

Kemampuan Berkomunikasi Front Desk dalam Melayani Tamu Hotel

Nuryadina Augus Rini

Department Tourism and Hospitality, Polytechnic Sahid Jakarta
Jl. Gandaria III No.3, RT.7/RW.1, Taman Puring, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12130, Indonesia

Keyword :

Communication,
Front Desk,
Service

ABSTRACT

The hotel is a place to stay for some people who are visiting a place. Their visits have a specific purpose that is generally for business or leisure. The reason some people choose a hotel as a temporary place to stay is because they have the facilities that guests want, and expect good service they want to get. One of the departments that provide services when first entered in the lobby room is the Front Office department. FO Department provides complete service for guests arriving. Since entering the lobby, guests will get reservation services, information, telephone operators, concierges in charge of serving guests and all goods brought, and cashier. Guests will interact more with front desk employees, so front desk employees need to build good interaction through communication. Good and polite communication becomes an attraction for guests to come stay over and over again at other times. But sometimes communication can have an adverse impact if there is a misconception caused by several factors. Factors of communication that make the giver and recipient of the message become misunderstood as much as possible in avoiding. There are a variety of solutions that can be done to avoid communication that results in fatal misunderstandings. Therefore, researchers try to provide the factors that cause misunderstandings and how to avoid communication misconceptions that occur.

Kata kunci:

Komunikasi,
Front Desk,
Pelayanan

SARI PATI

Hotel adalah sarana tempat menginap bagi beberapa orang yang sedang berkunjung ke suatu tempat. Kunjungan mereka memiliki tujuan tertentu yang pada umumnya untuk urusan bisnis atau berlibur. Alasan beberapa orang memilih hotel sebagai tempat menginap sementara karena memiliki fasilitas yang tamu inginkan, dan mengharapkan pelayanan yang baik yang mereka ingin dapatkan. Salah satu departemen yang memberikan pelayanan disaat pertama kali masuk di ruang lobby adalah departemen Front Office. Departemen FO memberikan pelayanan yang lengkap bagi tamu yang datang. Sejak memasuki ruang lobby, tamu akan mendapatkan pelayanan reservasi, informasi, telephone operator, concierge bertugas melayani tamu dan barang-barang yang dibawa, dan kasir. Tamu akan lebih banyak berinteraksi dengan karyawan front desk, sehingga karyawan front desk perlu membangun interaksi yang baik melalui komunikasi. Komunikasi yang baik dan sopan menjadi daya tarik tamu untuk datang menginap berulang di lain waktu. Namun kadang komunikasi yang dijalin dapat memberikan dampak buruk apabila ada kesalahpahaman yang ditimbulkan akibat beberapa faktor. Faktor-faktor terjadinya komunikasi yang membuat pemberi dan penerima pesan menjadi salahpahaman sebisa mungkin di hindari. Ada berbagai macam solusi yang dapat dilakukan untuk menghindari komunikasi yang berakibat kesalahpahaman yang fatal. Oleh karena itu peneliti mencoba memberikan faktor-faktor penyebab kesalahpahaman dan bagaimana menghindari kesalahpahaman komunikasi yang terjadi.

Corresponding Author:
n.augustrini@gmail.com

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia perhotelan di Jakarta yang beragam dan dinamis diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang kuat dan berkelanjutan dalam beberapa tahun mendatang. Daya saing yang kuat dari sektor ini akan terus didorong oleh peningkatan dalam kunjungan wisatawan internasional dan nasional. Sejak Jakarta menawarkan city tour untuk wisatawan melihat pemandangan sudut kota yang indah, banyak hotel berusaha membenahi dirinya untuk menawarkan segala fasilitas yang dimilikinya. Berbagai macam fasilitas hotel dilengkapi untuk menarik traveler berkunjung dan menginap. Hotel sangat diharapkan oleh para traveler sebagai tempat kedua untuk beristirahat dari kegiatan berwisata mereka. Itulah mengapa mencari tempat penginapan adalah salah satu kegiatan yang masuk dalam daftar berwisata yang dituju. Sehingga mencari tempat untuk menginap pun masuk dalam daftar tujuan wisata di urutan kedua setelah tempat wisata yang akan dikunjungi. Selain menginap di hotel menjadi tujuan traveler, ada juga yang berkunjung untuk keperluan bisnis. Dunia perhotelan sampai saat ini telah banyak mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat signifikan baik hotel yang ada didalam negeri maupun diluar negeri.

Hotel menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang lengkap berupa fasilitas meja informasi, ruang tunggu yang nyaman, fasilitas umum seperti restroom yang bersih dan lengkap dengan equipmentnya (perlengkapannya), pelayanan porter, dan resepsionis yang ramah 24 jam siap melayani tamu. Selain fasilitas yang disediakan, hotel juga menjanjikan pelayanan yang terbaik agar para tamu merasa betah menginap dan bahkan kembali berkunjung. Pelayanan yang dijanjikan pun beragam, seperti:

- a. Pelayanan reservasi kamar dan meja di restoran (Room Reservation and Table reservation)
- b. Pelayanan kamar (Room Service)
- c. Pelayanan restaurant (Restaurant service)
- d. Pelayanan pemesanan transportasi
- e. Pelayanan sambungan telephone, dan lain- lain

Tamu yang datang hendaknya mendapatkan pelayanan dengan sopan santun dan ramah tamah dari karyawan hotel. Pelayanan ini dilakukan agar perasaan tamu menjadi nyaman, dan dilayani dengan baik. Jasa pelayanan sebuah hotel dalam hal ini dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dari seorang karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik dalam bidang perhotelan akan memberikan kesan yang baik pula dari tamu. Oleh karena itu komunikasi juga menjadi hal penting bagi hotel untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dalam segi berkomunikasi.

Terdapat beberapa department di hotel yang masing-masing fungsi dan juga tentang job desk pelayanannya berbeda tapi sangat dibutuhkan dalam melayani tamu, Sulastiyono (2011:63) diantaranya:

a. Front Office

Bagian ini mempunyai peran dan fungsi utama dari bagian kantor depan hotel yaitu menjual dan menawarkan dalam arti menyewakan kamar kepada para tamu. Lokasi atau letak kantor depan hotel biasanya berada pada tempat yang mudah dilihat atau diketahui oleh tamu. Selain itu kantor depan juga berfungsi sebagai tempat

segala informasi yang dibutuhkan oleh tamu serta berfungsi sebagai tempat untuk melayani dan menangani segala keluhan yang dikeluhkan oleh para tamu.

b. Housekeeping

Bagian ini mempunyai peran dan fungsi yang cukup vital dalam memberikan pelayanan kepada para tamu, dalam hal kenyamanan dan kebersihan suatu hotel. Selain menyiapkan kamar tamu, house keeping juga bertanggung jawab secara keseluruhan untuk merawat dan membersihkan semua fasilitas hotel dengan bersih, rapi, dan nyaman. Memaksimalkan pemeliharaan, perawatan, kerapihan, ketertiban, kelengkapan, dan kebersihan hotel, memberikan pelayanan kepada kelancaran, kesiapan, dan pemeliharaan kamar tamu, public area, restoran, ruang pertemuan, laundry, fasilitas olahraga dan fasilitas lainnya. Selain publik area yang mendapatkan perawatan rutin, kamar hotel pun menjadi area yang sangat di perhatikan kebersihan dan kenyamanannya karena tamu yang menginap mengharapkan dapat beristirahat dengan tenang dan aman dari apapun yang menyebabkan komplain.

c. Accounting Departemen

Department keuangan mengatur keuangan, manajemen hotel, dan memiliki kebijakan pembiayaan hotel.

d. Food and Beverage

Bagian ini yang lebih dikenal dengan sebutan F&B departemen merupakan salah satu bagian yang terdapat di hotel yang mempunyai fungsi melaksanakan penjualan makanan dan minuman. Departemen ini berhubungan langsung dengan tamu yang menginginkan pelayanan makanan dan minuman di jam-jam tertentu.

e. Sales dan Marketing

Bagian ini berfungsi dalam memasarkan produk hotel serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran hotel.

f. Finance

Finance merupakan sebuah pusat bagi perusahaan hotel dalam menyelenggarakan penyusunan, pencatatan dan administrasi keuangan.

g. Human Resource Departement

Bagian ini berfungsi melakukan kegiatan yang ada kaitannya dengan sumber daya manusia yang ada dilingkungan kinerja hotel.

h. Engineering

Bagian ini bertanggungjawab dalam kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan dan konstruksi bangunan hotel.

i. Security

Bagian ini bertugas dalam hal yang berhubungan dengan masalah yang ada kaitannya dengan keamanan didalam maupun diluar hotel.

Dari banyaknya departemen yang ada di hotel, terdapat satu departemen yang sangat penting peranannya dalam melayani tamu hotel. Departemen Front Office menjadi penentu bagi keberhasilan penjualan kamar dan meningkatkan kepercayaan tamu sebagai konsumen untuk menginap. Modal dasar karyawan front office untuk mendapatkan kepercayaan tamu atau untuk memilih menginap adalah komunikasi yang baik dan sopan. Komunikasi yang dimaksud adalah menawarkan bantuan, memberikan informasi yang diperlukan oleh tamu, melayani, dan menangani komplain. Komunikasi yang diharapkan antara karyawan front desk dengan tamu adalah hubungan yang kedepannya dapat berlanjut dengan panjang dan

berulang. Membangun komunikasi yang baik ternyata tidak lah semudah yang di harapkan, karena banyak faktor yang harus di perhatikan disaat komunikasi terjalin. Sering terjadi kesalahpahaman antara front office dan tamu karena tidak ada komunikasi yang terjalin dengan baik. Hal inilah yang sebisa mungkin dihindari oleh management hotel agar kedepannya image sebuah hotel tidak menjadi buruk akibat kesalahpahaman.

Mengapa sampai terjadi kesalahpahaman berkomunikasi antar pemberi pesan dan penerima pesan?. Banyaknya faktor yang tidak disadari dapat menimbulkan salah persepsi atas kalimat yang diucapkan dengan aksen dan pengucapan yang terdengar asing atau mengandung makna yang berbeda bagi beberapa orang dengan latar belakang budaya yang berbeda juga.

B. Methodology

Penelitian dan pengumpulan data – data dan informasi dari lapangan di gunakan metode observasi, wawancara, data primer, dan data skunder.

Observasi

Dari observasi yang dilakukan, data-data yang dibutuhkan adalah operasional front desk dalam melakukan pelayanan, komunikasi yang dijalin dengan tamu, kemampuan front desk melayani tamu dengan cepat dan tepat, serta mengangapi setiap keluhan tamu. Aktivitas yang dilakukan tersebut, merupakan suatu proses pengumpulan data-data yang secara langsung terjadi dilapangan dengan maksud merasakan dan memahami berbagai kegiatan yang terjadi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Penulis melakukan penelitian dengan ikut melihat kegiatan dalam operasional hotel IBIS sehingga penulis dapat mengetahui secara jelas penerapan pelayanan di hotel tersebut.

Wawancara

Wawancara atau yang sering disebut interview adalah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber antara dua atau lebih orang. Penulis melakukan penelitian dengan melakukan wawancara atau tanya jawab dengan manager dari Hotel IBIS yang terkait maupun karyawan front office yang ada di hotel tersebut. Namun ada juga beberapa data diperoleh melalui sebaran quesioner, karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh beberapa staff kantor depan untuk melakukan wawancara. Wawancara yang dilakukan mengambil waktu mereka disaat jam istirahat atau jam kosong mereka, sehingga peneliti membuat quesioner untuk disebar ke yang staff lain.

Data Primer

Yang dimaksud dengan data primer adalah sumber data penelitian yang didapatkan dan dikumpulkan secara langsung. Data yg diperoleh bisa didapatkan dari sumber aslinya berupa wawancara, jajak pendapat berasal dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dalam penyusunan laporan karya ini penulis menggunakan data primer yang berupa opini secara individual atau kelompok atau hasil observasi terhadap suatu objek untuk mendapatkan hasil yang akurat.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang sumbernya diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung baik berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip yang terpublikasikan maupun yang tidak terpublikasikan secara umum. Peneliti membutuhkan pengumpulan beberapa data melalui cara berkunjung atau meminjam buku

ke perpustakaan dengan cara online, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku atau jurnal yang berhubungan dengan penelitiannya.

Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer. Kekurangan dari data sekunder adalah jika sumber data terjadi kesalahan, kadaluwarsa atau sudah tidak relevan dapat mempengaruhi hasil penelitian.

C. Result and Discussion

Effendy (2003:28) mengatakan hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. Adanya pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara dan ditanggapi dengan baik maka sudah terjadi proses komunikasi yang baik. Namun apabila pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara menciptakan kesalahpahaman dan berujung emosi maka bisa dikatakan bahwa terjadi kegagalan komunikasi. Dimana pesan yang diucapkan tidak tersampaikan dengan baik dan benar.

Contoh kasus yang sering terjadi pada sebuah perusahaan atau organisasi diakibatkan oleh kesalahpahaman komunikasi yang tidak jarang menimbulkan konflik dan berujung pada tindakan yang tidak mengenakan kepada salah satu atau kedua belah pihak. Kasus seperti ini kemungkinan ada terjadi di perusahaan yang bergerak di bidang jasa salah satunya adalah perhotelan. Konsumen bidang perhotelan bukan hanya dari kalangan turis domestik, melainkan turis mancanegara. Perbedaan bahasa menjadi sulit apabila terjadi komunikasi antar dua orang dengan bahasa yang berbeda. Kesulitan memahami bahasa yang berbeda dapat menimbulkan salah persepsi sehingga membuat penutur dan penerima

pesan menjadi terhambat dalam berkomunikasi. Dengan bahasa Inggris yang dijadikan sebagai bahasa internasional diharapkan dapat memfasilitasi komunikasi untuk menyampaikan pesan yang ada dan memudahkan komunikasi berjalan dengan baik. Namun kendala yang lain akan muncul seiring dengan aksen yang berbeda yang dimiliki masing-masing individu dapat menimbulkan masalah baru. Apalagi tidak semua turis dan staf hotel mampu melafalkan Bahasa Inggris dengan fasih dan jelas. Walaupun aksen dapat menjadi penyebab terhambatnya komunikasi dengan lancar tapi tidak berarti komunikasi tidak berjalan sesuai yang diharapkan. Setidaknya pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Johanna, 2013) yang menyimpulkan bahwa hambatan downward communication yang terjadi antara karyawan, pimpinan, dan tamu disebabkan oleh beberapa faktor keterbatasan informasi salah satunya aksen. Hal tersebut menjadi salah satu kendala komunikasi pada bidang perhotelan. Lassewell 1960 dalam (Estikowati, 2016) menyatakan bahwa saat melakukan komunikasi tidak ada batasan sehingga menggunakan banyak kosakata yang diolah untuk bisa dipahami. Kendala komunikasi tidak jarang menimbulkan kesalahpahaman. Sangat banyak terjadi kesalahpahaman antar resepsionis dan tamu dalam hal ini konsumen dalam menyampaikan sesuatu. Kesalahpahaman yang disebabkan karena adanya perbedaan bahasa yang diucapkan apalagi bahasa yang dipakai bukanlah bahasa ibu sebagai penutur aslinya.

Ada beberapa bentuk komunikasi yang sering menjadi kesalahpahaman dengan tamu hotel, misalnya:

- a. Kesalahpahaman persepsi dan aksen yang berbeda menjadi asumsi.
- b. Etika dalam bersosialisasi saat berkomunikasi dengan seseorang yang mempunyai emosi, latar belakang, dan budaya yang berbeda.

- c. Adanya bentuk pelokalan secara tata bahasa dalam komunikasi.
- d. Cara penyampaian dan penerimaan pesan yang mana pesan tersebut bermakna ganda atau berlawanan artinya.
- e. Komunikasi lintas budaya dapat mempengaruhi cara berpikir, perasaan, dan perilaku yang tidak sama.

Berdasarkan beberapa kendala tersebut diatas yang terjadi dalam berkomunikasi, perlu adanya penyesuaian accent dan tata bahasa yang jelas dalam menyampaikan sesuatu. Front desk diharapkan untuk dapat memberikan pelayanan standar dengan cara mengontrol komunikasi dengan benar terhadap tamu dan memahami permintaan tamu.

Kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh perusahaan pelayanan dengan persepsi tentang kinerja pemberi jasa (Supranto dalam Suminar, 2017). Persepsi erat kaitannya dengan komunikasi seperti yang dikatakan Supranto bahwa persepsi meliputi proses yang dilakukan seseorang untuk memahami informasi mengenai lingkungan sekitarnya. Baik buruk komunikasi dapat ditentukan dengan persepsi masing-masing subjek yang terlibat di dalamnya. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan mengikuti standar pelayanan yang baku dapat membuat tamu merasa dilayani dengan profesional.

Adapun pelayanan lain yang dapat menghambat tamu untuk datang kembali ke hotel adalah sikap tanggap resepsionis untuk melayani permintaan tamu (*guest request*) dan segera dilaksanakan karena jika resepsionis kurang tanggap dan cepat melayani permintaan tamu akan membuatnya jadi tidak nyaman untuuk menginap dihotel, dan menimbulkan kekecewaan terhadap tamu. Semua karyawan harus dipastikan tidak

menjadi pelupa karena jika karyawan pelupa maka akan sangat membuat tamu tidak merasa diperhatikan oleh karyawan hotel yang berarti tamu tidak akan melakukan kunjungan kembali ke hotel yang sama. Resepsionis sebaiknya harus lebih bisa mengambil hati para tamu agar tamu merasa diperhatikan dan tidak membuat tamu merasa kecewa jika menginap di hotel.

Dalam proses komunikasi antarbudaya, lambang-lambang selain bahasa, mendapat perhatian untuk diketahui. Penekanan pesan nonverbal pada pesan verbal dapat melengkapi dan me-warnai pesan-pesan sehingga mudah diinterpretasikan oleh pembawa pesan kepada penerima pesan melaluipesan yang dilambangkan seperti bahasa, gambar, warna, gerak tubuh dan artifak. Kesalahpahaman dalam menginterpretasikan pesan sering diakibatkan karena pembawa pesan (komunikator) tidak memahami latar belakang budaya penerima pesan (komunikan) atau salah dalam memakai saluran atau tempat berlalunya pesan. Hubungan antarbudaya dan komunikasi penting dipahami untuk memahami komunikasi antarbudaya, oleh karena melalui pengaruh budayalah orang-orang belajar berkomunikasi. Kemiripan budayadalampersepsimungkinkan pemberian makna yang mirip pula terhadap suatu objek sosial atau suatu peristiwa. Cara-cara kita berkomunikasi, keadaan komunikasi kita, bahasa dan gaya bahasa yang kita gunakan, dan perilakupерilaku nonverbal kita, semua itu terutama merupakan responsterhadap dan fungsi budaya kita. Komunikasi itu terikat oleh budaya. Sebagaimana budaya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, maka praktik dan perilaku komunikasi individu-individu yang diasuh dalam budaya-budaya tersebut pun akan berbeda pula.

Menurut Arni (2016: 4), mengemukakan bahwa Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara pengirim dengan penerima pesan untuk mengubah tingkah laku

D. Conclusion

Dari banyaknya kasus yang terjadi di hotel antara karyawan dan tamu, hal ini dapat membuktikan bahwa komunikasi yang berjalan baik adalah komunikasi yang pesannya dapat tersampaikan dengan tepat sehingga pemberi dan penerima pesan mencapai tujuan dan arah pembicaraan yang diharapkan. Komunikasi yang mengandung pesan yang baik dan terarah dapat mewakili pesan dari pemberi pesan. Sehingga penerima pesan pun dapat memberikan respon atas pesan yang disampaikan.

Terlepas dari dialect ataupun aksen yang menyertai percakapan kita, perlu juga di perhatikan unsur-unsur komunikasi yang terlibat didalam komunikasi yang dilakukan. Terdapat beberapa unsur yang berasal dari budaya, etika, dan cara berpikir yang mempengaruhi proses komunikasi. Unsur yang mempengaruhi tersebut semuanya dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam berkomunikasi akibat dari unsur budaya, etika, dan cara berpikir individu seseorang yang berbeda satu sama lain. Bahasa yang disampaikan bisa jadi berbeda maknanya apabila diikuti oleh aksen yang berbeda karena budaya yang melekat pada si penutur. Sehingga untuk menghindari kesalahpahaman yang akan ditimbulkan, perlu adanya saling pengertian dan mempelajari karakter budaya seseorang. Maka dari itu diperlukan sikap bijaksana menghadapi penutur yang berbeda budaya dan latarbelakang sosialnya agar memahami keadaan saat itu. Saling menghargai budaya yang berbeda dapat menciptakan hubungan komunikasi yang baik dan berkelanjutan, karena dengan saling memahami kendala yang ditimbulkan akibat komunikasi yang salah persepsi dapat membawa petaka.

Daftar Pustaka

- Arni, Muhammad. 2016. *Komunikasi Organisasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara. Bintoro
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Johanna, Pricillia. 2013. Hambatan Downward Communication antara Pimpinan dan Karyawan PT Makmur Jaya. *Jurnal E-Komunikasi*. Volume 2. Hlm. 25-37.
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.Penerbit: Alfabeta.Bandung
- Sulastiyono, Agus. 2011.*Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- https://www.academia.edu/35147596/tugas_masing_masing_tanggung_jawab_dan_depertemen_di_hotel_by_Ali_wardana
- <https://www.dgspeak.com/kualitas-pelayanan-terbaik-yang-harus-ada-di-hotel/>
- https://repository.dinus.ac.id/docs/bkd/43-Artikel_polimdo_20192.pdf
- <http://jogjakartanews.com/baca/2019/12/20/5837/menyingkap-kesalahpahaman-komunikasi-di-bidang-perhotelan>