

KINERJA WAITER/WAITRESS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS DI HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA)

I Ketut Suardana¹⁾, Neneng Nurhayati²⁾

^{1, 2)} Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti (AKPARDA) Yogyakarta

e-mail: suardana.ketut28@gmail.com¹⁾, icha_nurman@yahoo.com²⁾

ABSTRAK

Manajemen Hotel Sahid Raya Yogyakarta berkomitmen untuk menyediakan kualitas tinggi dari segi akomodasi dan pelayanan bagi tamu dengan kualitas pelayanan berstandar internasional, yang diharapkan dapat menjadikan Hotel Sahid Raya Yogyakarta mampu menjadi tujuan menginap bagi para wisatawan, baik domestik maupun wisatawan asing. Profesionalisme *waiter/waitress* adalah penentu yang mempengaruhi *image* dari pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dan mampu bersaing dengan perusahaan hotel lainnya diterapkan melalui pendekatan *self management practices*. Metode Penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Pengamatan dilakukan secara langsung selama pembimbingan dan pengawasan kegiatan *On the Job Training* Mahasiswa di Hotel Sahid Raya Yogyakarta, yaitu dengan mengamati apa saja yang dilakukan para *waiter/waitress* untuk meningkatkan kinerja serta pelayanan terhadap tamu. Setelah data diperoleh kemudian dilakukan studi pustaka dengan menelusuri literatur dan melakukan penelaahan terkait dengan bidang yang diteliti. Hasil penelitian yaitu untuk mencapai suksesnya pelayanan kepada pelanggan yang menghasilkan kepuasan, perlu ditekankan kepada paradigma dasar bahwa hotel merupakan *hospitality industry* yang bergerak di bidang jasa pelayanan keramah tamahan, untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu, yang hanya dapat ditempuh melalui penerapan prosedur kerja sesuai SOP dan terbentuk hubungan yang sinergis antar bagian dalam unit kerja hotel.

Kata Kunci: *pelayanan, kualitas, kepuasan, hubungan sinergis*

ABSTRACT

Sahid Raya Yogyakarta Hotel Management is committed to providing high quality in terms of accommodation and services for guests with international standard service quality, which is expected to make the Sahid Raya Hotel Yogyakarta able to become a destination for tourists, both domestic and foreign tourists. Waiter / waitress professionalism is the determinant that influences the image of the service provided. Therefore Hotel Sahid Raya Yogyakarta in managing and utilizing resources to be able to produce quality products or services and be able to compete with other hotel companies is applied through a self management practices approach. The research method used was qualitative analysis as a type of research whose findings were not obtained through statistical procedures. Data collected through interviews and observations. Observations were carried out directly during the guidance and supervision of the On the Job Training Student activities at the Sahid Raya Hotel, Yogyakarta, by observing what the waiters / waitresses were doing to improve performance and service to guests. After the data is obtained then a literature study is carried out by searching the literature and conducting studies related to the field under study. The results of the study are to achieve successful service to customers that produce satisfaction, it needs to be emphasized to the basic paradigm that the hotel is a hospitality industry engaged in hospitality services, to provide the best service to guests, which can only be achieved through the application of work procedures in accordance with SOP and formed a synergistic relationship between the parts in the hotel work unit.

Keywords: *service, quality, satisfaction, synergistic relationship*

1. PENDAHULUAN

Meskipun terdapat banyak pilihan tempat menginap, namun wisatawan sangat cermat dalam memilih tempat menginap selama tinggal (berlibur) di Yogyakarta. Salah satu yang menjadi pilihan wisatawan adalah Hotel Sahid Raya Yogyakarta, yang beroperasi sejak tahun 2012 dengan nama *The Rich Jogja Hotel*. Secara manajerial pihak manajemen Hotel Sahid Raya Yogyakarta berkomitmen untuk menyediakan kualitas tinggi dari segi akomodasi dan pelayanan bagi tamu dengan kualitas pelayanan berstandar internasional meskipun konsep arsitektur dari Hotel Sahid Raya Yogyakarta bernuansa klasik tradisional. Hal ini kemudian menjadikan

Hotel Sahid Raya Yogyakarta mampu menjadi salah satu tujuan menginap bagi para wisatawan, baik domestik maupun wisatawan asing. Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam menanamkan kepercayaan kepada para tamu dilakukan melalui komunikasi dan pendekatan secara emosional, hal ini tidak terlepas dari kepiawaian *waiter/waitress* Hotel Sahid Raya Yogyakarta yang bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan secara prima.

Meskipun tingkat pelayanan yang diberikan oleh Hotel Sahid Raya Yogyakarta telah direncanakan secara profesional, namun keluhan (*complain*) tetap ada pada pelayanan yang diberikan kepada para tamu, baik keluhan secara langsung

maupun tidak, terlebih tamu yang memiliki sikap konservatif, dan hal tersebut adalah sesuatu yang wajar dan normatif terjadi pada sebuah pelayanan hotel. Namun demikian, profesionalisme *waiter/waitress* adalah penentu yang dapat mempengaruhi *image* dari pelayanan yang diberikan oleh Hotel Sahid Raya Yogyakarta kepada para tamu yang menginap.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hotel

Hotel merupakan *hospitality industry* yang bergerak di bidang jasa pelayanan keramah tamahan, untuk memberikan pelayanan yang baik kepada tamu, maka prioritas utama pelayanan hotel secara umum dan juga di Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam penyediaan pelayanan kepada para tamu, menurut (Putri & Wicaksono, 2015) adalah sebagai berikut:

- 1) Selalu bersikap ramah dan responsif terhadap tamu dengan melakukan *standart greeting* jika berpapasan dengan tamu dan sopan terhadap semua tamu, tersenyum dan memberi salam, tidak membawa masalah pribadi atau keluarga ke dalam hotel, tidak lupa juga karyawan/karyawati dituntut selalu aktif dan responsif terhadap kebutuhan tamu, hendaknya jangan menunggu tamu mengajukan pertanyaan atau permintaan.
- 2) Disamping itu karyawan/ karyawati dituntut “Berpenampilan rapi dan bersikap profesional. Penampilan itu sangat penting karena hal tersebut tampak kelihatan oleh mata, seperti rambut harus pendek dan rapi, tidak boleh memiliki kumis, pakaian seragam dan badan harus bersih dan rapi, dan tidak lupa juga harus bersikap profesional, suka membantu, bertindak efisien dalam bekerja”.
- 3) Untuk mengoptimalkan kerja dalam acara-acara khusus sebelum bekerja diadakan *briefing* untuk menyampaikan hal-hal yang harus dikerjakan atau ada hal khusus yang berbeda dan juga dalam pembagian tugas masing-masing karyawan dan departemen yang terkait.
- 4) Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan diadakan pendidikan dan *training* terutama bagi karyawan baru atau peserta magang baru, pembekalan tentang fasilitas dan pelayanan yang dimiliki hotel secara umum, standar pelayanan hotel dan lainnya”.
- 5) Menyeleksi secara ketat bagi pemohon peserta magang. Untuk dapat ikut dan diterima menjadi peserta magang setiap orang harus dites dan diseleksi terlebih dahulu yaitu seperti kemampuan bahasa inggris, pengetahuan umum tentang hotel dan bidang yang dipilih, dan yang tidak lupa yaitu penampilan.
- 6) Mencari masukan, kritik dan saran dari tamu baik secara lisan maupun tulisan. Yang dilayani oleh hotel adalah tamu oleh karena itu sangat perlu hotel mengetahui apa yang diinginkan dan diperlukan tamu. Oleh karena itu hotel memerlukan masukan dari tamu melalui kritik dan saran. Masukan ini bisa secara lisan atau langsung kita meminta dan bertemu dengan tamu, biasanya diminta ketika acara sudah selesai.
- 7) Memberi pelayanan yang berbeda bagi pelanggan tetap. Tamu yang menjadi pelanggan tetap merupakan keuntungan bagi perusahaan. Selain kita mencari pelanggan baru juga harus berusaha untuk menjaga untuk tetap mempertahankan pelanggan yang telah ada.
- 8) Menangani keluhan atau *complain* tamu dengan baik. Dalam memberi pelayanan kepada tamu, tidak selamanya semuanya berjalan dengan lancar. Ada kalanya mendapat masalah atau *complain* dari tamu. Dalam menangani *complain* dari tamu harus hati-hati dan ditangani dengan baik karena kalau tidak pelanggan tidak akan datang

kembali atau pindah ke tempat lain. Oleh karena itu disarankan jika karyawan tidak bisa menangani sebaiknya diserahkan pada seniornya atau atasannya.

Menjaga kerjasama dan komunikasi yang baik dengan departemen lain sehingga tidak terkesan bekerja sendiri-tatapi berhubungan dengan departemen dan *section* lain untuk itu perlu adanya komunikasi dan kerjasama baik dengan bagian terkait, membangun keakraban, dan rasa kekeluargaan.

2.2. Departemen Hotel

Menurut Soenarno “Didalam sebuah hotel mempunyai departemen-departemen yang berperan penting dalam menangani tamu atau wisatawan. Salah satunya *department front office*. *Front office* dikenal sebagai *The First and the last impression of the guest*, artinya bagian inilah yang menentukan kesan pertama dan terakhir dari tamu. Disamping itu juga berfungsi sebagai tempat administrasi untuk menunjang kepuasan tamu dalam menangani tamu yang akan menggunakan kamar, mulai dari reservasi, penyambutan, tamu datang *checkin* sampai tamu *checkout*”. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *receptionist* merupakan salah satu seksi yang bertanggung jawab menangani penerimaan tamu, menjual kamar hotel dan fasilitas lainnya serta melayani tamu mulai dari memesan kamar, tiba di hotel menginap dan tamu yang akan meninggalkan hotel”, sehingga dalam pelayanan yang diberikan seorang *receptionist* harus dapat memberikan kesan yang baik dan kepuasan kepada tamu antara lainnya, menurut Sugiarto adalah sebagai berikut (Soenarno, 2006; Sugiarto, 2004 dalam Saputro et al., 2014):

- 1) Menyambut tamu personal yang datang di *front desk* dengan ramah dan sopan. Dari tamu masuk ke hotel kemudian disambut dengan murah senyum, memberikan salam dan menawarkan bantuan sehingga menciptakan kesan positif bagi tamu.
- 2) *Receptionist* harus bisa menguasai semua informasi baik itu informasi hotel maupun informasi kamar dan fasilitas lainnya
- 3) Membangun hubungan dengan seksi Reservasi. Dalam kegiatan *receptionist* maka dibutuhkan seksi yang saling mendukung satu sama lain dalam satu departemen yang saling berkaitan. Misalnya dalam proses penjualan kamar hotel. Pemesanan kamar hotel ini memberikan tentang informasi keadaan kamar dan lengkap data identitas pribadi tamu hotel. Maka dari itu pemesanan kamar sangat dibutuhkan pada tamu agar *receptionist* dalam melayani tamu dapat mempersiapkan kedatangan tamu tanpa ada kesalahan dari pihak hotel. Selain itu petugas penerima tamu harus mengetahui kamar mana saja yang sudah dipesan oleh tamu. Sehingga tamu dapat dipastikan memperoleh kamar pada waktu *check in*.
- 4) Membangun hubungan dengan Seksi *Telephone Operator*.
- 5) Membangun hubungan dengan Seksi *Concierge*. Adapun hubungan dari kedua seksi ini diantaranya sebagai berikut: Membawakan barang bawaan tamu. Membantu *receptionist* dalam informasi status kamar, Membantu *receptionist* untuk mengantarkan tamu yang akan mengantar ataupun penjemputan baik di bandara, stasiun maupun terminal.
- 6) Membangun hubungan dengan Tata Graha *Departemen (housekeeping)* merupakan seksi yang bertugas membersihkan area hotel baik area publik atau kamar.
- 7) Membangun hubungan dengan *Food & Beverages Departemen*. Bagian ini menyediakan makanan dan minuman bagi tamu.

- 8) Membangun hubungan *Receptionist Dengan Engineering Departement*. Bagian ini bertanggung jawab terhadap pemeliharaan struktur bangunan, masalah listrik dan mesin-mesin yang ada
- 9) Membangun hubungan dengan *Security Departement*. Bagian ini bertugas menjaga keamanan dan ketertiban diseluruh area hotel.
- 10) Membangun hubungan dengan *Accounting Departemen*. Bagian ini bertugas menangani masalah keuangan hotel.

2.3. Waiter/Waitress

Menurut Marsum dalam bukunya *Restoran Dan Segala Permasalahannya* *waiter* atau *waitress* ialah seseorang yang menyajikan makanan dan minuman di dalam sebuah restoran atau bar. *Waiter* atau *waitress* adalah karyawan atau karyawan di dalam sebuah restoran yang bertugas menunggu tamu-tamu, membuat tamu-tamu merasa mendapat sambutan dengan baik dan nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya, juga membersihkan restoran dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan untuk tamu berikutnya. Menurut Bartono *waiter/waitress* harus memenuhi standar *grooming* atau pengaturan rambut yang rapi, bersih, tidak panjang untuk pria, sehingga tidak menjadikan tamu yang berurusan dengannya menjadi risih. *Grooming* dan potong kuku mempunyai tujuan higienis. Jika seorang petugas restoran berambut panjang, tamu akan mendapat kesan kurang baik. Bila rambut pekerja panjang, maka tamu akan curiga jangan-jangan ada rambut yang jatuh satu atau dua helai kedalam makanan (Marsum, 2005; Bartono, 2005 dalam Yulianto & Guntur, 2015).

2.4. Pelayanan

Menurut Tjiptono, pelayanan yang baik kepada konsumen oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh sebab itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena semakin disadari kini pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004 dalam Susepti et al., 2017).

Pelayanan menurut Gronroos dalam Daryanti dan Ismayanto adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar tamu dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan/tamu. Menurut Kotler et al dalam Fandy Tjiptono Pelayanan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan sesuatu (Gronroos, 1990 dalam Daryanti dan Ismayanto, 2014; Kotler et al, 1996 dalam Fandy Tjiptono, 2004 dalam Baetie, 2018).

2.5. Kualitas Pelayanan

Menurut Atmawati Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas

pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan & meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Menurut Bloemer & De Ruyter Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari konsumen yang menggunakan suatu produk barang atau jasa tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat. Menurut Stoner, “Ukuran keberhasilan penyelenggara pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Kepuasan penerima layanan dicapai apabila penerima layanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan suatu masalah yang kompleks dan rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan (Atmawati, 2010; Bloemer & De Ruyter, 1998; Stoner, 2016 dalam Supartini et al., 2017).

Menurut Dapholkaret et al. dalam Tjiptono menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan antaseden terhadap kepuasan pelanggan, sehingga tingkat kualitas jasa diprediksi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan. Dalam konteks jasa perhotelan, konsumen juga memiliki ekspektasi tentang kualitas layanan hotel, dimana kualitas layanan hotel yang diterima konsumen merupakan perasaan psikologis konsumen setelah konsumen tersebut menerima jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Jika layanan yang dirasa berkualitas, maka akan memunculkan rasa puas, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam upaya untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Dapholkaret et al., 1996 dalam Tjiptono, 2005 dalam Tahalele, 2017).

2.6. Kepuasan Konsumen

Menurut Santoso & Tjiptono Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan konsumen dalam memberi layanan Bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar konsumen dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi konsumen. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Kotler & Armstrong yang dikutip dari buku “*Manajemen Pemasaran*” mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah suatu perasaan senang maupun kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja hasil dari suatu produk barang maupun jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Kotler Kepuasan konsumen merupakan salah satu dari faktor yang mempengaruhi barang atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan. (Santoso & Tjiptono, 2001; Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Kotler & Armstrong, 2010; Kotler, 2005 dalam Supartini et al., 2017).

Selanjutnya menurut Riadh et al. kepuasan pelanggan akan mampu menciptakan perilaku pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan, misalnya pengulangan transaksi, pelanggan tidak beralih pada penyedia jasa yang lain, menceritakan reputasi baik perusahaan serta bersedia membayar lebih adalah bentuk-bentuk *behavioral intentions* yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Zeithmal et al. Pemahaman terhadap perilaku konsumen harus ditempatkan pada konteks pemahaman paradigma pemasaran saat ini, yaitu digerakkan oleh pasar (*market driver*). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh minat atau niat berperilaku (*behavioral intentions*). Niat berperilaku merupakan indikator yang memberikan tanda atau isyarat apakah pelanggan akan bertahan atau meninggalkan perusahaan (Riadh et al., 2009; Zeithmal et al., 1996 dalam Tahalele, 2017).

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif. Menurut Anselm Strauss & Juliet Corbin dalam buku “*Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*”, dijelaskan bahwa penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuan yang tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Menurut Nazir “observasi langsung adalah pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut” (Anselm Strauss & Juliet Corbin, 2013; Nazir, 2011 dalam Yulianto & Guntur, 2015). Pengamatan dilakukan secara langsung selama pembimbingan dan pengawasan kegiatan *On the Job Training* mahasiswa di Hotel Sahid Raya Yogyakarta, yaitu dengan mengamati apa saja yang dilakukan para *waiter/waitress* untuk meningkatkan kinerja serta pelayanan terhadap tamu. Setelah data diperoleh *waiter/waitress* di Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam pelayanan kepada tamu. Dari evaluasi kinerja pelayanan yang dilakukan oleh *waiter/waitress* di Hotel Sahid Raya Yogyakarta

kemudian dilakukan studi pustaka dengan menelusuri literatur dan melakukan penelaahan terkait dengan bidang yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Eikontechnology.com (2018) “Bagi perusahaan yang bergerak di perhotelan, indikator bahwa perusahaan dapat mencapai kesuksesannya yaitu ketika pelanggan puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan merupakan prioritas dan hal vital bagi industri perhotelan. Dimana kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada penilaian hotel sehingga dapat menaikkan bahkan menurunkan *rating* dan *branding* hotel. Masalah-masalah yang sering terjadi di bidang perhotelan yaitu masalah yang berhubungan dengan ketrampilan, pengetahuan dan sikap yang kurang baik saat bekerja, serta seringnya terjadi konflik antar departemen”. Permasalahan tersebut antara lain seperti:

- 1) *Skills* : karyawan tidak menguasai bidang pekerjaan yang digelutinya.
- 2) *Knowledge* : Karyawan tidak sering meng-upgrade diri mengenai pengetahuan dan wawasannya, terlebih mengenai teknologi yang sedang dipakai oleh hotel
- 3) *Attitude* : Karyawan terkadang kurang sabar, empati, atau tidak jujur. Padahal butuh ketelatenan di industri perhotelan untuk melayani tamu dan memuaskan pelanggan
- 4) *Conflicts between departments* : perselisihan yang timbul dikarenakan miskomunikasi, kurangnya koordinasi dan kolaborasi.

Masalah-masalah tersebut bila tidak diselesaikan secepatnya, maka akan memberikan efek negatif yang jauh lebih besar. *Skills, knowledge, attitude* yang bermasalah akan berdampak langsung kepada *customer* hotel. Sedangkan konflik antar departemen akan mengakibatkan tingginya *turnover* karyawan karena ketidak harmonisan hubungan antar karyawan. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan masalah ini, manajemen harus mengetahui faktor-faktor penyebab timbulnya masalah ini.

Secara umum permasalahan yang terjadi pada industri perhotelan bersifat general, yaitu rata-rata memiliki banyak kesamaan, begitu juga permasalahan pada kinerja

kepada tamu yang kemudian ditinjau berdasarkan studi literatur, beberapa permasalahan dan cara penyelesaian yang terjadi secara umum dapat dihipotesis sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan Umum Kinerja Waiter/Waitress Dalam Pelayanan Kepada Tamu Di Industri Perhotelan

No	Permasalahan	Ketentuan	Kemungkinan Penyebab	Penyelesaian
1	Kesalahan prosedur <i>recruitment</i>	Seleksi Karyawan yang Masuk dengan Profesional	Nepotisme saat perekrutan karyawan mungkin menjadi salah satu cara untuk menemukan kandidat dengan cepat.	<ol style="list-style-type: none"> a. Membuat prosedur <i>recruitment</i> yang tidak membebani tim dan manajemen dengan memikirkan cara yang paling efektif dan efisien dalam rekrutmen. Dimana telah diketahui proses mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kriteria perusahaan tidaklah mudah. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan teknologi yang akan mempersingkat waktu dan membantu manajemen memoderenisasi proses rekrutmen. b. Menetapkan <i>job</i> spesifikasi dengan benar. Sesuaikan <i>job</i> spesifikasi tersebut dengan kebutuhan perusahaan perhotelan. Seperti penambahan ketentuan sertifikasi dan <i>soft skill</i> yang

					memang sesuai dengan kondisi perhotelan (ramah, empati, sabar, komunikasi baik).
2	Tidak adanya <i>training</i> yang berkelanjutan	Perbaiki alur kerja yang tidak efisien	Job description yang tidak jelas dan alur koordinasi yang rumit akan menyulitkan karyawan melaksanakan tugasnya dengan baik, sehingga karyawan akan terhambat karena masalah dalam penyampaian tugas, akibat buruknya garis koordinasi.	a. Manajemen perlu memastikan bahwa deskripsi pekerjaan setiap posisi kerja sudah layak dan sesuai. Perubahan itu sangat perlu. Namun bagaimana cara manajemen <i>manage</i> perubahan menentukan berhasil tidaknya metode yang digunakan. Maka, perlu dibuat alur kerja yang sesimpel dan seefisien mungkin. b. Memanfaatkan teknologi yang memang secara khusus dirancang untuk meningkatkan produktivitas kerja, sehingga Karyawan dapat mengirimkan, mengedit, dan mengkonsolidasikan dokumen atau <i>file</i> apapun hanya dengan satu klik “ <i>sharing</i> ”. Dengan konsep “ <i>sharing</i> ”, karyawan tidak perlu bolak-balik mengirim <i>file</i> setelah revisi.	
3	<i>Teamwork</i> tidak solid	yang Membangun Kerjasama dengan Membuat <i>Teamwork</i> yang Solid	-	Membuat <i>teamwork</i> yang solid atau membentuk tim kerja yang efektif dan solid tidak semudah membalikkan telapak tangan. Butuh strategi khusus dan waktu yang tidak sebentar untuk menyelami prosesnya dan mendapatkan hasilnya. Cara terbaik untuk membangun tim (<i>team building</i>) yaitu pastikan anggota tim memiliki koordinasi, komunikasi, dan kolaborasi yang baik.	
4	Kurangnya kolaborasi dan koordinasi antar tim kerja departemen	a. Membangun Kolaborasi Tim Kerja b. Menjaga Komunikasi Tim Kerja	Miskomunikasi antar departemen. Seperti pada umumnya sebuah tim, pasti memiliki kelemahan dan kekuatan. Salah satu tujuan dibentuknya tim adalah untuk saling melengkapi setiap anggota tim dalam melaksanakan tugas. Bila anggota tim yang satu lemah, maka diharapkan anggota tim lain dapat menutupi kekurangan tersebut. Sehingga, pekerjaan akan lebih cepat terselesaikan dan menghasilkan kinerja yang jauh lebih baik. Beberapa tim dan departemen, contohnya tim <i>front office</i> , <i>marketing</i> , <i>f&b</i> , <i>kitchen</i> , restoran, <i>house keeping</i> , harus bekerja sama dan berkolaborasi antar tim,	a. Manajemen perlu mencari cara dan alternatif untuk meningkatkan kolaborasi antar tim. Sehingga, tidak terjadi miskomunikasi, perbedaan data, dan pendelegasian tugas yang tidak jelas. b. Menjaga komunikasi dengan tim kerja. Baik dengan anggota tim atau dengan antar anggota tim. Dengan komunikasi, maka secara tidak langsung anggota tim akan saling mengetahui karakteristik dan bagaimana cara kerja masing-masing. Maka, kerjasama akan terbentuk. Menjaga komunikasi sangat penting dilakukan.	

(Sumber: hasil analisis peneliti, 2012)

Dalam upaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan profesional, menurut Wijaya & Sawitri Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya dituntut untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dan mampu bersaing dengan perusahaan hotel lainnya. Hal inilah yang menjadikan karyawan semakin dituntut untuk memiliki kemampuan (fisik dan intelektual, orientasi, inovatif) dan *self management practices*. Maka dari itu perusahaan Hotel Sahid Raya Yogyakarta membutuhkan sumberdaya manusia yang berkualitas dan membutuhkan sumberdaya manusia yang dapat bekerja secara efektif dan efisien. Dalam menciptakan kepuasan kerja, maka kompetensi yang harus dimiliki oleh individu Hotel Sahid Raya Yogyakarta perlu dilakukan dengan memberlakukan sistem rotasi pekerjaan (pertukaran posisi pekerjaan) dalam menyelesaikan tugas guna untuk menyesuaikan keahlian dan kemampuan masing-masing karyawan. Hal ini supaya karyawan tidak jenuh atau cepat bosan kemudian mengarahkan dan membimbing karyawan agar karyawan bekerja secara optimal supaya visi dan misi perusahaan dapat tercapai (Wijaya & Sawitri, 2015).

Dengan merencanakan strategi Seleksi Karyawan dengan Profesional, Memperbaiki alur kerja yang tidak efisien, Membangun Kerjasama dengan Membuat *Teamwork* yang Solid, Membangun Kolaborasi Tim Kerja dan Menjaga Komunikasi Tim Kerja, merupakan pendekatan *self management practices* pada sebuah industri perhotelan, demikian juga halnya Hotel Sahid Raya Yogyakarta merupakan sebuah inovasi yang secara tidak langsung akan menghasilkan kualitas perusahaan secara prima dan totalitas, sehingga pada akhirnya akan memberikan umpan balik positif kepada perusahaan dari persepsi dan imej yang timbul dari pada *customer*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dalam upaya terwujudnya pelayanan terbaik dari para *waiter/waitress* Hotel Sahid Raya Yogyakarta yang dapat memberikan kepuasan kepada tamu, menurut Parasuraman, et al., “pihak manajemen maupun seluruh karyawan perlu memahami SOP yang telah ditentukan dan menjaga kualitas produk secara konsisten agar kepuasan dapat dirasakan oleh tamu. Setiap tamu pasti memiliki harapan atas apa yang akan mereka peroleh baik pelayanan maupun makanan dan minuman yang mereka pesan. Tamu kemudian akan membandingkan antara harapan mereka dengan kenyataan apa yang mereka dapatkan dari jasa yang diberikan oleh pihak restoran. Jika harapan sesuai dengan apa yang mereka dapatkan, tamu akan merasa puas, demikian sebaliknya jika harapan tidak sesuai dengan apa yang mereka rasakan, tamu akan merasa kecewa”. Jika kepuasan yang dirasakan tamu dapat tercapai dengan maksimal dan sangat memuaskan baginya, hal ini merupakan pencapaian positif yang dicapai oleh pihak manajemen dalam kelangsungan usahanya. Dengan kepuasan tamu, keuntungan atas penjualan yang dilakukan bukan mustahil akan menjadi hal yang mudah diwujudkan (Parasuraman, et al., 1985 dalam Adinegara et al., 2015).

5.2. Saran

Kemampuan manajemen Hotel Sahid Raya Yogyakarta menjadi salah satu tujuan menginap bagi para wisatawan, baik domestik maupun wisatawan asing dalam menanamkan kepercayaan kepada para tamu yang dilakukan melalui komunikasi dan pendekatan secara emosional, hal ini tidak terlepas dari kepiawaian *waiter/waitress* Hotel Sahid Raya Yogyakarta yang bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan secara prima. Namun demikian keluhan (*complain*) tetap ada pada pelayanan yang diberikan kepada para tamu, baik keluhan secara langsung maupun tidak, terlebih tamu yang memiliki sikap konservatif, dan hal tersebut adalah sesuatu yang wajar dan normatif terjadi pada sebuah pelayanan hotel. Dengan merencanakan strategi Seleksi Karyawan dengan Profesional, Memperbaiki alur kerja yang tidak efisien, Membangun Kerjasama dengan Membuat *Teamwork* yang Solid, Membangun Kolaborasi Tim Kerja dan Menjaga Komunikasi Tim Kerja, yang kemudian di implementasikan pada pendekatan *self management practices* di Hotel Sahid Raya Yogyakarta merupakan sebuah inovasi yang secara tidak langsung akan menjamin kualitas perusahaan, sehingga pada akhirnya akan memberikan umpan balik positif kepada perusahaan dari persepsi dan imej yang timbul dari pada tamu secara positif. Hal tersebut dilakukan dalam usaha dapat terwujudnya kualitas pelayanan, karena kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan tamu yang menginap, sehingga melalui pelayanan yang optimal diharapkan dapat memberikan dorongan kepada tamu untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan Hotel Sahid Raya Yogyakarta. Dalam jangka panjang, ikatan tersebut diharapkan dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan tamu. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana Hotel Sahid Raya Yogyakarta dapat memaksimalkan pengalaman tamu yang menyenangkan & meminimumkan pengalaman tamu yang kurang menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegara, G. J., Yanti, N. K. P., & Astuti, N. M. E. O. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Tamu Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Sunset Restaurant Pada Hotel Puri Raja Di Legian, Kuta - Bali. *Universitas Dhyana Pura*, 10(2), 12–21.
- Baetie, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara. *JOM FISIP*, 5(1), 1–11.
- Eikontechnology.com. (2018). Cara Mengatasi Permasalahan SDM Di Perhotelan. Retrieved from eikontechnology.com website: <https://blog.eikontechnology.com/cara-mengatasi-masalah-sdm-di-perhotelan/>
- Putri, E. D. H., & Wicaksono, F. (2015). Peranan Housekeeping Dalam Meningkatkan Kenyamanan Tamu Di The Sahid Rich Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 6(2), 46–55.
- Saputro, F., Devi, E., & Putri, H. (2014). Aktivitas Receptionist Dalam Menangani Tamu Personal Di Ameera Boutique Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, V(2), 13–24.
- Supartini, Asita, N., & Pratiwi, Y. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bumi Surabaya City Resort. *Media Mahardhika*, 16(1), 1–16.

- Susepti, A., Djamhur Hamid, & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(5), 3–4.
- Tahalele, M. C. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Hotel terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Amboina di Kota Ambon. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(2), 160–175.
- Wijaya, D., & Sawitri, H. S. R. (2015). Pengaruh High Performance Human Resource Management Practices Dan Self Management Practices Pada Kepuasan kerja Karyawan. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 15(2), 57–78.
- Yulianto, & Guntur. (2015). Upaya profesionalisme kerja waiter untuk peningkatan pelayanan tamu di the grand palace hotel yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, VI(1), 89–97.