



STRATEGI STAF *RECEPTIONIST* DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI SAAT MELAYANI TAMU DI LAFAYETTE BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA

Suradi¹, Anton Triyantoro², Akh Fajar Rahman³, Komsan Muhamad Mutaqin⁴

Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta

Email: suradi.hadi22@gmail.com¹, anton.stipary@gmail.com², fajarahman123@gmail.com³, komsanmuhamad@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi staf receptionist dalam meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta. Sebagai garda terdepan, receptionist memegang peran penting dalam membentuk kesan pertama tamu, sehingga kepercayaan diri menjadi kompetensi utama yang harus dimiliki. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara dengan staf receptionist, serta studi dokumentasi terhadap standar operasional hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri staf, antara lain: pelatihan komunikasi dan pelayanan prima secara berkala, pemberian umpan balik dari atasan, pemahaman mendalam terhadap produk dan fasilitas hotel, serta penerapan teknik manajemen emosi saat menghadapi tamu. Selain itu, lingkungan kerja yang suportif dan budaya hotel yang profesional turut berkontribusi dalam membangun rasa percaya diri staf. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang terstruktur dan berkelanjutan dari pihak manajemen berperan signifikan dalam meningkatkan performa receptionist, yang pada akhirnya berdampak positif pada kualitas pelayanan dan kepuasan tamu di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

Kata kunci: strategi, receptionist, kepercayaan diri, pelayanan tamu, hotel

Abstract

This study aims to analyze receptionist staff strategies for increasing self-confidence when serving guests at Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta. As the frontline, receptionists play a crucial role in shaping guests' first impressions, making self-confidence a key competency. The study used a qualitative descriptive approach through direct observation, interviews with receptionists, and a documentary study of hotel operational standards. The results indicate several effective strategies for increasing staff self-confidence, including regular communication and excellent service training, providing feedback from superiors, a thorough understanding of hotel products and facilities, and the application of emotional management techniques when dealing with guests. Furthermore, a supportive work environment and a professional hotel culture contribute to building staff self-confidence. This study concludes that a structured and sustainable strategy from management plays a significant role in improving receptionist performance, which ultimately has a positive impact on service quality and guest satisfaction at Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

Keywords: strategy, receptionist, self-confidence, guest service, hotel.

PENDAHULUAN

Dalam dunia perhotelan terdapat beberapa department salah satunya yaitu *Front Office*. *Front Office* memiliki tanggung jawab penuh terhadap seluruh informasi hotel, pembuatan reservasi, penerimaan tamu, menyampaikan kebutuhan tamu, penjualan kamar, penanganan administrasi dan transaksi. *Front Office* dikatakan sebagai salah satu kunci utama bisnis perhotelan karena dalam bisnis *hospitality*, pelayanan terhadap tamu adalah aspek yang paling utama. Seorang yang terlibat di *Front Office* salah satunya yaitu *Reception*. *Reception* atau resepsionis adalah bagian operasional sebuah hotel/perusahaan yang tugas utamanya menerima tamu (Sugiarto, 2006).

Resepsionis saat ini mempunyai peran strategis karena mereka harus memberikan informasi mengenai pelayanan yang tersedia pada hotel tersebut. Keseimbangan keberhasilan resepsionis dalam menangani proses *Check-in* dan *Check-out* tamu akan merasa berkesan selama berada di hotel. Dalam hal ini resepsionis mempunyai tugas dalam memberikan pelayanan langsung kepada tamu, dan tamu akan menilai baik dan buruknya suatu hotel dari pelayanan resepsionis. Dalam menghadapi tamu resepsionis harus cepat dan tepat ketika mengambil keputusan, untuk itu resepsionis harus memiliki rasa percaya diri terhadap keputusan yang dibuatnya.

Dalam dunia perhotelan, kepercayaan diri merupakan modal penting untuk meningkatkan kinerja sehingga karyawan dapat tampil lebih baik, lebih berani menghadapi tantangan, dan lebih yakin dalam mencapai target. Kepercayaan diri juga merupakan salah satu aspek penting yang harus dimiliki oleh seorang hotelier dalam memberikan pelayanan. Seorang hotelier dituntut untuk menampilkan sikap yang sempurna di hadapan tamu, termasuk bersikap baik, ramah, sopan, dan tenang

dalam melayani setiap tamu yang akan datang ke hotel.

Kepercayaan diri adalah sikap yang mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya sendiri. Sikap ini menjadi aspek penting yang harus dimiliki setiap individu. Kepercayaan diri dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mencapai suatu tujuan. Dengan kepercayaan diri yang tinggi, seseorang akan lebih optimal dalam bekerja, sehingga kinerjanya pun akan semakin meningkat.

Namun, terdapat beberapa orang yang merasa tidak percaya diri terhadap kelebihan maupun kekurangan yang mereka miliki. Kurangnya rasa percaya diri pada sebagian orang sering kali disebabkan oleh sugesti mereka sendiri, banyak orang enggan mencoba hal baru karena takut melakukan kesalahan.

Permasalahan yang saat ini terjadi dalam industry perhotelan, khususnya di department *Front Office* adalah kurangnya rasa percaya diri. Ketidakpercayaan diri ini mencakup interaksi langsung dengan tamu, penanganan keluhan tamu, serta komunikasi dengan tamu asing akibat keterbatasan dalam penguasaan bahasa asing.

Sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Lafayette Boutique Hotel, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari metode yang digunakan resepsionis hotel untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka saat melayani tamu. Kepercayaan diri adalah kunci untuk layanan yang baik yang dapat memengaruhi pengalaman tamu. Oleh karena itu, penting bagi staf untuk memiliki rasa percaya diri yang tinggi agar dapat memaksimalkan potensi mereka dalam menjalankan tugas sehari-hari.

1.1 Fokus Penelitian

Strategi staf receptionist dalam meningkatkan kepercayaan diri saat

melayani tamu di Front Office Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi staf *receptionist* dalam meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu di *Front Office* Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Pengertian Hotel

Hotel merupakan sebuah bangunan atau perusahaan yang menyediakan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta fasilitas lainnya seperti kolam renang, gym, spa, dan lainnya. Pengertian hotel menurut beberapa sumber yaitu:

2.1.1 Menurut (Praditiningtyas, 2017) dalam Noviasuti & Cahyadi (2020), Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara profesional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan.

2.1.2 Menurut (Ivanovic, 2009) dalam Noviasuti & Cahyadi (2020), Hotel merupakan sarana persinggahan sementara bagi wisatawan termasuk diantaranya memberikan pelayanan kamar serta pelayanan makanan dan minuman, maka hal yang paling penting dari suatu produk hotel yaitu faktor manusia berupa jasa pelayanannya.

2.1.3 Menurut (Prakoso, 2017), Hotel merupakan pendukung dari beberapa kegiatan sektor pariwisata yang menyediakan sarana akomodasi dan tempat pertemuan antara wisatawan dan pelaku industry

2.2. Bagian atau Departemen di Hotel.

Pada umumnya dalam operasional hotel, hotel terbagi dalam beberapa departemen yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab. Departemen tersebut antara lain:

2.2.1 Room Division Department

Departemen ini bertanggung jawab penuh dalam penjualan kamar dan fasilitas lainnya yang ada di hotel. Departemen ini merupakan sumber pendapatan terbesar sebuah hotel yang tersusun dari *Front Office Department* dan *Housekeeping Department*.

2.2.2 Front Office Department

Front Office merupakan departemen yang menjadi ujung tombak dalam operasional hotel. Fungsinya yaitu melayani tamu mulai dari pemesanan kamar sampai tamu meninggalkan hotel.

2.2.3 Housekeeping Department

Departemen ini memiliki tugas utama yaitu memelihara dan menjaga kebersihan, kerapian, dan kenyamanan seluruh area hotel khususnya kamar tamu dan area umum.

2.2.4 Food and Beverage Department

Departemen ini bertugas menawarkan pelayanan kepada tamu dalam hal makanan dan minuman. Pelayanan ini berupa *coffee shop, restaurant, bar, lounges, dan banqueting*.

2.2.5 Engineering Department

Departemen ini bertugas dan bertanggung jawab terhadap pemeliharaan dan perbaikan seluruh operasi alat-alat, mesin-mesin, dan kelistrikan.

2.2.6 Security Department

Departemen ini bertanggung jawab penuh terhadap keselamatan dan keamanan tamu hotel dan karyawan. Tugasnya yaitu mengawasi penggunaan peralatan demi kenyamanan dan keamanan dalam hotel.

2.2.7 Accounting Department

Departemen ini bertanggung jawab memonitor segala kegiatan keuangan hotel, meliputi penerimaan tunai, banking, memproses payroll, akumulasi data operasional, dan menyiapkan laporan internal, audit, dan tagihan.

2.2.8 Sales and Marketing Department

Departemen ini bertanggung jawab membangkitkan bisnis sebuah hotel baik

menangani pemesanan kamar untuk grup maupun acara pertemuan, dan juga menangani periklanan, promosi, dan publikasi.

2.2.9. Human Resources Department

Departmen ini bertanggung jawab untuk menangani pegawai, mulai dari perekrutan, *induction programmes*, pelatihan, kompensasi pegawai, hubungan kerja dan pengembangan pegawai.

3. Front Office

Front Office berasal dari bahasa inggris “*Front*” yang artinya depan, sedangkan “*Office*” berarti kantor. Jadi, *Front Office* adalah kantor. Kantor depan merupakan sebuah departmen disebuah hotel yang letaknya dibagian depan (Bagyono, 2016:21). *Front Office* adalah suatu departmen di hotel yang secara operasional berhubungan dengan tamu secara langsung karena *Front Office* sebagai sumber informasi yang diperlukan oleh tamu dan departmen lain.

3.1. Didalam sebuah industri perhotelan *Front Office* memiliki beberapa fungsi penting dalam operasional hotel. Menurut Bagyono (2016:21-22) beberapa fungsi *Front Office Department* yang dimaksud sebagai berikut:

3.1.1. Menjual kamar (*Reservasi, Check-in, dan Check-Out*).

3.1.2. Menangani informasi mengenai produk atau pelayanan dan informasi umum lainnya.

3.1.3. Mengkoordinir pelayanan tamu.

3.1.4. Melaporkan status kamar.

3.1.5. Menyelesaikan pembayaran tamu (*Guest Bill, Guest Folio, Guest Account*).

3.1.6. Menangani telepon, pesan, *faksimile*, dan *email*.

3.1.7. Menangani barang tamu dan barang-barang lainnya.

3.1.8. Melayani, menampung, menyelesaikan keluhan tamu.

3.1.9. Melakukan kerja sama yang baik dengan departmen lain untuk kelancaran

operasional hotel

Front Office seringkali disamakan dengan resepsionis dan penjaga lobi hotel. Namun, keduanya memiliki tanggung jawab yang berbeda. Resepsionis bertugas pada menjawab pertanyaan pelanggan, sedangkan front desk agent bertugas pada proses *check-in* dan *check-out*. Adapun beberapa section yang ada di department *Front Office* yaitu:

3.2.1. Reception

Reception adalah salah satu section yang bertugas bertanggung jawab menangani tamu *check-in, check-out*, pindah kamar, serta membantu tamu dengan memberikan informasi tentang fasilitas dan pelayanan yang ada di hotel.

3.2.2. Reservation

Reservation adalah bagian pemesanan kamar, menerima dan mencatat setiap pemesanan kamar yang datang baik melalui *telephone, fax, email, surat menyurat* dan lain sebagainya. *Reservation* bertanggung jawab dalam menanggapi semua permintaan dengan cepat dan efektif.

3.2.3. Concierge/Bell Boy

Concierge peran penting, karena yang akan ditemui tamu pertama kali ketika datang kehotel. *Concierge* dibagi menjadi beberapa bagian salah satunya yaitu *bellboy* yang bertugas dalam penanganan barang bawaan tamu.

3.2.4. Cashier

Cashier memiliki tugas yaitu mencatat semua tagihan atas penggunaan fasilitas hotel oleh tamu dan menerima pembayaran tamu. Pekerjaan *cashier* dituntut untuk teliti untuk menghindari kesalahan dalam menyiapkan tagihan tamu hotel.

3.2.5. Telephone Operator

Telephone operator adalah orang yang bertugas untuk menyampaikan sambungan *telephone* yang masuk kepada orang yang dituju, bertanggung jawab membuka saluran *telephone* bila ada karyawan yang hendak menghubungi pihak luar.

3.2.6. GRO

Guest Relation Officer adalah department

yang berperan sebagai pusat informasi serta memberi kesan pertama dan terakhir di mata para tamu. Bertugas sebagai humas hotel untuk merespon sebagai permintaan tamu, mulai dari permintaan alam, informasi biaya akomodasi, reservasi makan malam dan sebagainya.

4. Pengertian Tamu

Menurut Bambang Sujatno (2006: 6-7) 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. Ada dua tipe tamu menurut kebutuhannya yaitu tamu yang datang untuk menggunakan fasilitas kamar hotel dan tamu yang datang walaupun tidak untuk menginap tetapi bermaksud menggunakan fasilitas selain kamar hotel atau pelayanan hotel lainnya.

Sedangkan menurut Bagyono (2003: 61) tamu adalah orang yang telah mendaftar dan menginap di hotel.

5. Pengertian Strategi

Menurut Charles, (2010:9) Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham.

Menurut David (2011:18), Strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Johnson dan Schools (2016:29) dalam Hery Suprpto (2019), Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang untuk

memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

Menurut Siagian (2016:29) dalam Hery Suprpto (2019), Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.

5. Kepercayaan Diri

Menurut Brown (2000), Kepercayaan diri adalah keyakinan bahwa mereka sepenuhnya mampu untuk menyelesaikan tugas, jika mereka pertama kali percaya bahwa mereka dapat melakukan tugas, kepercayaan diri akan muncul untuk memotivasi mereka dalam mencapai dan menyelesaikan tugas.

Menurut Bandura dalam Asri Laksmi Riani dan Hanik Farida, (2006:44) Kepercayaan diri atau self efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif dan tindakan-tindakan yang diperlukan atas situasi-situasi yang dihadapi.

Menurut Robert Redenbach dalam Dewi (1998:15) kepercayaan diri/ rasa percaya diri adalah kemampuan mental untuk mengurangi pengaruh negative dari keraguan, dengan demikian biarkan rasa percaya diri setiap orang digunakan pada pengetahuan dan kemampuan personal untuk memaksimalkan efek.

Kepercayaan diri yang dimiliki seseorang sangat menentukan keberhasilan dalam mencapai kesehatan mental, karena setiap orang menginginkan untuk menghadapi berbagai situasi dengan tenang. Rasa percaya diri muncul dari kesadaran akan kemampuan yang dimiliki individu. Hal ini didasarkan pada pendapat Hakim (2005), yang menyatakan bahwa percaya diri bisa dikatakan sebagai suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa

mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya. Menurut Thursan Hakim (2005: 5) ciri-ciri orang percaya diri yaitu:

5.1.Selalu bersikap tenang didalam mengerjakan segala sesuatu.

5.2.Mempunyai potensi dan kemampuan yang memadai.

5.3.Mampu menetralisasi ketegangan yang muncul didalam berbagai situasi.

5.4.Memiliki kondisi mental dan fisik yang cukup menunjang penampilan.

5.5.Memiliki kecerdasan yang cukup.

5.6.Selalu bereaksi positif didalam menghadapi berbagai masalah.

METODE PENELITIAN

5.1. Jenis dan Desain Penelitian

Menurut Darmadi (2013: 153) menyatakan pengertian metode penelitian adalah sebagai berikut:

"Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data-data dengan tujuan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan rasional, empiris dan sistematis.

"Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sugiyono(2019: menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, 2019: 22).

Karakteristik penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2019: 24) yaitu:

5.1.1. Dilakukan pada kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci

5.1.2. Penelitian kualitatif lebih bersifat

deskriptif. Datayang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka

5.1.3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk

5.1.4. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif.

5.1.5. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi alami. Sumber data utama adalah primer dan Teknik pengumpulannya lebih banyak berupa observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis antara lain:

5.2.1.Observasi

Menurut Sugiyono (2014: 145), Observasi adalah sebuah proses yang kompleks, yaitu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis atau psikologis. Lebih lanjut menurut Haryono (2020: 19), menegaskan bahwa observasi merupakan metode penelitian yang penting untuk memahami dan memperkaya pengetahuan tentang fenomena yang diteliti. Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas yang ingin diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui atau menemukan strategi yang dilakukan seorang reception dalam melayani tamu di Hotel Lafayette Boutique Yogyakarta. Peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung kurang lebih selama 2 bulan di bulan April hingga Mei, alasan peneliti melakukan di waktu tersebut dikarenakan pada bulan April dan Mei setelah idul fitri, hotel kembali mengalami high season. Peneliti mengamati cara kerja yang dilakukan oleh seorang reception dalam melayani tamu

6.2.2.Wawancara

Menurut Mardawani (2020: 50-52), Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ialah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan sebuah proses untuk memperoleh informasi atau keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan narasumber dengan menggunakan atau tanpa menggunakan pedoman.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. Wawancara akan dilakukan pada Staf Reception Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

6.2.3. Dokumen

Menurut Sugiyono (2015: 329), dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk arsip, buku, dokumen, tulisan, angka, dan gambar yang berwujud laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Lebih lanjut menurut Mardawani (2020: 52), dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencermati dan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2019:314) mengemukakan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa lukisan, patung dan film. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2019: 314).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dokumen yang digunakan pada penelitian

ini diantaranya yaitu dokumen berbentuk tulisan berupa *standard operating procedure (SOP)* dan dokumen berbentuk gambar berupa foto mengenai tugas *GRO*.

6.2.4. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2014: 42), definisi dari studi pustaka adalah teknik mengumpulkan data dengan menggunakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Adapun demikian, peneliti telah melakukan studi pustaka mengenai beberapa teori jenis-jenis komplain serta strategi dalam penanganan komplain yang dapat menjadikannya sebagai bukti-bukti yang dapat mendukung dan melengkapi hasil penelitian.

6.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama dua bulan pada bulan Mei-juni 2025 di *Front Office* Hotel Lafayette Boutique Yogyakarta. Kegiatan penelitian meliputi observasi, wawancara dan dokumen.

6.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif (*Interactive Model of Analysis*). Menurut Miles dan Huberman (2008) dalam model ini tiga komponen analisis, yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan, dilakukan dengan bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data (*data collecting*) sebagai suatu siklus.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data hasil observasi ditunjukkan dalam bentuk visual berupa foto, data hasil wawancara disajikan dalam bentuk rekaman atau *field note*, dan data asil dokumentasi ditampilkan dalam bentuk salinan dari arsip aslinya.

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas serta menyajikan hasil dan pembahasan terkait dengan penelitian yang telah dilakukan di

Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta. Hasil dan pembahasan ini dilakukan melalui metode kualitatif yang terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Data-data yang akan penulis sajikan berdasarkan pokok permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu “Strategi Staf Receptionist Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Saat Melayani Tamu di Front Office Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta”. Hasil penelitian di deskripsikan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan dan melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara dengan informan yang diperlukan untuk penelitian yang fokus pada masalah yang diteliti. Dalam pelayanan *Front Office*, khususnya pada bagian resepsionis, kepercayaan diri merupakan modal utama yang berperan penting dalam memengaruhi kualitas pada saat interaksi dengan tamu, kemampuan dalam menangani keluhan, serta ketanggapan dalam menyampaikan informasi secara akurat, dan ramah.

Pada subbab ini, peneliti akan menguraikan kepercayaan diri berupa usaha-usaha yang dilakukan pihak hotel maupun staf resepsionis untuk menumbuhkan kepercayaan diri maupun motivasi yang didapat oleh staf resepsionis di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta. Pemaparan ini disusun berdasarkan data hasil wawancara mendalam, observasi langsung di lingkungan kerja, serta pembahasan yang relevan dengan konsep kepercayaan diri dalam konteks dunia kerja, khususnya di industri perhotelan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, kepercayaan diri terlihat melalui sikap dan cara mereka dalam berinteraksi dengan tamu seperti bersikap tenang dalam mengerjakan sesuatu, serta gerakan tubuh yang menunjukkan kesiapan

dan ketenangan. Peneliti melakukan pengamatan di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Ciri-ciri orang percaya diri

No	Indikator	N S G D S B					
		a	t	a	a	a	e
		l	l	l	r	h	y
		i	o	n		u	
		a	n				
1	Bersikap tenang dalam mengerjakan sesuatu	Y	T	Y	T	Y	Y
		A	D	A	D	A	A
		K	K				
2	Mempunyai potensi dan kemampuan yang memadai	Y	Y	Y	Y	Y	Y
		A	A	A	A	A	A
3	Mampu menetralisasi ketegangan	Y	Y	Y	Y	Y	Y
		A	A	A	A	A	A
4	Kondisi mental dan fisik yang cukup	Y	T	Y	Y	Y	Y
		A	D	A	A	A	A
		K					
5	Kecerdasan yang cukup	Y	Y	Y	Y	Y	Y
		A	A	A	A	A	A
6	Selalu bereaksi positif dalam menghadapi berbagai masalah	Y	Y	Y	Y	Y	Y
		A	A	A	A	A	A

Sumber: Yogyakarta Lafayette Hotel

Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan mengenai usaha-usaha untuk meningkatkan kepercayaan diri staf resepsionis banyak yang sudah melakukan seluruh faktor yang harus dipenuhi dalam meningkatkan kepercayaan diri. Tetapi belum semua melakukannya.

Dalam pengamatan peneliti, staf resepsionis

selalu memberikan pelayanan dengan bersikap tenang, tetapi belum semua merasa tenang dalam melayani tamu. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Mbak Natalia sebagai berikut:

“Sikap tenang adalah kunci utama dalam memberikan pelayanan. Kadang ada tamu yang komplain mengenai kamar belum siap, atau kesalahan dalam reservasi. Tetapi dalam situasi apapun kami tidak boleh terpancing emosi, kami mendengarkan keluhan tamu dengan penuh perhatian, lalu menjelaskan dengan sopan dan menawarkan solusi. Dengan begitu, tamu biasanya menjadi lebih tenang juga”

Dalam hal potensi dan kemampuan staf resepsionis mengenai pelayanan tamu sudah baik dari mulai pengalaman yang dimiliki staf resepsionis yang sudah banyak dan background Pendidikan yang sejalur. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Mas Saekhu sebagai berikut:

“Saya kurang lebih 10 tahun berkerja didepartmen Front Office, dan selalu berpindah pindah hotel demi mencari pengalaman, dan akhirnya saya menjadi Duty Manager disini”

Terkait dengan ketegangan dalam proses pelayanan tamu menurut pengamatan peneliti staf resepsionis sudah melakukannya dengan baik. Seluruh staf resepsionis selalu menanggapi keluhan tamu dengan nada suara lembut dan Bahasa yang sopan, resepsionis juga menunjukkan Bahasa tubuh yang terbuka seperti tersenyum menunjukkan sikap yang tenang. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Mbak Natalia sebagai berikut:

“Dalam situasi tegang seperti tamu menyampaikan keluhan, kami berusaha untuk tetap bersikap profesional, menggunakan nada suara yang lembut dan Bahasa yang sopan agar tamu merasa dihargai. Selain itu, kami juga selalu berusaha tersenyum dan menunjukkan

Bahasa tubuh yang terbuka, seperti kontak mata yang ramah, agar suasana tidak semakin tegang.”

Terkait dengan kondisi mental dan fisik yang cukup, berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, sebagian staf resepsionis sering merasa gugup dan kurang percaya diri, terutama saat harus berbicara dalam Bahasa asing. Namun mereka tetap berusaha mengendalikan emosi dan memberikan respon yang sopan. Karena dalam kondisi apapun atasan selalu memberikan dan mengajarkan untuk tetap sabar dan tidak terpancing emosi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Gilang yaitu:

“Kami diajarkan untuk tetap sabar dan tidak terpancing emosi. Kalau ada tamu complain, saya dengarkan dulu dengan baik, lalu sampaikan permintaan maaf dan solusi yang bisa kami berikan. Kadang saya juga konsultasi dulu dengan supervisor jika kasusnya cukup berat”

Dalam kecerdasan yang cukup, dalam pengamatan yang dilakukan peneliti terlihat bahwa para staf resepsionis memiliki kecerdasan yang cukup baik dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Hal ini tampak dari kemampuan mereka dalam menyesuaikan diri terhadap berbagai karakter tamu, baik tamu yang datang dengan ramah maupun yang sedang dalam keadaan kurang puas. Selain itu, kemampuan staf dalam menggunakan Bahasa tubuh yang komunikatif, jelas, professional menunjukkan kecerdasan verbal yang mendukung keberhasilan pelayanan. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Mas Sandi sebagai berikut:

“Kami harus bisa memahami karakter tamu sejak awal. Misalnya, tamu terlihat Lelah, kami tidak perlu banyak bertanya dan langsung bantu proses check-in dengan cepat, kalau tamunya ingin berbicara, kami melayani dengan ramah. Jadi kami menyesuaikan cara bicara dan sikapo sesuai kondisi tamu.”

Dalam reaksi positif staf resepsionis dalam menghadapi berbagai masalah pelayanan, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa staf resepsionis selalu bereaksi positif dalam menghadapi berbagai masalah yang muncul selama proses pelayanan tamu. Staf resepsionis selalu menggunakan nada bicara yang lembut, menjaga kontak mata dengan sopan, dan menampilkan Bahasa tubuh terbuka. Tindakan tersebut mencerminkan sikap positif yang mampu menciptakan suasana pelayanan yang nyaman bagi tamu, sekaligus menunjukkan kepercayaan diri staf dalam bekerja di bawah tekanan. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Mas Galang sebagai berikut:

“Salah satu standar pelayanan kami adalah Positive Response Attitude. Artinya, setiap masalah harus ditanggapi dengan sikap tenang, dan solusi, bukan keluhan balik. Resepsionis dilatih untuk tetap sopan dan menggunakan Bahasa positif agar citra hotel tetap profesional di mata tamu.” Pada subbab ini akan disajikan hasil temuan dari observasi serta wawancara yang dilakukan peneliti terhadap staf resepsionis di Lafayette Hotel Yogyakarta mengenai strategi yang mereka terapkan untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam melayani tamu.

Dalam pelayanan resepsionis harus memperhatikan strategi kerja yang digunakan. Menurut Charles, (2010:9) Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Staf resepsionis menerapkan beberapa strategi dalam meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu, khususnya dalam proses check-in dan check-out antara lain:

5.3. *Employee of The Month*

Peneliti juga mengamati bahwa staf resepsionis yang memiliki kepercayaan diri cenderung mampu menghadapi berbagai situasi dengan tenang, termasuk ketika saat menjawab pertanyaan yang sulit dari tamu, menangani keluhan, maupun memberikan solusi atas permasalahan tertentu. Mereka menunjukkan ketegasan dalam bertindak tanpa keraguan serta mampu menjaga ekspresi wajah yang tetap ramah dan profesional. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, manajemen hotel memberikan motivasi kepada karyawan melalui pemberian penghargaan berupa *Employee of the Month*, dan ada salah satu staf *Front Office* yang mendapatkan penghargaan tersebut, sehingga bisa membuat staf memacu semangat dan kepercayaan diri. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Sandi yaitu:

“Dari pihak manajemen, kami mendapatkan banyak motivasi. Salah satunya adalah sistem apresiasi yang biasa dilakukan waktu GSM setiap 3 bulan sekali”

Hal ini didukung juga dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Gilang yaitu:

“Saya merasa bersyukur bisa mendapat penghargaan itu, ketika mendapat penghargaan itu saya merasa jauh lebih percaya diri karena merasa dihargai oleh tim dan manajemen. Saya juga lebih termotivasi untuk terus memberikan pelayanan terbaik dan menjadi contoh bagi teman-teman yang lain” Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diatas dapat dianalisa bahwa kepercayaan diri itu terbentuk dari dukungan manajemen hotel yaitu adanya sistem penghargaan seperti *Employee of*

the Month terbukti mampu memotivasi staf untuk terus meningkatkan performa kerja. Salah satu staf bahkan mengaku bahwa penghargaan tersebut membuatnya merasa lebih dihargai dan secara langsung

meningkatkan kepercayaan dirinya dalam bekerja.

7.2. Penguasaan *Product Knowledge*

Dalam proses *check-in* dan *check-out*, staf resepsionis diharuskan memberikan kesan pertama dan terakhir yang baik kepada tamu. Oleh karena itu, kepercayaan diri sangat penting menjadi cerminan *professional* hotel. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai *product knowledge* atau pengetahuan tentang produk dan layanan hotel mengenai fasilitas, jenis kamar, layanan tambahan, hingga kebijakan hotel, staf dapat memberikan informasi yang akurat kepada tamu dengan penuh keyakinan. Dalam pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di Lafayette Hotel Yogyakarta, peneliti menemukan beberapa aspek dalam penguasaan *product knowledge* ini sebagai berikut:

Tabel 4.2 Aspek Penguasaan *Product Knowledge*

No	Aspek yang Diamati	Hasil Observasi
1	Pemahaman mengenai jenis-jenis kamar dan fasilitas hotel	Staf mampu menjelaskan tipe kamar dan fasilitas hotel (kolam renang, <i>fitnes center</i> , ruang meeting, restoran, area parkir, dll) dengan jelas.
2	Pemahaman mengenai promosi dan paket hotel	Staf dapat menyampaikan informasi promosi dan paket menginap dengan akurat, tetapi ada beberapa staf yang kurang karena terkendala komunikasi yang kurang terorganisir.

3	Penguasaan SOP dan prosedur pelayanan	Staf memahami alur <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> serta penanganan keluhan dan permintaan tambahan.
4	Penguasaan Bahasa asing	Beberapa staf menggunakan Bahasa asing dengan cukup baik, namun ada beberapa staf yang pasif dalam penguasaan Bahasa asing

Berdasarkan pengamatan penulis yang dilakukan mengenai penguasaan *product knowledge*, terlihat jelas bahwa semakin tinggi penguasaan *product knowledge*, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri staf dalam berinteraksi dengan tamu. Selain itu, penguasaan informasi produk juga membantu staf dalam mengambil keputusan secara cepat dan tepat, terutama saat menangani komplain. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai *product knowledge* atau pengetahuan tentang produk dan layanan hotel mengenai fasilitas, jenis kamar, layanan tambahan, hingga kebijakan hotel. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Sandi yaitu: “*Menguasai product knowledge, grooming yang sesuai, dan dapat berkomunikasi secara dua arah dengan baik*” Beberapa brosur mengenai promo-promo yang berlaku antara lain:



Gambar 4. 1 Gambar Product Knowledge

Gambar diatas merupakan contoh brosur yang sering disampaikan pada saat pelatihan-pelatihan. Pihak hotel secara rutin menyelenggarakan pelatihan bagi staf sebagai upaya untuk memperkuat pengetahuan mengenai *product knowledge* yang mencakup informasi terkait promosi bulanan, paket kamar, serta diskon untuk kamar dan restoran, Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Sandi yaitu:

“Iya, dengan sering diadakan *refreshment* dan *training* oleh HR mengenai *product knowledge*”

Melalui pelatihan inilah staf resepsionis terus diperbarui pemahamannya dan semakin percaya diri saat berhadapan dengan pertanyaan atau permintaan tamu, terutama pada saat waktu *check-in* dan *check-out*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti menganalisa bahwa penguasaan *product knowledge* merupakan pondasi penting dalam membentuk kepercayaan diri staf resepsionis. Hal ini memiliki keterkaitan langsung dengan efektivitas pelayanan dan citra *professional* hotel. Strategi yang dijalankan secara rutin oleh pihak manajemen menjadi bentuk intervensi yang tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga pada pembentukan sikap dan keyakinan diri staf dalam bekerja.

Hal ini juga didukung oleh Bandura dalam Asri Laksmi Riani dan Hanik Farida (2006:44) bahwa kepercayaan diri atau *self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk memotivasi, sumber daya kognitif dan tindakan-tindakan yang diperlukan atas situasi-situasi yang dihadapi.

7.3. Komunikasi efektif dan dua arah.

Staf resepsionis menjadi garda terdepan dalam berinteraksi langsung dengan tamu. Oleh karena itu, kemampuan dalam menjalin komunikasi yang efektif dan dua arah menjadi salah satu strategi dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu. Peneliti sudah melakukan pengamatan dan menemukan beberapa aspek dalam komunikasi efektif dan dua arah ini yang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.3. Aspek Komunikasi efektif dua arah

No	Aspek	Hasil Observasi
1	Kontak mata dan ekspresi wajah	Staf menjaga kontak mata saat berinteraksi, ekspresi wajah sangat ramah dan <i>professional</i> , sesuai dengan standar pelayanan. Tetapi, beberapa staf seringkali memberikan ekspresi wajah kurang ramah karena menemui beberapa tamu yang kurang baik
2	Penggunaan Bahasa tubuh	Staf melakukan Bahasa tubuh yang terbuka dan bersahabat, staf berdiri tegak, tidak menyilangkan tangan, dan sering tersenyum saat berinteraksi dengan tamu.
3	Kemampuan mendengarkan aktif	Staf menunjukkan mendengarkan aktif dengan respons verbal (“Baik, Bapak/Ibu”), dan gestur seperti mengangguk dan memperhatikan lawan bicara.
4	Nada dan kejelasan suara	Beberapa staf melakukan nada suara tenang dan sopan, volume cukup jelas. Pengucapan kata dilakukan dengan artikulasi yang baik, mudah dipahami oleh tamu. Tetapi beberapa staf sedikit terbata-bata ketika menjelaskan informasi ke tamu, dan

		sering kali terlalu cepat sehingga tamu seringkali minta untuk mengulangi penjelasan tersebut.
--	--	--

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, temuan tersebut merupakan hasil dari beberapa aspek yang telah ditetapkan sebelumnya. Staf menyadari bahwa kontak mata memiliki peran penting sebagai bentuk penghargaan kepada tamu. Selain itu, ekspresi wajah yang konsisten ramah dan tenang dinilai mampu menciptakan kenyamanan awal dalam komunikasi, Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Gilang yaitu:

“Saya selalu berusaha menjaga kontak mata dengan tamu sebagai bentuk penghormatan dan kesopanan, ekspresi wajah saya diusahakan tetap ramah dan professional, tetapi seringkali saya agak malas menatap ke tamu karena sedikit menjengkelkan ya, tetapi kita harus tetap professional terutama saat menyambut tamu atau membantunya agar mereka merasa nyaman”

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menganalisa bahwa kontak mata yang secara konsisten dilakukan oleh staf sebagai bentuk penghargaan dan kesopanan terhadap tamu dalam menciptakan kesan pertama yang positif bagi tamu.

Dalam menggunakan Bahasa tubuh staf sudah melakukan dengan baik seperti postur tegak, gerakan tangan yang sopan, serta memberikan senyuman serta menciptakan kesan terbuka dan *professional* dalam melayani tamu. Gerakan tubuh ini digunakan ketika beberapa staf yang kurang dalam penguasaan Bahasa asing. Sehingga mereka menggunakan Bahasa tubuh untuk mengarahkan yang diminta oleh tamu Hal ini didukung dengan

hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Gilang yaitu:

“Saya menggunakan gerakan tangan yang tenang dan menunjuk arah dengan sopan jika tamu itu memerlukan arahan toilet, mushola, atau tempat yang lain. Postur tubuh saya juga diusahakan tegak dan terbuka, tidak membungkuk, agar terlihat siap membantu dan jangan lupa harus bersikap ramah.”

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menganalisa bahwa ekspresi wajah yang ramah dan tenang menjadi salah satu elemen yang turut membangun kenyamanan awal dalam komunikasi. Ekspresi wajah yang konsisten dalam menanggapi tamu menunjukkan sikap terbuka dan siap membantu tamu.

Dalam kemampuan staf mendengarkan dengan aktif itu sudah baik, dengan tidak memotong pembicaraan, memberikan respon verbal maupun nonverbal. Sikap ini menunjukkan bahwa mereka benar-benar memperhatikan kebutuhan tamu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mbak Natalia yaitu:

“Saya mendengarkan dengan penuh perhatian tanpa menyela, lalu mengulangi atau merangkum pertanyaan tamu untuk memastikan saya memahaminya, lalu saya catat di lembar guest comment itu juga bisa membantu untuk dijadikan bukti kalau terjadi yang tidak sesuai keinginan”

Dalam nada dan kejelasan suara beberapa staf belum memenuhi syarat, tetapi salah satu staf menyampaikan bahwa nada suara yang telah dilakukan yaitu sopan dan jelas. Mereka menyadari bahwa kejelasan berbicara penting untuk mencegah kesalahpahaman dan kenyamanan dalam berkomunikasi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Saekhuyaitu:

“Saya menggunakan nada suara yang tenang dan sopan, tidak terlalu keras tetapi cukup jelas untuk didengar. Saya juga memastikan tidak berbicara terlalu cepat

agar informasi yang saya sampaikan mudah dipahami oleh tamu”

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menganalisa bahwa pada aspek mendengarkan secara aktif ini mencerminkan adanya keterlibatan emosional dan tanggung jawab dalam memahami kebutuhan tamu, sekaligus mencegah kesalahpahaman yang bias merusak kualitas pelayanan. Sedangkan pada aspek intonasi dan kejelasan suara masih ditemukan ketidakkonsistenan antar staf, tetapi sebagian staf telah memahami pentingnya komunikasi verbal yang efektif dan berusaha mengelola suara dengan baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas.

7.4. Peran rekan kerja

Dalam dunia kerja, khususnya dibagian resepsionis, kepercayaan diri tidak hanya dibentuk oleh faktor internal, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan kerja dan hubungan antar staf. Menurut pengamatan peneliti di Lafayette Hotel Yogyakarta mengenai peran rekan kerja yaitu sebagian staf kurang menunjukkan kemampuan bekerja sama dalam tim. Salah satu staf resepsionis cenderung menyelesaikan tugasnya secara individu tanpa memperhatikan atau melibatkan rekan kerja lainnya. Situasi ini memicu ketegangan dalam hubungan antar staf dan berpotensi menurunkan kepercayaan diri staf lainnya. Namun dalam hasil wawancara yang telah dilakukan salah satu staf menyampaikan bahwa motivasi serta semangat yang diberikan oleh sesama staf menjadi salah satu sumber kekuatan untuk tetap *professional*, terutama saat menghadapi situasi tertentu. Sehingga ketika staf lainnya menemukan permasalahan tersebut mereka seringkali memberikan motivasi bahwa sikap saling membantu ini mengurangi beban kerja individu dan membuat staf merasa lebih percaya diri karena tidak merasa bekerja sendiri. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Saekhu yaitu:

“Peran rekan kerja sangatlah penting, kita harus saling memotivasi satu sama lain supaya kita bisa optimal dalam melayani tamu”

Salah satu staf juga mengungkapkan bahwa dirinya sempat merasa kurang percaya diri, terutama saat bertugas dan harus berkomunikasi dengan tamu asing. Staf tersebut menyatakan bahwa setelah mendapat bantuan dari rekan, dirinya merasa tidak sendiri dan lebih percaya diri dalam menghadapi situasi serupa di kemudian hari. Sehingga ketika seorang staf merasa didukung, dihargai, dan tidak ditinggalkan dalam menghadapi kesulitan, maka rasa percaya dirinya meningkat secara alami. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mbak Natalia yaitu:

“Pernah, terutama saat bekerja dan harus menghadapi tamu asing yang berbicara cepat. Dalam situasi itu, rekan kerja saya sering membantu menerjemahkan atau ikut menyambung komunikasi, setelah itu mereka memberikan tips cara mengatasi ketegangan. Dukungan itu membuat saya merasa tidak sendiri dan perlahan lebih percaya diri”

Salah satu staf juga mengatakan bahwa rekan kerja tidak hanya berperan sebagai mitra kerja dalam menyelesaikan tugas, tetapi juga menjadi sumber motivasi dan tempat belajar informal. Ketika ada dukungan oleh rekan kerja, maka kepercayaan diri itu tumbuh lebih cepat, rasa dihargai tersebut menciptakan suasana kerja yang positif dan membuat staf merasa lebih siap dalam menghadapi berbagai situasi pelayanan. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menurut Mas Sandi yaitu:

“Sangat penting, rekan kerja bukan hanya teman kerja, tapi juga seperti support system. Ketika mereka percaya pada kemampuannya, saya juga ikut percaya diri. Kebersamaan itu menjadi

salah satu motivasi terbesar dalam berkembang”

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti menganalisa bahwa rekan kerja yang mendukung memiliki peran strategis dalam menumbuhkan dan mempertahankan kepercayaan diri staf resepsionis. Faktor social ditempat kerja, seperti kerja tim, saling menghargai, dan komunikasi terbuka, merupakan elemen penting dalam penguatan kepercayaan diri staf.

Hal ini didukung oleh Basford dan Offerman (2012), menyatakan bahwa rekan kerja yang mendukung akan memberikan atau menyediakan sumberdaya yang bermanfaat bagi individu karyawan.

PENUTUP

Berdasarkan studi kasus yang dilakukan peneliti saat melakukan penelitian di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta yang berkaitan dengan rumusan masalah yang peneliti ambil yaitu Bagaimana Strategi Staf Resepsionis dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri saat Melayani Tamu, maka pada bab ini peneliti ingin memberikan kesimpulan serta saran berdasarkan hasil penelitian peneliti.

8.1.Kesimpulan

Usaha-usaha untuk meningkatkan kepercayaan diri *receptionist* dalam melayani tamu di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa upaya staf resepsionis Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta dalam meningkatkan kepercayaan diri saat memberikan pelayanan kepada tamu telah menunjukkan hasil yang cukup baik. Staf resepsionis mampu menampilkan sikap tenang, sopan, serta profesional dalam menghadapi berbagai situasi pelayanan, termasuk pada saat melayani keluhan dari tamu.

Pengalaman kerja yang memadai dan latar belakang Pendidikan yang relevan menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kemampuan serta memberikan pelayanan yang berkualitas. Serta kecerdasan emosional yang dimiliki staf juga tercermin dari kemampuan mereka dalam menyesuaikan sikap dengan karakter tamu yang beragam.

8.1.Strategi staf *receptionist* dalam meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu di *FrontOffice* Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta

Strategi yang diterapkan oleh staf dalam meningkatkan kepercayaan diri saat melayani tamu sangat berperan penting dalam menunjang kualitas pelayanan. Strategi-strategi ini mencerminkan upaya individual maupun upaya manajemen dalam menciptakan sikap profesional, komunikasi efektif, serta penguasaan pengetahuan dan ketrampilan kerja yang mendukung kinerja dalam pelayanan.Strategi berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, antara lain:

8.1.1.*Employe of The Month*

8.1.2.Penguasaan *Product Knowledge*

8.1.3.Kemampuan komunikasi efektif dua arah

8.1.4.Peran rekan kerja

8.1.5.Menyiapkan mental dan fisik

Strategi-strategi ini terbukti membantu meningkatkan kepercayaan diri staf resepsionis saat melayani tamu, terutama pada saat waktu proses *check-in* dan *check-out*.

Namun tidak semua staf menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang optimal, beberapa masih terlihat gugup, kurang aktif dalam berkomunikasi, serta keterbatasan Bahasa asing. Hal ini berdampak pada kualitas layanan yang diberikan dan dapat memengaruhi kepuasan serta citra hotel secara keseluruhan

8.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian Strategi Staf Receptionist dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri saat Melayani Tamu di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta, penulis menyarankan hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

8.2.1.Dalam meningkatkan kepercayaan diri, pihak manajemen disarankan untuk terus mengembangkan program pelatihan secara berkala, terutama dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dan penguasaan Bahasa asing, agar staf semakin percaya diri dalam menghadapi berbagai jenis tamu.

8.2.2.Dalam meningkatkan kepercayaan diri, staf resepsionis diperlukan upaya dari pihak *FO Department* untuk membangun budaya kerjasama yang lebih solid antara staf resepsionis, seperti kegiatan *team building* atau evaluasi kerja.

8.2.3.Dalam meningkatkan kepercayaan diri, staf resepsionis harus ada monitoring bagi staf baru atau yang kurang percaya diri agar mereka dapat belajar langsung dari rekan kerja yang lebih berpengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri Laksmi Riani dan Hanik Farida. (2006). *Pengaruh Kompetensi Utama Kecerdasan Emosional dan Efikasi diri Terhadap Kenyamanan Supervisor dalam Melakukan Penilaian Kinerja*. Jurnal Bisnis dan Managemen Voll 6. No. 1.
- Bagyono. (2003). *Dasar-Dasar Housekeeping dan Laundry Hotel*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Bagyono (2016). *Teori dan Praktek Hotel Front Office*. Cetakan Empat. Bandung: Alfabeta
- Brown, Douglas (2000). *Teaching by Principle An Interactive Approach toLanguage Pedagogy*. Second Edition. New York: Pearson Education.

- Charles, E. B. (2010). *Strategy: Sustainable Advance and Performance*. Canada: South Western Cengage Learning.
- Darmadi. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- Dewi, Lukito. (1998). *Tampil Penuh dengan Percaya Diri*. Jakarta : Handal Niaga Pustaka.
- Esterbeg, Kristian G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. New York: Mc Graw Hill.
- Haryono. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nasir, (2014) *Metode Penelitian*, Bogor, Ghalia Indonesia
- Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). *Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung*. Jurnal Nusantara, 3(1), 31-37.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*. Bandung: Alfabeta.
- Sujatmo B, (2006) *Hotel Courtesy*, Yogyakarta, Andi
- Thursan Hakim. (2005). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara