

Upaya *Guest Relation Officer* (GRO) Dalam Melayani Tamu *Member Accor* Di *Front Office Departement* Hotel Mercure Pontianak Kalimantan Barat

Winda Rosita Dewi¹, Resti²

Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti ^{1,2}

Email: windardewi92@akparda.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana prosedur pelayanan seorang *guest relation officer* (GRO) di Hotel Mercure Pontianak Kalimantan Barat serta bagaimana upaya *guest relation officer* dalam menangani tamu *very important person* (VIP) di Hotel Mercure Pontianak. Metode penelitian ini menggunakan deskripsi kualitatif yaitu statistik deskripsi dengan subjek penelitiannya adalah *Guest Relation Officer* dengan tamu Membership Accor. Metode pengumpulan data melalui observasi, interview, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan oleh staf *front office*, semakin positif pengalaman tamu dalam menikmati layanan yang ada di hotel. Faktor utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan layanan *front office* adalah keterampilan interpersonal, kemampuan memahami kebutuhan tamu serta penerapan standar operasional dengan baik.

Kata Kunci: GRO, pelayanan membership accor, *front office* departemen

ABSTRACT

This research discusses how the service procedures of a guest relation officer (GRO) at Mercure Hotel Pontianak West Kalimantan and how the guest relation officer's efforts in handling very important person (VIP) guests at Mercure Hotel Pontianak. This research method used qualitative descriptions, namely descriptive statistics with the research subject was Guest Relation Officer with Accor Membership guests. Data collection methods were obtained through observation, interviews, documentation, and literature study. The results of this study indicate that the higher the level of service provided by front office staff, the more positive the guest experience in enjoying the services at the hotel. The main factors that contribute to the success of front office services are interpersonal skills, the ability to understand guest needs, and the implementation of operational standards properly.

Keywords: GRO, accor membership service, front office department

1. PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan dalam pembangunan nasional memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian, terutama dalam mendukung sektor jasa perhotelan. Industri perhotelan berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan akomodasi yang berkualitas (Prianka & Par, 2023). Peran sumber daya manusia yang terlibat dalam pelayanan menjadi sangat penting dalam lingkup perhotelan, terutama pada bagian ini terdepan yang berinteraksi langsung dengan tamu, yaitu di Departemen *Front Office* (Nawing & Telaumbanua, 2023). Salah satu bagian penting dalam Departemen *Front Office* adalah *Guest Relation Officer* (GRO). Profesi GRO merupakan bagian dari manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management) yang berfungsi untuk membangun hubungan baik antara hotel dan tamu (Islahudin & Salim 2024). GRO bertugas untuk menciptakan pengalaman positif bagi tamu selama menginap, memberikan informasi, menangani keluhan, dan menjamin kepuasan tamu selama berada di hotel. Peran ini menjadi semakin strategis terutama dalam menghadapi tamu-tamu khusus seperti tamu member Accor, yang merupakan bagian dari program loyalitas jaringan hotel Accor.

Program *Accor Live Limitless* (ALL) merupakan program loyalitas global dari jaringan hotel Accor yang memberikan berbagai keuntungan dan pelayanan eksklusif bagi para anggotanya. Tamu yang tergabung dalam program ini memiliki ekspektasi lebih tinggi terhadap layanan yang diterima, baik dari segi kecepatan, kualitas, maupun personalisasi layanan. Bagian ini merupakan letak tantangan bagi *Guest Relation Officer*, yakni bagaimana memberikan pelayanan prima dan memenuhi ekspektasi tamu member Accor yang sudah terbiasa dengan standar layanan tinggi dari jaringan hotel internasional. Hal tersebut menuntut GRO untuk memiliki keterampilan komunikasi interpersonal

yang unggul, ketelitian dalam memahami preferensi tamu, serta kemampuan menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat (Dian, et al., 2022).

Hotel Mercure Pontianak yang merupakan bagian dari jaringan Accor, memiliki komitmen dalam memberikan layanan berkualitas tinggi kepada setiap tamunya, termasuk para member Accor. Sebagai hotel berbintang yang melayani wisatawan domestik maupun mancanegara, Hotel Mercure Pontianak berupaya membangun citra positif melalui profesionalisme dan kualitas layanan. GRO di Hotel Mercure Pontianak memiliki peran vital dalam menjembatani kebutuhan dan harapan tamu dengan standar layanan yang diberikan oleh hotel dalam pelaksanaannya. GRO dituntut untuk selalu responsif dan proaktif dalam menciptakan pengalaman menginap yang personal dan berkesan sesuai dengan karakteristik tamu member yang dilayani (Wiyanti, 2024).

Terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi oleh GRO dalam melayani tamu member Accor dalam prakteknya. Beberapa kendala yang mungkin timbul antara lain perbedaan ekspektasi tamu dengan layanan aktual yang diberikan, keterbatasan sumber daya manusia, komunikasi yang kurang efektif, serta kendala sistem informasi atau teknologi yang digunakan dalam mendukung pelayanan. Selain itu, tidak semua GRO memiliki pelatihan khusus dalam menangani tamu-tamu eksklusif yang memerlukan pendekatan personal, empati, dan profesional. Oleh karena itu, harus dikaji lebih jauh bagaimana upaya yang dilakukan oleh GRO dalam memberikan pelayanan kepada tamu member Accor, sehingga dapat teridentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan tugasnya.

GRO sebagai wajah pertama dan terakhir yang dilihat oleh tamu memiliki posisi strategis dalam menciptakan kesan positif selama masa tinggal tamu di hotel. Oleh sebab itu, penelitian ini penting untuk mengetahui bagaimana strategi, pendekatan, serta teknik komunikasi yang diterapkan

oleh GRO dalam upaya memberikan pelayanan prima kepada tamu member Accor di Hotel Mercure Pontianak.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hotel

Menurut Suwithi (2013:10), menyatakan bahwa hotel adalah suatu akomodasi yang sebagian atau seluruh bangunan dipergunakan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya yang dikelola secara komersial. Hotel termasuk salah satu bidang usaha yang masuk dalam kelompok *Hospitality Industry*, dalam kelompok ini terdapat bidang-bidang yang masuk ke dalam industri jasa, seperti: hotel, restoran, perencanaan suatu perayaan, kapal pesiar, jasa penerbangan, taman hiburan, rumah sakit, jasa transportasi, dan sebagainya.

2.2. Front Office Departement

Menurut Maiziva (2017), *front office* berasal dari Bahasa Inggris “*front*” berarti kantor. Jadi *front office* berarti kantor depan. Kantor depan sebuah *departement* di hotel yang letaknya di hotel yang letaknya di bagian dengan yang biasanya ditempatkan di *lobby*. Hal ini bertujuan agar mudah dicari dan dilihat oleh tamu. *Front Office* merupakan salah satu *departement* yang menjadi *the first and the last impression for guest*, itu artinya *front office* harus menciptakan kesan yang baik. *Front Office* kerap disebut sebagai jantung sebuah hotel karena keberadaannya sangat penting. *Front Office* bertanggung jawab terhadap segala proses pemesanan kamar, pelayanan tamu mulai *per-arrival*, *check-in*, *check-out* dan *in house*.

2.3. Guest Relation Officer

Menurut Rumekso (2019), *Guest Relation Officer* (GRO) merupakan salah satu jabatan di Front Officer Department yang fungsinya sebagai perantara atau jembatan antara tamu dengan pihak hotel. Seorang GRO harus mampu berkomunikasi dengan berhubungan baik dengan semua orang. GRO berada di garis depan layanan

pelanggan yang bertugas untuk menyambut tamu ketika berada di hotel. GRO mempunyai tugas dari manajemen yaitu memberikan informasi fasilitas hotel dan penanganan keluhan tamu. Fungsi dari bagian ini hampir semua dengan *Public Relations*, karena bagian ini paling banyak memberikan perhatian dan berhubungan langsung dengan pihak luar yang mempunyai kepentingan dengan hotel seperti tamu, pengunjung, dan lain-lainnya.

2.4. Strategi

Menurut Munarika (2018), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan.

2.5. Tamu

Menurut Jaya Suvarna (2023), tamu merupakan orang-orang penting yang menggunakan fasilitas hotel. Tamu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah hotel. Oleh karena itu tamu layak mengharapkan dan mendapatkan pelayanan yang *professional* dari sebuah hotel. Setiap tamu ingin mendapatkan sesuatu yang lebih dari harga yang sudah mereka bayar. Menurut Tri R (2017), umumnya jenis-jenis tamu yang menginap di suatu hotel dapat diklasifikasikan sebagai berikut: *domestic tourist*, *free independent travellers*, *group inclusive tours*, *special interest tours*, *special attention guets*, *commercially important persons*, *very important persons*, dan *regular guests*.

2.6. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki arti yang sangat penting bagi pendapatan sebuah hotel. Hotel akan memperoleh keuntungan apabila berhasil membuat tamu merasa puas dengan pelayanan yang

diberikan. Memberi kepuasan terhadap tamu harus mengetahui apa yang di butuhkan dan apa yang diinginkan tamu, sehingga tidak menimbulkan *complaint* yang dapat merusak citra suatu hotel.

“Kualitas pelayanan merupakan keberhasilan pelayanan yang didapat melalui kepuasan pelanggan yang diberikan melalui tindakan” (Tjiptono, 2015). Kualitas pelayanan memiliki konsep yang terdiri dari 5 dimensi yaitu: *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, dan *responsiveness*.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2017:6) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khususnya alamiah dengan memanfaatkan berbagai topik alamiah. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memaparkan masalah yang timbul serta mendeskripsikan data dalam bentuk kata-kata sesuai fakta selama penelitian berlangsung agar dapat lebih memahami mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh Hotel Mercure Pontianak Kalimantan Barat.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dituliskan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara berikut ini:

a. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Menurut Sugiyono (2019: 297), observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan,

melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa wawancara merupakan teknik yang digunakan sebagai pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Pada hal ini yang mewawancarai adalah peneliti dan yang diwawancarai adalah orang yang paham secara praktis mengenai rumusan masalah penulis yaitu *front office manager*, *duty manager*, dan *senior guest relation officer*. Peneliti menyiapkan pertanyaan berdasarkan rumusan masalah yang diteliti untuk bertanya mengenai penjelasan yang lebih lanjut tentang apa yang sudah dijawab oleh narasumber.

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan juga berarti teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003). Tujuan dari studi pustaka adalah untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis berbagai sumber referensi yang relevan dan terpercaya yang berhubungan dengan topik penelitian atau studi tertentu. Pustaka yang digunakan sebagai sumber referensi dalam penelitian ini adalah buku-buku, laporan hasil penelitian dan jurnal ilmiah yang diterbitkan dalam waktu 10 tahun terakhir.

d. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Irfan (2019), merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dari informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung peneliti. Dokumentasi yang digunakan

adalah dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi yang diambil dari sosial media seperti fasilitas hotel, tipe kamar yang tersedia, dan informasi lainnya mengenai *front office department*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur Pelayanan Seorang *Guest Relation Officer* di Hotel Mercure Pontianak

1. Tugas dan tanggung jawab seorang *Guest Relation Officer* di Hotel Mercure Pontianak Kalimantan Barat sebagai berikut:

a. Memastikan dan mengontrol mengenai *guest cycle* saat berada di meja kerja *Guest Relation Officer*. *Guest cycle* merupakan serangkaian tahapan yang dilalui tamu mulai dari sebelum kedatangan hingga keberangkatan dan bahkan setelahnya. Berikut tahapan *Guest Cycle*:

1). *Pre-arrival* / Sebelum Kedatangan

Per-arrival ialah mempersiapkan segala keseluruhan layanan dan pengalaman untuk tamu bahkan sebelum mereka tiba di properti. Ini mencakup pengumpulan informasi, identifikasi preferensi, komunikasi awal yang proaktif, serta koordinasi internal antar departemen untuk memastikan kedatangan yang mulus dan kesan pertama yang positif, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan.

2). *Arrival*/Kedatangan

Arrival ialah untuk memberikan kesan pertama yang positif dan efisien, memastikan tamu merasa disambut hangat, dan membantu mereka segera merasa nyaman dan siap untuk menikmati masa menginap mereka.

3). *Occupancy* / selama menginap

Occupancy ialah tahap paling krusial dan berkelanjutan di mana hotel secara aktif memastikan kenyamanan, kepuasan, dan keamanan tamu dan privasi tamu terjaga dan merasa aman selama mereka menginap.

4). *Departure* / keberangkatan

Departure ialah sebagai tahap penutup yang krusial untuk meninggalkan kesan positif dan efisien di benak tamu. Pastikan semua urusan administratif diselesaikan dengan lancar, tamu menerima bantuan yang diperlukan, dan mereka pergi dengan rasa terima kasih serta harapan untuk kembali.

b. Bertanggung jawab kepada *Front Office Manager* mengenai pekerjaannya dalam tiap jadwal.

Dalam setiap pergantian *shift*, *Front Office Department* melakukan *briefing*. *Briefing* ini bertujuan untuk mengkaji apa saja yang akan dikerjakan pada *shift* itu dan jika ada masalah untuk segera di selesaikan, jika ada yang belum selesai kemudian ditangani oleh *shift* selanjutnya. Apa saja yang terjadi pada hari itu harus dilaporkan kepada *Front Office Manager* agar bisa dilakukan koordinasi dengan baik.

c. Bertanggung jawab kepada *Front Office Manager* mengenai pekerjaannya dalam tiap jadwal.

Dalam setiap pergantian *shift*, *Front Office Department* melakukan *briefing*. *Briefing* ini bertujuan untuk mengkaji apa saja yang akan dikerjakan pada *shift* itu dan jika ada masalah untuk segera di selesaikan, jika ada yang belum selesai kemudian ditangani oleh *shift* selanjutnya. Apa saja yang terjadi pada hari itu harus dilaporkan kepada *Front Office Manager* agar bisa dilakukan koordinasi dengan baik.

d. Memastikan kepuasan tamu pada saat akan melakukan *check-in*.

Fondasi utama untuk menciptakan pengalaman menginap yang positif dan berkesan. Seorang *Guest Relation Officer* haru memiliki rasa kepekaan yang tinggi serta sambutan yang hangat, proses yang cepat dan jelas, komunikasi yang informatif, serta sikap proaktif dalam penanganan masalah, hotel dapat memberikan kesan pertama yang kuat, membuat tamu merasa

dihargai, dan menetapkan standar tinggi untuk seluruh masa menginap mereka.

- e. Memastikan kelengkapan keperluan Group, kunci kamar, *welcome drink*, *breakfast voucher*, dan kamar apabila ada *request* dari tamu.

Untuk mempersiapkan kedatangan tamu grup seorang *Guest Relation Officer* harus memastikan kelengkapan keperluan grup saat kedatangan, berikut langkah-langkahnya:

- 1). Mengecek *Expected Arrival* pada system

Akan ada *group information* dari pihak *Sales and Marketing Department* kepada seluruh department terkait mengenai datangnya group. Setelah membaca dan menerima *group information*, *Guest Relation Officer* harus mengonfirmasi kepada sales yang bersangkutan mengenai permintaan khusus dari group kemudian menghubungi kontak *person in charge* untuk memastikan kedatangan dan jenis kendaraan apa yang digunakan.

- 2). Memprogram kunci kamar

Hotel Mercure Pontianak menggunakan kunci berupa kartu yang harus di program dan *update* setiap harinya di *computer* sistem. Biasanya tamu group diletakkan di satu lantai agar mudah untuk koordinasi sekaligus menjaga kenyamanan tamu yang lain. Kunci kamar akan diberikan kepada *person in charge* agar dibagikan sesuai dengan permintaan tamu terkait dengan tipe kamar, jenis *bed* yang menggunakan *twin bed* atau *double bed*.

- 3). Permintaan untuk *Welcome Drink*

Banyaknya jumlah *Welcome Drink* disesuaikan dengan jumlah tamu group dan dikeluarkan sesaat sebelum datangnya tamu agar kesegaran masih terasa, diletakkan di *lobby* untuk memudahkan tamu yang akan menikmati.

- 4). Permintaan *voucher breakfast*

Banyaknya jumlah *Voucher Breakfast* disesuaikan dengan jumlah grup yang ada agar mereka dapat menikmati *Breakfast* di pagi hari sebelum mereka beraktivitas kerja usahakan semua tamu grup harus mendapatkan semua *Voucher*

Breakfast di pagi hari agar tidak ada kesalahan.

- 5). *Request* dari tamu grup

Mengelola semua permintaan ini memerlukan koordinasi yang sangat baik antara departemen *Sales & Marketing* (yang menangani pemesanan grup), *Front Office*, *Housekeeping*, *Food & Beverage*, dan *Concierge*. Pencatatan yang akurat di sistem dan komunikasi yang jelas dengan *tour leader grup* adalah kunci untuk memastikan semua permintaan terpenuhi dan menciptakan pengalaman yang mulus bagi seluruh rombongan

- f. Memastikan bahwa perlengkapan untuk tamu VIP sudah disiapkan

Guest Relation Officer bertugas memastikan dan mengatur segala keperluan tamu VIP mulai dari persiapan kamar hingga layanan tambahan sesuai dengan standard operational procedure. *Guest Relation Officer* harus memastikan tamu VIP merasa istimewa dan memiliki pengalaman menginap yang tak terlupakan.

Tugas terpenting dari *Guest Relation Officer* adalah meng-*handle* tamu VIP dan nama baik hotel dipertaruhkan di sini sehingga kinerja yang sempurna sangatlah dibutuhkan. Dalam menangani tamu VIP ada beberapa hal yang harus dilakukan sebagai berikut:

- 1). Mengecek *Expected Arrival* pada sistem, menghubungi ajudan atau sekretaris untuk menanyakan jam kedatangan sehingga persiapan yang dilakukan dapat maksimal.

- 2). Kamar untuk tamu VIP harus di *blocked* dari jauh hari agar dapat dijaga kebersihan dan kenyamanannya.

- 3). Menyiapkan *VIP Treatment*, untuk mempersiapkan *VIP Treatment* ada beberapa hal yang harus dilakukan sebagai berikut:

- a). Buah-buah (*fruit basket*) pemesanan dilakukan h-1 kepada pihak *pastry*, pemesanan dilakukan dengan mengisi *form* yang tersedia disertai dengan tanda tangan *head of departement*.

- b). Melakukan *room check*, kamar yang akan ditempati VIP harus di cek oleh GRO

karena bagian riskan yang sering terjadi masalah seperti saluran TV, suhu ruangan, keberihan kamar mandi (ada rambut, debu, jaring laba-laba), fasilitas tambahan (ketel dan *hair dryer*), estetika ruangan (*curtain*). *Room check* bisa dilakukan oleh pihak *engineering* dan *housekeeping* agar ketika ada kesalahan dapat langsung di *follow up*.

c). Membuat *welcome letter* dan *greeting card* untuk tamu VIP yang diletakkan di dalam kamar dibuat atas persetujuan dari *front office manager*, untuk *greeting card* dibuat oleh GRO.

d). Menyambut tamu VIP di Hotel Mercure Pontianak disambut sesuai dengan kategori tamu VIP.

Tabel 4.1. Kategori VIP dan Penyambutannya

Kategori VIP	Penyambut
Tamu yang menginap di <i>Junior Suite</i> dan <i>Executive Suite</i>	FOM, DM, MOD, GRO
Tamu <i>Repeater</i>	FOM, DM, MOD, GRO
Tamu dari Accor International	GM, FOM, DM, MOD, GRO
Tamu yang diberikan status VIP oleh GM dan <i>Owner</i>	GM, FOM, DM, MOD, GRO
Tamu aparat dan pejabat tinggi	GM, FOM, DM, MOD, GRO

Keterangan:

GM : General Manager

DM : Duty Manager

FOM : *Front Office Manager*

MOD : Manager on Duty

GRO : Guest Relation Officer

2. Bagaimana prosedur pelayanan seorang Guest Relation Officer di Hotel Mercure Pontianak

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tugas dan tanggung jawab yang telah dilakukan dengan *Front Office*

Manager dan *Guest Relation Officer* selama masa penelitian, maka ditemukan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Mercure Pontianak. *Guest Relation Officer* menerapkan beberapa prosedur pelayanan sebagai berikut:

a. Personalisasi pelayanan

Menggunakan sistem manajemen tamu untuk mencatat preferensi, riwayat kunjungan, dan kebutuhan khusus tamu. Ini membantu *Guest Relation Officer* untuk menawarkan layanan yang sesuai, seperti kamar favorit atau jenis bantal yang disukai.

b. Penyambutan yang ramah dan hangat

Penyambutan yang ramah dan hangat di hotel sangat penting untuk menciptakan kesan pertama yang positif dan membuat tamu merasa nyaman. Ini meliputi senyum tulus, kontak mata, bahasa tubuh yang bersahabat, dan sapaan personal. Selain itu, pemberian minuman selamat datang atau suguhan, proses *check-in* yang efisien, dan pengetahuan yang baik tentang hotel juga sangat membantu.

c. Pelatihan dan pengembangan keterampilan

Mengadakan program pelatihan reguler yang mencakup keterampilan komunikasi, penanganan keluhan, serta pengetahuan tentang budaya dan sopan santun tamu dari berbagai latar belakang.

d. Respon Cepat dan Efisiensi

Mengembangkan sistem untuk memastikan agar keluhan dan permintaan tamu untuk ditangani dengan cepat. Ini bisa dilakukan dengan menggunakan sistem khusus untuk mencatat dan mengatur permintaan tamu.

e. Kerjasama tim

Memastikan *Guest Relation Officer* berkolaborasi dengan baik dengan departmen lain, seperti *Housekeeping*, *Food and Beverage*, dan manajemen, untuk memastikan pelayanan yang terkoordinasi dan efisien.

f. Informasi yang akurat dan benar

GRO harus mampu memberikan informasi yang akurat dan detail tentang hotel, fasilitas, dan layanan yang tersedia

agar tamu merasa aman nyaman. Seorang GRO di Hotel Mercure Pontianak menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu: personalisasi pelayanan, penyambutan yang ramah dan hangat, pelatihan dan pengembangan keterampilan, respon cepat dan efisien, kerjasama tim, informasi yang akurat dan benar.

B. Upaya Guest Relation Officer dalam menangani tamu *Very Important Person* (VIP) di Hotel Mercure Pontianak

Hotel Mercure Pontianak, sebagai salah satu hotel bintang empat di Pontianak, menyadari pentingnya penanganan tamu VIP secara profesional dan personal. GRO adalah salah satu posisi penting di departemen *front office* yang bertugas untuk memberikan pelayanan prima kepada tamu, khususnya tamu- tamu istimewa seperti *Very Important Person* (VIP).

Guest Relation Officer (GRO) memiliki peran penting dalam memastikan kepuasan dan kenyamanan tamu, terutama tamu VIP. Di Hotel Mercure Pontianak, GRO harus menjalankan tugas secara profesional dengan memperhatikan standar pelayanan khusus yang lebih tinggi bagi tamu VIP. Dalam sub bab ini akan membahas tentang upaya GRO dalam menangani tamu *Very Important Person* VIP di Hotel Mercure Pontianak serta hambatan dan tantangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap tamu di *Front Office Department*.

1. Upaya GRO dalam menangani tamu *Very Important Person* VIP di Hotel Mercure Pontianak.

Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Mercure Pontianak telah menggunakan upaya-upaya penting dalam menyambut tamu *Very Important Person* VIP serta loyalitas yang baik kepada tamu.

a. Tugas Harian

Seorang GRO akan memberikan sambutan khusus kepada tamu *Very Important Person* VIP sejak kedatangan, seperti:

1). Penyambutan di pintu masuk atau *lobby*.

2). Memberikan *welcome drink* atau handuk hangat/dingin.

3). Sapaan secara personal menggunakan nama tamu.

4). Pelayanan *check-in* dan *check-out* prioritas

b. Tamu *Very Important Person* (VIP) diberikan layanan *check-in/check-out* cepat tanpa tamu menunggu lama, biasanya:

1). Dilayani langsung oleh *Guest Relation Officer* (GRO).

2). Disediakan area khusus (VIP lounge atau ruang tamu pribadi).

3). Menyediakan kamar khusus dan fasilitas premium

c. Seorang *Guest Relation Officer* (GRO) harus memastikan kamar VIP sudah disiapkan dengan:

1). Dekorasi khusus atau personalisasi (misal: bunga, ucapan selamat datang).

2). *Amenities* eksklusif (minibar gratis, buah-buahan, perlengkapan mandi mewah).

3). Permintaan khusus tamu, seperti jenis bantal atau aroma ruangan.

4). Menjadi penghubung dan asisten pribadi

d. Seorang *Guest Relation Officer* (GRO) juga harus membantu memenuhi kebutuhan tamu VIP secara langsung, seperti:

1). Reservasi restoran, spa, transportasi.

2). Memberikan informasi wisata atau kegiatan sekitar hotel.

3). Menyediakan layanan *concierge* secara personal.

4). Menjaga komunikasi yang aktif dan personal

e. Seorang *Guest Relation Officer* (GRO) harus selalu siap dan siaga dalam berkomunikasi dengan tamu:

1). Menanyakan kenyamanan tamu secara berkala.

2). Tanggap dan cepat menanggapi permintaan atau keluhan.

3). Membangun hubungan hangat tanpa melanggar privasi tamu.

f. Mencatat prefensi tamu untuk kunjungan selanjutnya

- 1). Makanan/minuman favorit.
- 2). Jadwal kebiasaan (waktu bangun, waktu sarapan).
- 3). Permintaan khusus saat menginap.

g. Penanganan keluhan secara cepat dan elegan

- 1). GRO menyelesaikan masalah secara cepat dan tidak berbelit.
- 2). Menyampaikan permintaan maaf dengan elegan dan profesional.
- 3). Memberikan kompensasi jika diperlukan, seperti *upgrade* kamar.
- 4). Menjaga kerahasiaan dan privasi tamu
- 5). Tidak membocorkan informasi pribadi.
- 6). Menjaga jarak yang sopan tetapi tetap responsif.

h. Cara berpakaian GRO saat menangani tamu VIP

- 1). Seragam formal dan rapi
- 2). Penampilan bersih dan rapi
- 3). Aksesoris sesuai standar
- 4). Senyum dan bahasa tubuh

2. Tingkat kepatuhan *Guest Relation Officer* terhadap upaya menangani tamu VIP di Hotel Mercure Pontianak.

a. Observasi Langsung

Atasan langsung seperti *Front Office Manager* atau *supervisor* melakukan pengamatan langsung terhadap perilaku dan kinerja GRO saat melayani tamu VIP. Observasi ini mencakup sikap, tata bahasa, keramahan, serta kepatuhan terhadap *standar operasional prosedur* (SOP).

b. Kuesioner Kepuasan Tamu

Hotel menyediakan formulir atau survei elektronik untuk tamu VIP guna memberikan penilaian terhadap pelayanan yang diterima. Hasil dari survei ini menjadi indikator langsung tentang efektivitas dan kepatuhan GRO dalam menjalankan tugasnya.

c. Evaluasi Kinerja Berkala

Penilaian rutin yang dilakukan oleh manajemen melalui sistem penilaian kinerja (*performance appraisal*) setiap satu bulan atau tiga bulan. Penilaian ini mencakup disiplin kerja, inisiatif, kemampuan komunikasi, serta pelayanan terhadap tamu VIP.

d. Umpan Balik dari Rekan Kerja dan Departemen Lain

Feedback dari rekan satu tim maupun departemen terkait (seperti *housekeeping*, F&B, dan *concierge*) menjadi bagian dari penilaian menyeluruh terhadap sikap kerja dan kolaborasi GRO dalam menangani tamu penting.

e. Program Tamu Misterius (*Mystery Guest*)

Hotel dapat menggunakan jasa tamu misterius yang berpura-pura menjadi tamu VIP untuk menilai pelayanan secara objektif, mencatat apakah GRO menjalankan tugas sesuai standar, dan sejauh mana mereka memperhatikan detail.

f. Audit Dokumentasi Pelayanan

Pemeriksaan terhadap *logbook*, laporan tamu VIP, dan catatan *follow-up* yang dilakukan GRO. Penilaian ini bertujuan memastikan bahwa setiap pelayanan yang diberikan terdokumentasi dengan baik dan sesuai SOP.

g. Wawancara Internal dan Uji Pemahaman

GRO juga dinilai melalui wawancara langsung oleh manajemen untuk mengukur pemahaman mereka terhadap tugas-tugas khusus saat menangani tamu VIP serta pengetahuan mereka tentang standar pelayanan hotel. Hotel Mercure Pontianak telah melakukan evaluasi tingkat kepatuhan *Guest Relation Officer* terhadap upaya penanganan tamu VIP melalui observasi langsung, kuesioner kepuasan tamu, evaluasi kinerja berkala, umpan balik dari rekan kerja dan departemen lain, program tamu misterius (*mystery guest*), audit dokumentasi pelayanan, wawancara internal dan uji pemahaman. Ini menunjukkan komitmen hotel dalam memastikan kepatuhan terhadap prosedur yang ditetapkan.

3. Hambatan dan tantangan dalam meningkatkan upaya menangani tamu VIP di Hotel Mercure Pontianak

Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Mercure Pontianak menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam upaya menangani tamu VIP di Hotel Mercure Pontianak. Berikut adalah beberapa hambatan dan tantangan yang umum dihadapi:

- a. Keterbatasan dalam hal jumlah staf, waktu, dan peralatan yang tersedia untuk melayani tamu dengan baik.
- b. *Guest Relation Officer* kurang mendapatkan pelatihan berkelanjutan yang memadai untuk mengembangkan keterampilan mereka, baik dalam hal layanan pelanggan maupun pengetahuan tentang *Standard Operational Procedure* terbaru.
- c. Hambatan dalam komunikasi antara *Guest Relation Officer* dengan *department* lain, seperti *Housekeeping* atau *Food and Beverage* dapat menghambat kelancaran pelayanan. Misalnya permintaan khusus dari tamu mungkin tidak diteruskan dengan baik.
- d. Masalah dengan sistem manajemen hotel atau teknologi yang digunakan dapat menghambat efisiensi *Guest Relation Officer*. Misalnya, sistem komputer yang sering bermasalah atau tidak ada akses ke perangkat *mobile* untuk melayani tamu di lokasi yang berbeda.

Guest Relation Officer di Hotel Mercure Pontianak menghadapi berbagai hambatan dalam meningkatkan upaya menangani tamu VIP seperti, keterbatasan dalam hal jumlah staf, kurangnya pelatihan khusus, hambatan komunikasi antar *department* serta masalah dengan sistem dapat meningkatkan stress kepada GRO.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Guest Relation Officer* di Hotel Mercure Pontianak telah menjalankan berbagai upaya profesional dan personal dalam

menangani tamu VIP, namun masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan staf, pelatihan yang kurang, kendala komunikasi antar *departemen*, dan hambatan teknologi yang memengaruhi kualitas layanan.

2. *Guest Relation Officer* di Hotel Mercure Pontianak memegang peran strategis dalam menciptakan pengalaman menginap yang berkesan melalui pelayanan yang personal, ramah, cepat tanggap, serta didukung koordinasi yang solid dan informasi yang akurat.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis menyampaikan saran untuk perbaikan operasional *front office departement* di Hotel Mercure Pontianak.

1. Manajemen hotel meningkatkan investasi dalam pelatihan berkelanjutan, memperkuat koordinasi lintas *departemen*, serta memperbarui sistem teknologi untuk mendukung efisiensi dan efektivitas pelayanan GRO terhadap tamu VIP.
2. Mengadakan pelatihan dan evaluasi kinerja GRO dilakukan secara berkala untuk menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan tamu secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Yulie, R., Mastuti, A., Windari, R., Dinda, A. K., Badriatus, D. S., Roosa, A. H., & Ferry Koes, H. (2022). *Hospitality Hard Skill dan Soft Skill Standard*.
- Irfan. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Seribu Bunga.
- Islahuddin, I., & Salim, M. A. M. (2022). *Staycation Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Perhotelan di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Perspektif Manajemen Pendidikan*. *Jambura Journal

- of Educational Management*, 127–151.
- Prianka, W. G., & Par, M. M. (2023). Industri Perhotelan. Dalam *PENGANTAR BISNIS PARIWISATA: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*, 59.
- Rumekso. (2019). Peran Guest Relation Officer di Front Office Department Hotel. *Jurnal Hospitaliti*, 5(2), 45-52.
- Maiziva, Drie Rona. (2017). Peranan Receptionist Pada Front Office Department Hotel Grand Zuri Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. <https://media.neliti.com/media/publications/209019-none.pdf>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Munarika. (2018). Strategi sebagai Proses Penentuan Rencana Pemimpin untuk Mencapai Tujuan Organisasi. *Jurnal Manajemen Modern*, 10(2), 45-58.
- Nawing, A. Y., & Telaumbanua, S. Y. (2023). Strategi Front Office Departemen Di Grand Puri Saron Boutique Hotel Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Tamu. *Jurnal Nusantara*, 6(1), 47–55.
- Nazir, Muhammad. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- R, T. (2018, Juni 5). *Pengertian Tamu Hotel dan 8 Jenis Tamu Hotel*. Retrieved from blog.spot: <https://informasitempat00.blogspot.com/2018/06/hotel-pengertian-tamu-hotel-dan-8-jenis.html>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suwithi, Ni Wayan. (2013). *Industri Perhotelan*. Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Suvarna, J. (2023). Peran Tamu dalam Industri Hotel: Sebuah Analisis Penting. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(2), 45-56.
- Tjiptono, F. (2015). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Wiyanti, W. (2024). *Dasar-Dasar Manajemen: Teori dan Praktek pada Perhotelan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.