* supaya langsung diambil
- c) Bawa masuk *carry caddy* kedalam kamar dan letakkan dikamar mandi
- d) Bersihkan *dental glass, mug, dan astray* ke *bathroom*

#### 3. *Stripping the bed*

- a) Jika ada barang *lost and found* segera informasikan kepada *front office*, kemudian lepas *pillow case* dan letakkan *pillow* terpisah dengan *pillow case*
- b) Tarik *sheet* kotor dan *duvet* kotor, tarik satu per satu kemudian masukkan ke dalam *humper* atau tempat *soil linen*.

#### 4. *Making the bed*

*Making the bed* adalah merapikan atau menata tempat tidur menggunakan *sheet* atau *linen* satu per satu dimulai dari yang paling bawah sesuai dengan standar yang telah ditentukan. *Making bed* ada yang dilakukan dengan satu *sheet*, dua *sheet*, tiga *sheet*, dan ada yang menggunakan *duvet* seiring berkembangnya kemajuan teknologi dibidang perhotelan.

Sebelum melakukan proses *making bed* maka lakukanlah proses *striping linen* dengan cara membuka *sheet* satu per satu yang telah digunakan tamu serta mengecek :

- a) Apakah ada barang tamu yang tertinggal seperti anting, kalung, gelang, *handphone* dan lain – lain di tempat tidur
- b) Apakah ada *sheet* atau *linen* yang sobek atau rusak, jika ada yang sobek atau rusak pada saat *striping linen* harus dipisahkan dengan *linen* yang lain.

- c) Apakah ada noda berat seperti tinta, darah, dan saos yang harus dipisahkan dengan linen yang lain
5. *Make up the bed with duvet* ( Merapikan Tempat Tidur dengan Duvet )
- o Persiapan Yang Harus Dilakukan
    - a) Siapkan seluruh *sheet* dan *duvet* yang bersih letakkan diatas *night table* atau tempat yang aman dari kotoran – kotoran
    - b) Pastikan bahwa *bed kirt* telah terpasang rapi pada sisi *springbox* diatas matras
  - o Langkah dan Proses *Making Bed*
    - a) Ambil *sheet* satu lalu tebarkan menutupi semua matras dan perhatikan sisi simetris atau garis tengah dari *sheet* satu tersebut agar sisi kiri, kanan, atas, bawah, sama rata
    - b) Masukkan ujung – ujung *sheet* yang berada pada sudut kiri dan kanan membentuk sudut segitiga dengan kencang dan rapi
  - o Proses Pemasangan *Duvet*
    - a) Ambil *duvet cover* yang bersih kemudian masukkan *duvet inner* kedalam *duvet cover*, kemudian tebar sampai semua ujung – ujung *duvet inner* sudah masuk kedalam *duvet cover*

- b) Jika semua sudah rapi lipat, langkah selanjutnya membuat sabuk dengan cara melipat bagian atas sebanyak 2 kali

6. *Cleaning the bathroom*

- a) Semprotkan *chemical* ke semua area kamar mandi, mulai dari *wash basin, toilet bowl, dan shower glass*
- b) Gosok semua permukaan yang diberi *chemical* dengan *sponge*
- c) Ganti semua *towel* yang kotor dengan yang bersih sesuai SOP
- d) Lengkapi *amenities* yang dipakai tamu ( *consum by guest* ) sesuai standar
- e) Bersihkan lantai kamar mandi dengan cara menggunakan *OOtowel* dan *moping* menggunakan *cutter mop*  
*Cleaning the bathroom*
- f) Semprotkan *chemical* ke semua area kamar mandi, mulai dari *wash basin, toilet bowl, dan shower glass*
- g) Gosok semua permukaan yang diberi *chemical* dengan *sponge*
- h) Ganti semua *towel* yang kotor dengan yang bersih sesuai SOP
- i) Lengkapi *amenities* yang dipakai tamu ( *consum by guest* ) sesuai standar
- j) Bersihkan lantai kamar mandi dengan cara menggunakan *OOtowel* dan *moping* menggunakan *cutter mop*
  - a) Proses *dusting* sebaiknya lakukan searah jarum jam untuk memastikan semua *furniture* tidak ada yang terlewatkan



- b) Setelah selesai lengkapi *guest supplies* yang digunakan tamu sesuai standard

#### 7. *Vacuuming The Room*

*Vacuuming* lantai dari area yang paling jauh dari pintu dan berjalan mundur, pastikan semua lantai tidak ada yang terlewatkan dan bebas dari rambut.

#### 8. *Check Room* ( Proses Pengecekan kamar )

Memastikan ulang untuk semua kebersihan, kelengkapan, kerapian, dan kesegaran ruangan kamar yang sudah dibersihkan.

#### 1.5.4 Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Maddy (dalam Cahyani : 2009; 8) Pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, 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.

Pendapat lain menyatakan Rahmayanty (dalam Wahyuni : 2019) adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisiten dan akurat.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan definisi dari pelayanan prima (*service excellent*) adalah sebuah tindakan kepedulian sebuah organisasi ataupun perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan detail sesuai dengan standar operasional prosedur dengan minim kesalahan yang membuat kecewa pelanggan, dan pelayanan tersebut melebihi ekspetasi dan kebutuhan pelanggan untuk mewujudkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

#### 1.5.5 Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 Barata (dalam Lasriyanti : 2003; 31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitide*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

##### a) Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

##### b) Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c) Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan parapelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

e) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

f) Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Pendapat lain menyatakan bahwa konsep pribadi pelayanan prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, komunikasi, pengetahuan, dan penyampaian.

Konsep pelayanan prima tersebut terdiri dari hal-hal berikut ini  
Pendit (dalam Pandjaitan : 2004; 51):

- a. Pribadi prima tampil ramah
- b. Pribadi prima tampil sopan
- c. Pribadi prima tampil yakin
- d. Pribadi prima tampil rapi
- e. Pribadi prima tampil ceria
- f. Pribadi prima senang memaafkan
- g. Pribadi prima senang bergaul
- h. Pribadi prima tampil belajar dari orang lain
- i. Pribadi prima senang dalam kewajaran
- j. Pribadi prima senang menyenangkan orang lain

Jadi konsep pelayanan prima meliputi A6, yaitu Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

#### 1.5.6 Dimensi Pelayanan Prima (*ServiceExcellent*)

Vincent Gaspersz menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses
- b. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan
- c. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis
- d. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan
- e. Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya
- f. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya
- g. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, alat komunikasi, dan lain-lain

#### 1.5.7 Proses dan Tahapan Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Judiari (dalam Widiawati : 2018) Proses dan tahapan pelayanan prima :

- a. Pancarkan segenap sikap positif kepada orang lain/pelanggan.  
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian),

membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).

b. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.

Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).

c. Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan.

Langkah: ambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas/asertif, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, membantu mereka merasa penting, memberikan lingkungan yang menyenangkan.

d. Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani.

Langkah: tuntaskan semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelayanan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

## **1.6 Prosedur Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Lokasi yang dipilih yaitu Sheraton Surabaya Hotel & Towers, yang terletak di Jl. Embong Malang Nomor 25 – 31, Kedungdoro, Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya, Jawa Timur 60261, Telp. (031) 5468000.

Penelitian berlangsung selamabulan Januari hingga bulan Juni di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

Penulis memilih lokasi penelitian di Sheraton Surabaya Hotel & Towers karena penulis melakukan *On The Job Training* di hotel tersebut, sehingga dengan memilih hotel ini memudahkan penulis dalam mencari ataupun mengumpulkan data – data untuk penunjang kegiatan penelitian untuk tugas akhir.

Tabel 1.2 Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				JUNI				JULI											
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				

Keterangan

- : Persiapan PKL
- : Pelaksanaan PKL
- : Penulisan Tugas Akhir
- : Penyerahan Tugas Akhir



### 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi & Partisipasi

Megadakan pengamatan langsung di Sheraton Surabaya Hotel & Towers, serta ikut terlibat langsung dalam cara kerja sebagai seorang *roomboy* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

#### b. Wawancara (*interview*)

Metode *interview* adalah suatu pengumpulan data yang merupakan proses tanya jawab secara lisan dan langsung dari sumber informasinya. Wawancara dilakukan dengan *executive housekeeper*, *supervisor*, dan *roomboy* dan pihak yang lain yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan selama mengikuti *On The Job Training* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

#### c. Studi Pustaka

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data – data dan informasi dengan mempelajari buku – buku referensi, laporan – laporan, jurnal, artikel, skripsi, dan media lainnya yang berkaitan dengan laporan tugas akhir.

#### d. Dokumen

Dokumen berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data – data mengenai Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

### 1.6.3 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka (Sulistyo-Basuki, 2006:78).

Langkah-langkah penelitian kualitatif yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut (Sulistyo-Basuki, 2006: 81) :

1. Langkah pertama atau persiapan: mempertimbangkan fokus dan memilih topik, menyatakan masalah dan merumuskan pendahuluan pernyataan, menyatakan masalah dan merumuskan pendahuluan pernyataan.
2. Langkah kedua atau penjelajahan yang luas: mencari lokasi/subjek potensial, memilih lokasi/subjek yang dianggap cocok, menguji kecocokan lokasi/subjek luas, eksplorasi, mengembangkan rencana umum, melakukan kajian percobaan/mengumpulkan data awal, merevisi rencana umum.
3. Langkah ketiga/memusatkan diri pada himpunan aktifitas yang terfokus : mengumpulkan data, menyempurnakan rencana penelitian/penjelasan fokus, aktifitas terfokus, menyempitkan pengumpulan data, dan analisis data.