



## UPAYA PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT* UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI HOTEL TENTREM YOGYAKARTA

Eka Ayu Nurkhasanah<sup>1</sup>, Eko Martanto<sup>2</sup>, Andri Yuni Astuti<sup>3</sup>, Annida Khoiriani<sup>4</sup>, Chrisiana Enny<sup>5</sup>  
Politeknik “API” Yogyakarta  
Jl. Wisata Babarsari TB XV/15 Yogyakarta  
e-mail [martanto@poltekapi.ac.id](mailto:martanto@poltekapi.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *front office departement* di Hotel Tentrem Yogyakarta dalam upaya memberikan pelayanan prima (*service excellence*)

bagi para tamu yang menggunakan jasa hotel tersebut. Dari hasil penelitian memberikan indikasi bahwa peranan *Front Office Department* Hotel Tentrem Yogyakarta sudah baik dengan menerapkan dan menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai standar untuk tercapainya *service excellent* di hotel tersebut. Semua bekerjasama demi meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di Hotel Tentrem Yogyakarta, khususnya *Front Office* karena *department* tersebut yang langsung berhubungan dengan tamu.

Selain itu Seluruh *Department* yang ada di Hotel Tentrem Yogyakarta, khususnya *Front Office* telah menerapkan prinsip-prinsip yang wajib dilaksanakan dalam meningkatkan *service excellent* oleh para *staff* di Hotel Tentrem Yogyakarta yaitu Prinsip Pelayan (memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu), jujur (memberikan pelayanan dengan ketulusan dari hati), disiplin (menjaga konsistensi dalam pelayanan adalah kunci *standart quality*), positif (berfikir positif, melakukan hal positif dan berfikir positif), setia (berpegang teguh dan bertanggung jawab kepada dasar moral kita dan visi-misi perusahaan) dan yang terakhir adalah kehormatan (bangga dengan hasil karya sendiri dan menghormati karya orang lain).

**Kata kunci :** Keunggulan Layanan, Departemen Kantor Depan

### Abstract

*This research aims to determine the role of the front office department at Hotel Tentrem Yogyakarta in an effort to provide excellent service (service excellence).*

*for guests who use the hotel's services. The research results provide an indication that the role of the Front Office Department of the Tentrem Hotel Yogyakarta is good by implementing and carrying out principles that comply with standards to achieve excellent service at the hotel. Everyone works together to increase the satisfaction of guests staying at the Tentrem Hotel Yogyakarta, especially the Front Office because this department is in direct contact with guests.*

*Apart from that, all departments at Hotel Tentrem Yogyakarta, especially the Front Office, have implemented principles that must be implemented in improving service excellence by staff at Hotel Tentrem Yogyakarta, namely the Servant Principle (providing service that exceeds guest expectations), honesty (providing service with sincerity from the heart), discipline (maintaining consistency in service is the key to quality standards), positive (thinking positively, doing positive things and thinking positively), loyal (holding firm and being responsible to our moral foundations and the company's vision and mission) and finally is honor (being proud of one's own work and respecting the work of others).*

**Keywords:** Service Excellence, Front Office Department

## PENDAHULUAN

Dunia pariwisata di Indonesia, pada dewasa ini berkembang dengan pesat. Tidak mengherankan jika dunia pariwisata menjadi perhatian bagi pemerintahan Republik Indonesia sebagai salah satu sumber pendapatan negara. Indonesia kaya akan keindahan alam, keberagaman suku bangsa dan bahasa, budaya serta berbagai jenis peninggalan bersejarah seperti Candi Borobudur yang termasuk dalam salah satu dari Tujuh Keajaiban Dunia.

Salah satu faktor pendukung kegiatan pariwisata adalah adanya akomodasi atau tempat menginap (hotel) bagi para wisatawan yang sedang berkunjung ke suatu tempat. Hotel didefinisikan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang akomodasi yang menyediakan seluruh gedung untuk menyediakan jasa fasilitas kamar, makanan, minuman serta kebutuhan lainnya bagi umum dan dikelola secara professional dan komersial dengan membayar jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima dengan adanya perjanjian khusus.

Di dalam kegiatan pelayanan kepada tamu, hotel dibagi menjadi dua bagian yaitu *Back of the House*, bagian yang tidak secara langsung berhubungan dengan tamu dan *Front of the House* yaitu bagian yang secara langsung berhubungan dengan tamu. Termasuk didalamnya adalah *Front Office* atau *Receptionist Department* yaitu suatu *department* yang berhubungan langsung dengan tamu hotel, yang menangani proses *check-in* maupun *check-out* yang menjadi prinsip dalam menangani pelanggan. Dan juga *Front Office* merupakan bagian pusat yang bekerja sebagai jantung dan pusat dari segala aktifitas tamu di hotel, seperti pemasaran, penjualan dan layanan.

Pelayanan merupakan proses interaksi antara seseorang yang berupaya memenuhi kebutuhan dengan seseorang yang ingin terpenuhi kebutuhannya. Masalah pelayanan selalu berhubungan dengan kegiatan manusia. Selain itu, pelayanan juga berkaitan dengan tingkah laku manusia secara langsung maupun tidak. Pada dasarnya menghadapi manusia lain adalah mudah, jika kita mengetahui caranya.

Dalam memberikan layanan kepada tamu, sebagai petugas harus mampu memberikan *service excellent* kepada tamu.

*Service Excellent* penting bagi suatu perusahaan, pelanggan dan bagi *staff* perusahaan maupun hotel. Hal ini penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu mengamankan masa depan bisnisnya. Penting bagi pelanggan karena memberikan kombinasi untuk mengambil keputusan dalam hal membeli dan memilih produk dan menjamin untuk memenuhi kebutuhannya. Penting bagi *staff* hotel karena memberikan kebanggaan pada mereka, perusahaan dan produknya maupun jasa yang diberikan.

Sebagian besar orang-orang mencoba memberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan kita dan tamu, dan apabila kita memberikan pelayanan yang buruk kepada tamu suatu saat akan memberikan dampak yang buruk juga untuk kita. Pengalaman ini cenderung kita ingat dan bahkan ingin menulisnya dalam media.

## METODE DAN ANALISA DATA

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian dengan metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih *komprehensif*.

Penelitian kualitatif yang memperhatikan *humanisme* atau individu manusia dan perilaku manusia merupakan jawaban atas kesadaran bahwa semua akibat dari perbuatan manusia terpengaruh pada aspek-aspek internal individu. Aspek internal tersebut seperti kepercayaan, pandangan politik, dan latar belakang sosial dari individu yang bersangkutan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Hotel

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang paling terkenal diantara sederet jasa industri yang lainnya pada saat ini, dengan memberikan jasa pelayanan kamar, makan dan

minuman, serta jasa lainnya bagi umum dan dikelola secara komersial sehingga mempunyai peran besar sekali terhadap kebutuhan pengguna jasa tersebut. Atau dengan kata lain hotel adalah hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola untuk menyediakan fasilitas dan pelayanan jasa penginapan, makan, dan minuman kepada para tamu dan mampu membayar dengan harga yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima kepada para tamu.

### Jenis-Jenis Hotel

- a. Berdasarkan durasi lamanya waktu menginap, menurut Sulastiyono (2006) hotel dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu : *Residential Hotel, Transietal Hotel, Resort Hotel*,
- b. Sedangkan menurut Adi Soenarno (2006) berdsarkan durasi lamanya waktu menginap hotel dibagi menjadi : *Transient Hotel, Residential Hotel, Resident Suit dan Semi Residential Hotel*
- c. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM10/PW.301/phb-77, tujuan dan tuntutan tamu yang ingin menginap, hotel dibagi menjadi empat jenis, yaitu: *Bussiness hotel, Tourist hotel, Sport hotel, Research hotel*,
- d. Sedangkan menurut Gusti (2016) jenis hotel menurut kedatangan tamu dibagi menjadi 4 (empat) yaitu :*Bussiness hotel, Pleasure Hotel, Country Hotel, Sport Hotel*,
- e. Berdasarkan lokasinya, menurut Al Bataafi (2005) hotel dibagi menjadi 5 (lima) yaitu : *City Hotel, Motel (motor hotel), Resort Hotel (Beach Hotel, Mountain Hotel, Lake Hotel, Ravine Hotel, Jungle Hotel), Rasidential Hotel, Down Town Hotel*,

### Departemen yang ada di Hotel

Secara garis besar departemen hotel merupakan pembagian dari tugas-tugas yang ada di dalam hotel. Setiap departemen memiliki tanggung jawab pada satu bidang tertentu di dalam hotel. Di dalam hotel itu sendiri terdapat departemen-departemen yang mengemban tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda tapi saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

Departemen itu sendiri dibuat untuk mempermudah pekerjaan dalam sebuah organisasi. Di hotel terdapat beberapa departemen yang memiliki jenis pekerjaan dan tugas masing-masing, yaitu : *Front Office Department, Sales and Marketing Department, Accounting Department, Housekeeping Department, Human Resources Development Department, Engineering Department, Food and Beverage Department*

### Pengertian Upaya

Menurut Wahyu Baskoro (2005) upaya adalah usaha atau syarat untuk menyampaikan sesuatu atau maksud (akal, ikhtiar). Sedangkan menurut Poerwadarminta (2006), mengemukakan “upaya adalah usaha untuk menyampaikan maksud, akal dan ikhtiar. Upaya merupakan segala sesuatu yang bersifat mengusahakan terhadap sesuatu hal supaya dapat lebih berdaya guna dan berhasil guna sesuai dengan yang dimaksud, tujuan dan fungsi serta manfaat suatu hal tersebut dilaksanakan”. Upaya sangat berkaitan erat dengan penggunaan sarana dan prasarana dalam menunjang kegiatan tersebut, agar berhasil maka digunakanlah suatu cara, metode dan alat penunjang lainnya.

### Service Excellent (Pelayanan Prima)

Pelayanan merupakan proses interaksi antara seseorang yang berupaya memenuhi kebutuhan dengan seseorang yang ingin terpenuhi kebutuhannya, yaitu antara pelanggan/ tamu/ klien/ nasabah / pasien dan para petugas /karyawan /pegawai.

Sifat-sifat pelayanan dan sekaligus membedakan dengan sifat-sifat benda menurut Zeithaml dan Bitner (1996) adalah sebagai berikut:

**Tabel 1** Sifat Pelayanan

<i>G O O D S</i>	<i>S E R V I C E S</i>
1. <i>Tangible</i> (tidak nyata / bisa dirasa)	1. <i>Intangible</i> (nyata / dapat dirasakan)
2. <i>Standardised</i> (bisa / dapat diukur)	2. <i>Heterogeneous</i> (tidak bisa diukur)
3. <i>Production separate from consumption</i> (produk dan konsumsi terpisah)	3. <i>Simultaneous production and consumption</i> (produk dan konsumsi tempat/bersamaan)
4. <i>Nonperishable</i> (tidak bisa musnah)	4. <i>Perishable</i> (bisa musnah)

**Prinsip Membangun *Service Excellent***

Prinsip pelayanan prima merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan baik serta harmonis dengan pelanggan berdasarkan konsep triple A menurut Wildan dan Sumarsono (2018), yaitu *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan)

**Tujuan *Service Excellent***

Tujuan *service excellent* secara umum, adalah Menciptakan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*), Membangun kesetiaan pelanggan (*Customer Loyalty*), Membuat pembelian ulang (*Repeat Order*), Meningkatkan omzet penjualan perusahaan, Meningkatkan laba atau keuntungan.

**Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excellent*)**

Manfaat pelayanan prima menurut Zaenal Mukarom dalam Suminar dan Apriliawati (2017), pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.

Dengan pelayanan prima, penyedia layanan, pelanggan dan *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

**Fungsi Pelayanan Prima (*Service Excellent*)**

Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014) pelayanan prima berfungsi sebagai : Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat, Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha, Menciptakan pangsa pasar

yang baik terhadap produk atau jasa, Memenangkan persaingan pasar, Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan, Memberikan keuntungan pada perusahaan.

**Dimensi Kualitas Pelayanan**

Berikut ini diuraikan secara ringkas 10 dimensi kualitas pelayanan *Reliability* (Reliabilitas), *Responsiveness* (Kerelaan Melayani), *Competence* (Kompetensi), *Access* (Kemampuan untuk didekati), *Courtesy* (Kesopan-Santunan), *Communication* (Komunikasi), *Credibility* (Kemampuan dipercaya), *Security* (Keamanan), kerahasiaan (*confidentiality*), *Understanding/ Knowing the Customer*, *Tangibles* (Hal-hal yang dapat dilihat), Dalam *Hospitality Industry* (Industri Jasa Pelayanan), agar loyalitas pelanggan semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada pelayanan lain, pelayanan jasa perlu menguasai lima unsur yaitu CTARN : Cepat, Tepat, Aman, Ramah tamah dan Nyaman.

**Pengertian Tamu**

Menurut Bambang Sujatno (2006) “Tamu adalah orang – orang yang menghendaki pelayanan yang disediakan oleh hotel. Tamu adalah orang – orang yang sangat penting yang menggunakan fasilitas hotel. Tamu bukanlah benda mati, tetapi manusia yang mempunyai perasaan, emosi, rasa suka dan curiga”. Kemudian menurut Buku Himpunan Peraturan Usaha Akomodasi Bidang Usaha Hotel (1992) dinyatakan bahwa : Tamu hotel adalah orang yang menginap dan atau mempergunakan jasa-jasa lainnya yang disediakan oleh hotel.

### Jenis-jenis Tamu

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas bahwa seorang tamu hotel adalah bagian yang tidak terpisahkan dari bisnis sebuah hotel. Oleh karena itu, seorang tamu layak mengharapkan dan mendapatkan pelayanan yang profesional dari sebuah hotel. Pada umumnya jenis-jenis tamu hotel yang menginap disuatu hotel dapat di klasifikasikan sebagai berikut : *Domestic Tourist*, *FITS (Free Independent Travellers)*, *GITs (Group Inclusive Tours)*, *SITs (Special Interest Tours)*, *CIPs (Commercially Important Persons)*, *SPATTs (Special Attention Guests)*, *VIPs (Very Important Persons)*, *Regular Guest*

### PEMBAHASAN

#### Peranan dan Upaya *Front Office Department*

Peranan *front office Department* di Hotel Tentrem Yogyakarta adalah sebagai garda terdepan dalam pengoperasian hotel atau melayani tamu. Peranan *front office* di Hotel Tentrem Yogyakarta itu sangat besar dalam memberikan kesan positif atau kesan terbaik akan hotel tersebut. Pada dasarnya semua *department* mempunyai peran masing-masing, namun sebagai garda terdepan, *front office* itu merupakan *first impression* nya tamu. Karena hampir semua kegiatan yang ada di *front office* berhubungan dengan tamu, baik secara langsung ataupun tidak langsung, maka ada beberapa peranan dan upaya *Front Office* Hotel Tentrem Yogyakarta demi membantu operasional hotel berjalan dengan lancar.

1. Pemberi Informasi (*Information Giver*), petugas yang ada di *front office* diharapkan mampu memberikan keterangan yang jelas dan benar tentang fasilitas dan produk hotel dan harus mengetahui kejadian-kejadian serta peristiwa-peristiwa penting diluar hotel yang berhubungan dengan kebutuhan tamu.
2. Sebagai Koordinator Kegiatan Pelayanan (*Service Coordinator*), *front office* juga berperan sebagai tempat coordinator pelayanan informasi dan kegiatan departemen lain dikomunikasikan melalui *front office*.

3. Pemecah Masalah (*Problem Solver*), sebagai *The Hub of Activities, front office* merupakan tempat untuk menyelesaikan masalah tamu, terutama keluhan-keluhan tamu.
4. Merupakan Wakil dari Manajemen (*Management Representative*), dalam keadaan tertentu *front office* dapat berperan sebagai wakil dari manajemen, seperti menyelesaikan masalah tertentu yang biasanya diselesaikan oleh pihak manajemen.
5. Sebagai Wakil dari Hubungan Masyarakat (*Public Relations Agent*), karyawan *front office* harus dapat berperan secara aktif sebagai orang yang berhubungan dengan masyarakat, terutama masyarakat pengunjung yang datang ke hotel. Diharapkan dapat berperan sebagai internal *public relations* yang memberikan citra baik terhadap tamu hotel.
6. Orang-orang Yang Mampu Menjual (*Sale Person*), setiap mereka yang berada di *front office* diharuskan mampu dan memiliki *Salesmanship*, karena pada *front office* ini lebih banyak berhubungan dengan tamu dibandingkan departemen lain. Selain menjual produk hotel seperti kamar, juga mampu menjual fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Hotel.
7. Dapat Melakukan Tindakan Secara Diplomatis (*Diplomatic Agent*), *front office* mampu melakukan tindakan secara diplomatis yaitu menjaga dan menetralsir suasana hubungan baik dengan pihak lain yang berhubungan dengan hotel.
8. Penyimpan Data (*Record Keeper*), *front office departement* merupakan sumber dan pusat penyimpanan data dalam kegiatan-kegiatan sehari-hari dihotel.

Dengan menjalankan segala peranan-peranan *front office* diatas maka upaya dalam menerapkan *service excellent* dapat tercapai dengan baik. Di Hotel Tentrem Yogyakarta telah menerapkan upaya dan peranan diatas. Sehingga di Hotel Tentrem telah mencapai *service excellent* yang diharapkan.

### Prinsip-Prinsip Hotel Tentrem Yogyakarta

Keragaman manusia dengan segala kekhasannya dan semakin kompleksnya permasalahan dalam dunia diberbagai bidang kehidupan, mengakibatkan setiap manusia dituntut untuk memahami diri sendiri dan lingkungan diluar dirinya, agar sanggup bersaing memperoleh kesempatan dalam pencapaian tujuan yang diinginkannya. Oleh karena itu, ketergantungan antar manusia di abad ini semakin renggang dan akhirnya setiap manusia dituntut untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya, dan mengantisipasi masalah yang akan muncul dimasa yang akan datang.

Harapan adalah sesuatu yang penting karena kualitas adalah penilaian melawan standar yang ada. *Standart internal* untuk menilai adalah kepuasan pelanggan atau kualitas perasaan. Tujuan dari setiap perusahaan jasa adalah untuk memberikan apa yang tamu atau pelanggan anggap sebagai kualitas perasaan. Maka dari itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan apa yang tamu harapkan Hotel Tentrem Yogyakarta menerapkan prinsip-prinsip yang wajib dimiliki dan diikuti oleh setiap *staff* atau *associate*, sebagai berikut :

1. Pelayanan, Yang dimaksud pelayanan adalah memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu. Membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan tamu.
2. Jujur, Jujur yang dimaksud adalah dengan memberikan pelayanan dengan ketulusan dari hati. Sikap yang lurus hati, menyatakan yang sebenar – benarnya, tidak berbohong, atau mengatakan hal – hal yang menyalahi apa yang terjadi/fakta.
3. Disiplin, Yaitu dengan menjaga konsistensi dalam pelayanan adalah kunci standar kualitas. Dalam industri jasa seperti bidang perhotelan ini sangat diperlukan pengelolaan karyawan yang disiplin untuk menunjang pelaksanaan pekerjaan pada masing-masing departemen yang ada di hotel, karena dalam industri jasa dituntut kesempurnaan dalam pelaksanaannya.
4. Positif, Berpegang positif, melakukan hal positif dan berfikir positif. Persepsi dan cara memandang masalah juga penting untuk dikembangkan. Belajar menerima

dan menangani keluhan, serta mengolahnya menjadi masukan membangun untuk peningkatan kualitas pelayanan.

5. Setia, Berpegang teguh dan bertanggung jawab kepada dasar moral kita dan visi misi perusahaan. Menciptakan lingkungan menjadi lebih baik. Kesetiaan merupakan langkah pertama dalam membangun kepercayaan. Kesetiaan dapat memperkuat suatu hubungan secara alami.
6. Kehormatan, Bangga dengan hasil karya sendiri dan menghormati karya orang lain. Saling menghargai dan menghormati pendapat orang lain sehingga dapat menciptakan lingkungan yang ramah serta meningkatkan kerjasama yang baik.

### Prinsip Yang Digunakan untuk Meyakinkan Tamu Membeli Produk Hotel Khususnya Kamar

Dalam *Hospitality Industry* (Industri Jasa Pelayanan), agar loyalitas pelanggan semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada pelayanan lain, maka pelayanan jasa perlu memiliki cara ataupun *trick* dalam meningkatkan pelayanannya. Hotel Tentrem Yogyakarta sendiri dalam meningkatkan penjualan produk hotel dan untuk meyakinkan tamu membeli produk hotel khususnya kamar memiliki prinsip yang paling ditonjolkan atau ditekankan agar tamu itu yakin *stay* di Hotel Tentrem, yaitu dalam prinsip pelayanan, jujur dan disiplin.

Di dalam hotel ada 2 (dua) produk yang dijual, yang pertama *quality of rooms* (kualitas kamar) seperti *furniture* dan segala macam, dan yang kedua itu dari *service (people – sumber daya manusia)*. Yang dimaksud dengan *quality of rooms* adalah kualitas kamar itu sendiri, ada berbagai jenis dan *type* kamar seperti, *standart room, superior rooms, deluxe room, twin room, excecutive room*, dll. Sedangkan untuk di Hotel Tentrem sendiri ada *deluxe, premier, excecutive, suite* dan *presidential suite* yang dimana tentu setiap kamar memiliki fasilitas yang berbeda-beda dengan *quality* yang sama, *the best quality of Tentrem*.

Untuk SDM, para *staff* dan *associate* ditekankan pada prinsip yang pertama yaitu prinsip pelayanan (*service*), jadi dalam prinsip ini para *staff* diharapkan dapat memberikan pelayanan yang *exceed expectation* (melebihi

harapan tamu) bisa termasuk *service excellent*. Yang dimaksud dengan memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu adalah ketika tamu mempunyai pikiran yang mungkin menurutnya akan mendapatkan pelayanan yang standar, akan tetapi kita memberikan *service* yang luar biasa sebaik dan sebagus mungkin untuk memberikan kesan yang baik terhadap tamu melebihi ekspektasi tamu.

Prinsip yang ke dua yaitu jujur dan disiplin, karena para *staff* yang memiliki *attitude* yang jujur kemudian pekerja keras, itu akan menjadi nilai + (*plus*) dari tamu. Karena, seorang *front desk* atau seorang *reception* dan siapapun *staff* yang bertugas berhadapan langsung dengan tamu akan sangat menentukan bagaimana penilaian tamu terhadap hotel tersebut. Apabila seorang *front office department* tidak memiliki *attitude* yang baik, jujur kemudian disiplin niscaya tamu tidak akan *respect* dengan kita dan besar kemungkinan tamu tidak akan kembali lagi ke hotel kita. Untuk itu kita harus memiliki *attitude* yang baik agar tamu memiliki kesan yang baik akan hotel kita.

Selalu *share* ke semua *department* ketika menemukan sebuah *lose and found* apapun itu, sekalipun itu sebuah pena, dengan begitu ketika tamu kembali menanyakan barang tersebut yang tertinggal di tempat begitu saja, kita dengan sigap bisa *confirm* dan memberikan barang tamu tersebut. Dengan begitu tamu akan merasa aman dan tentram untuk *stay* di Hotel kita. Karena, semua *staff* dan karyawan memiliki *attitude* yang baik dan kerjasama yang baik.

## KESIMPULAN dan SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan mengenai peranan *front office department*, prinsip-prinsip yang wajib dilaksanakan untuk meningkatkan *service excellent*, dan prinsip yang digunakan dalam upaya meningkatkan *service excellent* di Hotel Tentrem Yogyakarta di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Peranan *Front Office Department* Hotel Tentrem Yogyakarta sudah baik dengan menerapkan dan menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai standar untuk tercapainya *service excellent* di hotel

tersebut. Semua bekerjasama demi meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di Hotel Tentrem Yogyakarta, khususnya *Front Office* karena *department* tersebut yang langsung berhubungan dengan tamu. *Front Office* juga menjadi garda terdepan atau jantungnya hotel, maka semua *staff* berusaha untuk memberikan kesan yang baik (positif) mulai dari kedatangan, saat tamu sudah *stay* di Hotel Tentrem dan sampai tamu *check-out*.

2. Seluruh *Department* yang ada di Hotel Tentrem Yogyakarta, khususnya *Front Office* telah menerapkan prinsip-prinsip yang wajib dilaksanakan dalam meningkatkan *service excellent* oleh para *staff* di Hotel Tentrem Yogyakarta yaitu Prinsip Pelayan (memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu), jujur (memberikan pelayanan dengan ketulusan dari hati), disiplin (menjaga konsistensi dalam pelayanan adalah kunci *standart quality*), positif (berfikir positif, melakukan hal positif dan berfikir positif), setia (berpegang teguh dan bertanggung jawab kepada dasar moral kita dan visi-misi perusahaan) dan yang terakhir adalah kehormatan (bangga dengan hasil karya sendiri dan menghormati karya orang lain). Dengan menjalankan ke-enam prinsip tersebut dengan baik dan tepat, maka dapat memberikan rasa puas kepada para tamu hotel yang *stay* di Hotel Tentrem Yogyakarta dengan begitu maka tercapailah tujuan dari *service excellent* yang diharapkan tamu dan hotel.
3. Cara yang digunakan untuk meyakinkan tamu untuk *stay* atau membeli produk hotel, khususnya kamar (*department front office*) dengan menekankan atau menonjolkan prinsip yang pertama itu adalah pelayanan, dengan memberikan pelayanan *exceed expectation* (melebihi harapan tamu) dengan begitu tamu akan merasa mendapatkan pelayanan yang luar biasa. Kemudian yang kedua jujur dan disiplin, karena hotel yang memiliki *staff* dengan *attitude* yang baik, jujur dan pekerja keras akan mendapatkan nilai + (*plus*) dari para tamu, karna di hotel

rentan dengan tamu yang meninggalkan barang berharga di kamar atau mungkin tidak sengaja meninggalkan barang di *public area* dengan begitu tamu merasa aman dan tenang untuk hal tersebut. Dengan begitu maka tercapailah tujuan dari hotel dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu dengan menerapkan *service excellent* bahkan tidak tanggung-tanggung Hotel Tentrem Yogyakarta memberikan pelayanan yang melebihi dari apa yang diharapkan tamu (*exceed expectation*).

### Saran

Kualitas pelayanan *Front Office* melalui peranannya di Hotel Tentrem sudah sangat baik. Dengan memberikan *service excellent* yang luar biasa bahkan dapat memberikan pelayanan yang melebihi pengharapan tamu (*exceed expectation*). Namun, tidak ada salahnya untuk lebih meningkatkan lagi pelayanannya dan juga ke ramah-tamahannya terhadap para tamu, sehingga tamu merasakan kenyamanan yang lebih lagi saat menginap di Tentrem. Berikanlah kesan yang baik supaya mereka bisa menjadi *repeaters* di Hotel Tentrem Yogyakarta.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agusnawar. 2002. Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel. Jakarta: PT. Perca.
- Agusnawar. 2004. Resepsionis Hotel. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Arjana, I Gusti Bagus. 2016. Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Rajawali.
- Bagyono & Sambodo, A. 2006. Dasar-dasar Kantor Depan Hotel. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bagyono. 2006. Teori dan Praktik Hotel *Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Bartono dan Ruffino. 2010. Tata Boga Industri. Yogyakarta: Andi Offset.
- Baskoro, Wahyu. 2005. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Jakarta: Setia Kawan.
- Chaffey D, C. F. 2009. *Internet Marketing: Strateg, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Charles E. Steadmon dalam bukunya *Managing*. 1991. *Front Office* Department Third Edition, AHMA.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, Direktorat Jendral Pariwisata. 1992. Himpunan Peraturan Usaha Akomodasi Bidang Usaha Hotel. Jakarta: Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi.
- Departemen Pendidikan Indonesia. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dinas Pariwisata. (1988). Surat Keputusan Dinas Pariwisata No.14/U/1988 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha dan Pengelolaan Hotel. Jakarta: Menteri Pariwisata.
- Frimayasa, A. 2017. Penerapan Pelayanan Prima Untuk Memenuhi Harapan Masyarakat Terhadap Layanan Publik Pada Kelurahan Makasar, Jakarta Timur. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ca-krawala/article/view/2428>
- Ikhsan, Arfan & Ida Bagus Teddy Prianthara. 2008. *Sistem Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Komar, R. 2014. *Hotel Management*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lawson, Fred. 1976. *Hotel Motels and Condominium (Design Planning and Maintenance)*. First Publish Great Britain by The Architectural Press LTD, London.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, dan Martini hadari. 1991. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.

- Poerwadarminta. 2006. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Prakoso, A. P. 2017. *Front Office Praktis*. (Administrasi dan Prosedur Kerja). Yogyakarta: Gaya Media.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sadili, Hasan. 1996. Kamus Inggris Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Semara, I Made Trisna. 2018. *Perencanaan dan Perancangan Hotel*. Deepublish: Yogyakarta.
- SK: Kep-22/U/VI/78 oleh Dirjen Pariwisata mengenai Kriteria klasifikasi Hotel di Indonesia.
- Soenarno, Adi. 2006. *Front Office Manajement*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Soenarno, Adi. 2007. *Front Office Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiarto, Endar dan Sri Sulartiningrum. 1996. *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D – MPKK (Kedua)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujatno,A. Bambang. 2006. *Hotel Courtesy*, Yogyakarta: CV Andi.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, R. & Apriawati, M. 2017. [No Title]. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. Diambil dari : <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/sekretaris/article/download/822/684>
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I. No. PM 10/PW – 301/Phb. 77, tanggal 12 Desember 1977. 1977. Jakarta: Departemen Perhubungan.
- Surayin. 2001. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Bandung: Yrama Widya.
- Suwithi, Ni Wayan. 1999. *Pelayanan Prima (Costumer Care)*. Makalah Penataran Guru Akomodasi Perhotelan Pada Pusat Pengembangan Penataran Guru Kejuruan; Jakarta.
- Vallen, Jerome J. 1985. *Check In-check Out: Principles of Effective Front Office Management*, W. C. Brown Company.
- White, Paul B. and Helen Beckley. 1975. *Hotel Reception*. Edinburgh: Edward Arnold Ltd.
- Widoyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wildan, Zulkarnain dan Sumarsono. 2018. *Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Wisnu, Al Bataafi. 2005. *House Keeping Departement, Floer and Publick Area*. Bandung: Alfabeta
- Zeithaml, VA. Bitner MJ. 1996. *Delivering and Performing Service. Part Five. Service Marketing International*Ed.TheMcGraw-HillInc