

# Penerapan Kualitas Pelayanan pada Front Office Departement untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu di Lombok Plaza Hotel & Convention

Rufinus Surdi <sup>1\*</sup>, I Ketut Astawa <sup>2</sup>, Dewa Made Suria Antara <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

\*Corresponding Author: rofisudi49@gmail.com

**Abstrak:** Penelitian ini membahas tentang analisis tentang penerapan kualitas pelayanan pada Front Office dalam meningkatkan kepuasan tamu terhadap pelayanan yang telah diberikan ialah Front Office, serta mengetahui indikator pelayanan yang perlu ditingkatkan dalam kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Front Office di Lombok Hotel & Convention. Sampel yang digunakan adalah 100 responden jumlah ini ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator penelitian (20) dengan 5 (lima). Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu insidental random sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SERVQUAL (Service Quality) dan Importance Performance Analisis (IPA). Hasil analisis SERVQUAL (Service Quality) menunjukkan bahwa gap atau kesenjangan yang bernilai positif lebih banyak dibandingkan gap yang bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Front Office secara keseluruhan sudah menunjukan pelayanan yang baik. Dalam hasil Importance Performance Analysis di mana indikator kualitas pelayanan Front Office yaitu: ketepatan waktu Front Office dalam menangani tamu chek out (Q5) dan daya tanggap Front Office dalam menangani keluhan tamu (Q10) merupakan indikator yang harus ditingkatkan. Sedangkan indikator seperti penampilan Front Office (bersih, rapi dan harum) (Q2), kecakapan Front Office dalam berkomunikasi (Q4), kemampuan Front Office dalam menyelesaikan keluhan tamu (Q8), ketanggapan atas bahasa tubuh tamu (Q11), kenyamanan atau penempatan kamar untuk ditempati oleh tamu (Q14), kesopanan Front Office dalam melayani tamu (Q15), memahami kebutuhan tamu (Q17), Front Office ramah saat melayani tamu (Q18), Front Office mampu menangani dan memberikan solusi baik terhadap masalah masalah yang dihadapi oleh tamu(Q19), dan memberikan pelayanan yang sama (tidak membeda bedakan) pelayanan kepada tamu (Q20) merupakan indikator yang harus dipertahankan.

**Kata Kunci:** kepuasan tamu, front office, SERVQUAL, importance performance analysis ( IPA )

**Abstract:** This study the implementation of the quality of front office departement service increasing guest satisfaction at Lombok Plaza hotel&convetntion. The purpose of this study is to determine the level of guest satisfaction with the service provided by the front office, as well as to determine the service indicators that need to be improved and maintained in the quality of service performed by the front office at Lombok plazahotel & Convention. Sample is 100 respondents, the number of which are taken from by multiplying the number of research indicators (20) by 5 (five). This study uses a sampling technique that is incidental random sampling. The analysis techniques are SERVQUAL (Service Quality) and Importance Performance Analysis. This result of the SERVQUEL (Service Quality) analysis show that the Gap or gap that is positive is more than the gap that is negatife, this shows that the quality of Service provided by the front office as a whole has shown good service . In the result of the Importance performance Analysis, the Front Office service quality indicators that must be improved are the timeliness of the Front Office in handling guest check out (Q5) and the responsiveness of the Front Office in handling guest complaints (Q10). While the indicators that need to be maintained are the Front Office apperance indicators (clean, need and fragrant) (Q2), Front Office skills in communication (Q4), the Front Office s ability to resolve guest Complaints (Q8), responsiveness to guest body language (Q11), comfort /placement of rooms to be occupied by guest (Q14), the Front Office is friendly when serving guest (Q15), Front Office understand guest needs (Q17), Friendly Front Office when serving (Q18), Front Office is able to handle and provide good solutions to the problems faced by guest(Q19), provide the same service (do not discriminat) service to guest (Q20).

**Keywords:** Guest satisfaction, Front Office , SERVQUAL, Importance performance analysis ( IPA )

**Informasi Artikel:** Pengajuan Repository pada November 2022

## Pendahuluan

Pulau Lombok merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia yang dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara karena keindahan serta keunikan budaya yang dimilikinya. Pada saat sekarang ini, pariwisata Lombok sudah berkembang pesat. Sebagai salah satu destinasi wisata, tentunya sudah memenuhi syarat penunjang seperti, fasilitas penunjang yang mencakup akomodasi, biro perjalanan wisata, pusat perbelanjaan dan lainnya (Bagyono.2012). Dari setiap sector usaha tersebut, menyuguhkan produk maupun jasa kepada wisatawan agar mereka merasa puas selama berada di destinasi wisata, karena kepuasan wisatawan tersebut akan sangat berdampak pada kelangsungan kepariwisataan di Lombok.

Menurut (Parasuraman, dkk 1985) kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap kesesuaian atau ketidaksesuaian antara keinginan yang dimiliki dengan manfaat produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan guna menciptakan kepuasan adalah membuat perluasan lini produk dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan pada wisatawan. Jika wisatawan merasa puas maka akan berdampak baik pula terhadap perusahaan, di mana konsumen akan membeli atau menggunakan produk atau jasa itu kembali, serta dapat menambah pendapatan perusahaan, dengan demikian dapat meningkatkan citra perusahaan.

Kepuasan akan berdampak terhadap Word of Mouth ( WOM) dan juga berdampak pada kunjungan selanjutnya dari wisatawan. Maka menjadi sangat penting memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pengunjung atau wisatawan (Chu, S. & Kim, Y.2011). Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responseeveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Konsumen akan segera meninggalkan produk atau jasa yang tidak bisa memenuhi kebutuhan maupun keinginannya dan akan memilih produk atau jasa dari perusahaan lain yang lebih baik dan berkualitas. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk memberikan produk maupun pelayanan yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dalam konteks penelitian ini yaitu Lombok plaza hotel & Convention, yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa akomodasi di Lombok (Kurnia, 2016). Untuk memenuhi keinginan tamu, tentunya Lombok plaza hotel & Convention memberikan pelayanan yang maksimal dari segala hal, baik itu layanan kamar maupun fasilitas penunjang hotel lainnya. Kepuasan tamu dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan hotel dari setiap departemen yang ada (Santoso, Aprih dan Widowati, Sri Yuni.2011).

## Metode

Lokasi Penelitian adalah di Lombokplazahotel & Convention yang berlokasi di jalan Pejanggik No 8 Cakranegara, Mataram, NTB. Periode penelitian ini berlangsung selama 4 bulan , dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Juli 2022.Penelitian ini menggunakan 100 sampling kuesioner karena terdiri dari 20 sub indikator dan 5 variabel,mengingat jumlah tamu yang menginap setiap bulannya berjumlah 2.500 orang per-bulan x 4 bulan = 1.000.000 orang. Dari jumlah yang menginap peneliti mengambil 10 % dari tamu yang menginap mendapatkan 100 orang menjadi sampling. Penelitian ini menggunakan metode insidental sampling.

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah penerapan kualitas pelayanan pada Front Office. (Agusnawar, 2002:1).untuk meningkatkan kepuasan tamu di Lombok Plaza Hotel & Convention dengan alasan sebagai berikut, Penulis bekerja di Lombok plaza hotel & Convention sejak hotel buka dengan sendirinya mempermudah memperoleh data, Lombok plaza hotel telah lama beroperasi sejak tahun 2011 dengan asumsi fasilitas kamar mulai tidak berfungsi dengan baik sarta pelayanan mulai berkurang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian hal tersebut di atas.

## Hasil dan Pembahasan

Lombok Plaza Hotel & Convention merupakan Hotel Bintang 3 di Cakranegara, Mataram, NTB dengan konsep hotel yang berbentuk sangat unik yaitu berbentuk ruko dengan 5 lantai Lombok Plaza Hotel & Convention terletak ditengah tengah toko toko seperti toko emas ,toko elektronik dan perbankan serta

dekat dengan tempat kuliner yang terkenal di Lombok yaitu ayam bakar Taliwang. Lombok Plaza Hotel & Convention hanya 45 menit dengan mobil dari Bandara International Lombok dan satu jam dari pelabuhan Lembar. Lombok plaza hotel & Convention beroperasi pada tahun 2011, Lombok Plaza Hotel & Convention berkomitmen untuk memfokuskan diri dengan penerapan penghematan energi, pelestarian lingkungan dan efisiensi dengan memanfaatkan bahan yang ramah lingkungan. Lombok Plaza Hotel & Convention merupakan hotel ke 2 dengan nama pemilik tunggal Bapak Anggi Suwito. Jumlah kamar yang ada di Lombok Plaza Hotel & Convention sebanyak 142 Kamar terdiri dari 80 king size dan 62 twin bed.

Menurut Winarno & Absror (2017), untuk mengetahui apakah semua karakteristik kualitas jasa pelayanan yang penting sudah menggunakan Importance Performance Analysis. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Statistical Program for Social Sciences (SPSS) (Janna & Herianto, 2021). SPSS adalah suatu paket program (software) aplikasi untuk mengolah data statistik. Dalam Teknik ini, responden diminta untuk meranking seberapa baik kinerja hotel dari masing-masing elemen tersebut. Tingkat penilaian tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian atau kuadran dalam Diagram Kartesius.

Analisis SERVQUAL digunakan untuk melihat hasil pelayanan yang dirasakan terhadap pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dalam hal ini tamu yang menerima pelayanan Front Office di Lombok Plaza hotel & Convention (Jazuli, Samanhuji, & Handoyo, 2020).

**Tabel 1.** Hasil analisis SERVQUAL kualitas pelayanan front office di Lombok Plaza Hotel & Convention

No	Variabel	Indicator	Rata rata harapan	Rata rata persepsi	Skor SERVQUAL (gap)	Keterangan
1	Aspek Fisik ( <i>tangibles</i> )	Kesiapan <i>Front Office</i> dalam menangani tamu chek in dengan cepat	4,96	4,67	-0,29	Negatif
		Penampilan <i>Front Office</i> rapi dan haru	4,05	4,05	0	Netral
		Kelengkapan di dalam guest passport, kunci kamar, vouche sarapan pagi serta voucher	4,98	5,20	0,22	Positif
		Kecakapan front office dalam berkomunikasi	4,98	5,16	0,23	Positif
2	Aspek Ke-handalan ( <i>Reliability</i> )	Ketepatan waktu <i>Front Office</i> dalam menangani proses tamu chek out	4,91	4,81	-0,10	Negatif
		Kesesuaian dengan <i>Standard Operational Procedur</i> kerja dalam menangani reservasi kamar	4,98	4,74	-0,25	Negatif
		<i>Front Office</i> dapat memberikan informasi fasilitas hotel pada saat check-in	5,08	5,17	0,9	Positif
		Kemampuan <i>Front Office</i> dalam menyelesaikan keluhan tamu	5,06	5,20	0,14	Positif
3	Aspek Daya Tanggap	Ketanggapan <i>Front Office</i> dalam	5,01	4,55	-0,45	Negatif

	( <i>Responsiveness</i> )	melayani permintaan tamu				
		Daya tanggap <i>Front Office</i> dalam mengatasi keluhan tamu.	5,01	4,61	-0,40	Negatif
		Ketanggapan atas bahasa tubuh tamu.	5,01	5,07	0,06	Positif
		Konsisten dalam memberikan pelayanan.	4,98	4,96	0,02	Positif
4	Aspek Keterjaminan ( <i>Assurance</i> )	Kerahasiaan nomor kamar yang terjaga dengan baik oleh <i>Front Office</i> .	5,03	5,96	0,93	Positif
		Kenyamanan/ Penempatan kamar untuk ditempati oleh tamu	4,90	4,90	0	Netral
		Kesopanan <i>front office</i> dalam melayani tamu	5,03	5,22	0,18	Positif
		Ketepatan janji oleh <i>Front Office</i> kepada tamu	4,98	5,15	0,16	Positif
5	Aspek Empati ( <i>Emapathy</i> )	<i>Front Office</i> memahami kebutuhan tamu	4,96	5,10	0,14	Positif
		<i>Front Office</i> ramah saat melayani tamu	5,03	5,12	0,09	Positif
		<i>Front office</i> mampu menangani dan memberikan solusi baik terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh tamu	5,01	5,01	0	Netral
		Memberikan pelayanan yang sama (tidak membedakan) pelayanan kepada tamu	5,22	5,03	0,19	Positif

Dalam analisis SERVQUAL, model yang digunakan yaitu untuk menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni layanan yang diharapkan (*expected service*) dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*) oleh pelanggan dalam hal ini adalah tamu yang menginap di Lombok Plaza Hotel & Convention. Apabila nilai skor SERVQUAL (*gap*) negatif (-), ini menunjukkan bahwa harapan tidak terpenuhi atau tidak terpuaskan (Prananda, Lucitasari & Khannan, 2019). Sedangkan skor SERVQUAL positif (+) menunjukkan harapan lebih dari terpenuhi atau sangat terpuaskan. Jika nilai skor SERVQUAL (*gap*) netral (0) menunjukkan bahwa harapan sudah terpenuhi atau terpuaskan (Mardiana, 2017).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis SERVQUAL (*Service Quality*), diartikan bahwa terdapat kesenjangan yang bernilai positif (+) maupun negatif (-) antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Front Office* di Lombok plaza hotel & Convention. Secara keseluruhan, *Front Office* di Lombok plaza hotel & Convention sudah memberikan pelayanan yang baik kepada tamu. Hal ini dapat ditunjukkan dengan kesenjangan skor SERVQUAL yang bernilai positif lebih banyak dibandingkan skor SERVQUAL yang bernilai negatif. Dari 20 indikator kualitas pelayanan, terdapat 12 indikator yang bernilai positif (+) dan 8 indikator yang berniali negatif (-). Artinya *Font Office* di Lombok plaza hotel & Convention sudah memberikan pelayanan yang baik kepada tamu.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa harapan tamu terhadap persepsi pelayanan yang dirasakan sudah memenuhi harapan, sehingga tamu merasa puas. Hasil dari Importance Performance Analysis, menunjukkan terdapat dua (2) indikator kualitas pelayanan Front Office yang berada di kuadran A, kondisi ini menunjukkan bahwa pada indikator ini harapan tamu sangat tinggi namun kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh Front Office belum mencapai maksimal sehingga tamu merasa kurang puas. Indikator kualitas pelayanan dari Front Office inilah seyogyanya yang harus diprioritaskan dalam pelaksanaannya oleh Front Office agar dapat menciptakan rasa puas bagi tamu.

Adapun indikator yang berada pada kuadran ini yaitu, ketepatan waktu Front Office dalam proses check out (Q5) dan daya tanggap Front Office dalam menangani keluhan tamu (Q10). Selain itu, adapun indikator kualitas pelayanan yang menjadi prestasi dan harus dipertahankan karena kinerjanya sudah melebihi harapan tamu sehingga tamu merasa puas. Adapun indikator pelayanan Front Office yang harus dipertahankan yaitu, penampilan Front Office (bersih, rapi dan harum) (Q2), kecakapan front office dalam berkomunikasi (Q4), kemampuan Front Office dalam menyelesaikan keluhan tamu (Q8), ketanggapan atas bahasa tubuh tamu (Q11), kenyamanan penempatan kamar untuk ditempat oleh tamu (Q14), dan kesopanan Front Office dalam saat melayani tamu (Q15), Front Office memahami kebutuhan tamu (Q17), Front Office ramah saat melayani tamu (Q18), Front Office mampu menangani dan memberikan solusi baik terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh tamu (Q19), Memberikan pelayanan yang sama (tidak membedakan) pelayanan kepada tamu (Q20).

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lombok Plaza Hotel & Convention yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

## Referensi

- Agusnawar. (2002). *Pengantar operasional kantor depan hotel*.
- Bagyono. (2012). *Pariwisata & perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Chu, S. & Kim, Y. (2011). Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites. *International Journal of Advertising*, 30(1), 47-75.
- Janna & Herianto, 2021. Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Jazuli, S., & Handoyo, (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode service quality (Servqual) dan importance performance analysis (IPA) di PT. XYZ. *Juminten*, 1(1), 67-75.
- Mardiana, R. (2017). Analisis kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi servqual menggunakan metode importance performance analysis (studi pada Indihome Witel Bandung). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 47-58.
- Prananda, Lucitasari & Khannan, (2019b). Penerapan metode service quality (SERVQUAL) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Opsi*, 12(1).
- Parasuraman, dkk(1985). *Pengukuran kualitas pelayanan (SERVQUAL)*.
- Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2011). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 13(2).
- Winarno, & Absror, T. (2017). *Analisis kualitas pelayanan dengan metode service quality (servqual) dan importance*.
- Kurnia, Y. (2016). Hubungan kualitas pelayanan departement front office dengan kepuasan tamu menginap di hotel.