

PELAYANAN *GYM RECEPTION* YANG BERKUALITAS MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN TAMU DI SWISS-BELHOTEL SOLO

Darmaesti ¹, Firnanda Clarista ²

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta¹, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta²
darmaesti2@gmail.com , firnandaclarista14@gmail.com

Abstrak

Salah satu bagian dari kantor depan hotel yang ditempatkan secara khusus pada area gym adalah *gym reception*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen pelayanan *gym reception* di Swiss-Belhotel Solo apakah berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang datang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Data yang diperoleh sebagai ukuran kualitas pelayanan pada *gym reception* adalah meliputi empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Untuk tingkat kepuasan tamu pada *gym reception* terlihat dari *repeat guest*, *loyal guest* dan *recommendation*. Dari hasil pembahasan dapat dikatakan bahwa dengan adanya manajemen pelayanan yang baik dari seorang *gym reception* maka akan membuat tamu yang datang merasa puas dan meningkatkan kesetiaan tamu untuk datang kembali serta merekomendasikannya ke teman atau keluarga agar mereka juga dapat merasakan pelayanan di *gym* Swiss-Belhotel Solo.

Kata kunci: pelayanan, kepuasan, *gym* resepsionis

1. PENDAHULUAN

Dengan perkembangan ekonomi global yang semakin meningkat, menyebabkan dunia bisnis harus semakin berinovasi dan bervariasi. Individu yang tinggal di dalamnya selalu dapat menemukan inovasi baru untuk mendapatkan keuntungan dan berusaha meningkatkannya dengan berbagai cara. Ekonomi merupakan tumpuan hidup bagi kelompok masyarakat yang menjalani hidup sehari-hari. Perusahaan di dunia pariwisata menjadi salah satu yang paling mendorong kemajuan ekonomi dunia. Tidak hanya satu pihak saja yang bertumpu pada perusahaan pariwisata, tetapi beberapa bidang pekerjaan yang tersebar di seluruh penjuru dunia dapat tergantung pada dunia pariwisata. Dunia pariwisata berlomba-lomba menjadi penyedia layanan usaha pariwisata terbaik yang bisa diberikan kepada konsumen peminat wisata. Dari semua bagian tersebut, perhotelan adalah salah satu contoh perusahaan bidang pariwisata yang banyak diminati. Sudah banyak bangunan berdiri menjulang tinggi yang ternyata adalah sebuah bangunan yang diperuntukkan bagi pendirian usaha perhotelan. Tetapi pada intinya bukan bangunan yang tinggi dan megah alasan utama sebuah hotel berdiri,

namun pelayanan jasa menginap dan keramah-tamahan yang menjadi alasan utamanya.

Hotel merupakan bisnis jasa akomodasi yang di dalamnya terdapat unsur pelayanan, kenyamanan, serta fasilitas penginapan yang dibutuhkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan keluarga maupun liburan. Keberadaan hotel secara tidak langsung juga menunjang kelancaran kepentingan dunia bisnis. Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan atau sekedar melepas lelah maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas kenyamanan dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan atau konsumen yang menggunakan jasa di dalamnya, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan.

Keberhasilan bisnis jasa sangat dipengaruhi dan ditentukan kualitas dari pelayanan. Kualitas pelayanan memberikan andil dalam penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2018). Kualitas layanan tergantung dari banyak faktor, termasuk personel, teknologi, sistem dan partisipasi konsumen, dan seberapa

besar masing-masing faktor tersebut mempengaruhi kualitas, dari layanan yang dibuat.

Untuk mempertahankan kemampuannya bertahan ditengah persaingan yang ketat, mereka bersaing untuk memberikan nilai lebih yang dapat menarik minat konsumen. Seperti yang dilakukan oleh Swiss-Belhotel Solo yang selalu menawarkan fasilitas hotel, event di hotel dan makanan masakan Swiss-Belhotel Solo kepada konsumennya dengan ciri khas sendiri. Dengan adanya penambahan berbagai fasilitas dan perlengkapan untuk menunjang kenyamanan para tamu hotel diharapkan dapat membuat para tamu betah berada di hotel Swiss-Belhotel Solo. Dalam memilih hotel untuk menginap, para konsumen memiliki banyak pertimbangan sebelum memutuskan pilihan. Dengan adanya perbedaan pertimbangan pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus. Dengan pelayanan yang diberikan dan juga tempat untuk nge *Gym* yang bersih dan nyaman meskipun di waktu pandemi dan tempat *gym* tidak terlalu besar tetapi membuat para tamu bisa melakukan aktivitas olahraga dengan lancar. Beberapa tamu sampai ingin mengulang untuk datang kembali meskipun dengan keadaan yang terbatas seperti peralatan terbatas, tempat yang relatif sempit, dan harga yang lumayan tinggi tidak mengurangi keinginan tamu untuk menikmati fasilitas *gym* di Swiss-belhotel, terbukti banyak tamu merasa bahwa mereka bisa mendapatkan kenyamanan dengan suasana yang disuguhkan serta pelayanan dari para resepsionis di *gym*. Tidak banyak hotel yang mampu menempatkan karyawan yang mampu memberikan pelayanan prima sehingga rasa nyaman dan suasana yang menyenangkan terbukti dari tuturan tamu sendiri yang mengungkapkan rasa senang dan terima kasihnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil judul “Pelayanan *Gym Reception* Yang Berkualitas Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Tamu Di Swiss-Belhotel Solo”

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa, dinamika sosial, sikap kepercayaan dan persepsi seseorang

secara individual maupun kelompok terhadap sesuatu. Menurut Qomariyatus Sholihah (2020), penelitian kualitatif merupakan proses observasi atau pengamatan obyek secara mendalam dengan menggunakan pengalaman sebagai dasar analisisnya. Menurut Herdiansyah Haris pada jurnal Darmaesti (2021) Metode kualitatif mengutamakan interaksi dalam proses komunikasi antara fenomena yang diteliti dengan peneliti yang bertujuan untuk memahami peristiwa melalui kontak sosial tanpa perencanaan. Dalam suatu penelitian tentang tingkat kepuasan tamu, populasi perlu ditetapkan agar dapat digunakan untuk mengukur sesuatu sesuai dengan permasalahannya.

Populasi menurut Widiyanto (2010) merupakan suatu kelompok atau kumpulan objek atau objek yang akan digeneralisasikan dari hasil penelitian. Morissan (2012) menyatakan bahwa populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Dalam penelitian yang dilakukan di Swiss-Belhotel Solo pada bulan Juli sampai dengan September 2022 ini besarnya populasi tidak menjadi prioritas utama, tetapi data yang terkumpul dapat menjelaskan fenomena permasalahan yang diambil. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini memiliki dua belas subjek yang terdiri dari dua pekerja yaitu *Gym Reception Supervisor* dan *Reception* di Swiss-Belhotel Solo serta sepuluh orang tamu yang menginap di Swiss-Belhotel Solo.

Untuk Teknik pengambilan sampel populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yaitu sampel diambil dari subyek penelitian yang berupa perwakilan dari karyawan *Reception* di Swiss-Belhotel Solo. Menurut Carsel (2018) sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian secara representatif. Sedangkan menurut Sugiyono (2008) sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan populasi yang ada, yaitu berjumlah dua belas orang.

- a. Sumber Data
 - 1) Sumber Data Primer

Menurut Suharsimi Arikunto (2013) pengertian data primer adalah mengumpulkan data melalui pihak pertama, yang didapatkan dengan cara wawancara, jejak dan lain-lain. Sumber data primer adalah responden individu atau kelompok terfokus. Menurut Uma Sekaran (2011), internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarkan melalui internet. Data primer dari penelitian ini diperoleh secara langsung dari lokasi dengan, observasi dan wawancara kepada *Gym Reception Manager*, *Gym Reception Supervisor* dan karyawan *Gym Reception* serta beberapa tamu yang telah menginap di Swiss-Belhotel Solo.

2) Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder merupakan “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen”. Sumber data sekunder berfungsi sebagai pelengkap untuk melengkapi data yang diperoleh dari data primer. Sumber data yang termasuk sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs *Web*, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder diperoleh melalui buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian, *searching* melalui internet sehingga memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan objek penelitian.

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kali ini adalah teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2018) Teknik triangulasi didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data yang berbeda dan sumber data yang ada.

Menurut Moleong (2010), Triangulasi adalah suatu metode pemeriksaan kebenaran data yang menggunakan sesuatu selain data itu untuk memeriksa atau membandingkan data tersebut. Langkah-langkahnya adalah:

- a) Perbandingan data observasi dengan data wawancara.
- b) Bandingkan apa yang orang katakan tentang mempelajari situasi berdasarkan apa yang dikatakan setiap saat.
- c) Membandingkan situasi dan sudut pandang seseorang dengan pendapat dan sudut pandang orang yang berbeda, seperti orang biasa, lulusan sekolah menengah atau

perguruan tinggi, orang kaya, orang pemerintah.

- d) Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen terkait.

3. TINJAUAN PUSTAKA

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Menurut Mauludin (2013) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono ada lima faktor dominan dalam menentukan kualitas pelayanan di bidang jasa, yaitu berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), cepat tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*) dan kepastian (*assurance*). Unsur-unsur kualitas pelayanan tersebut merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh A. Parasuraman dalam bukunya Tjiptono. Dan faktor yang mempengaruhi sebuah pelayanan adalah layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Jika layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka jasa dikatakan baik, layanan yang diterima melebihi harapan maka kualitas layanan dipersepsikan kualitas ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan maka jasa dikatakan buruk. Baik tidaknya layanan yang diberikan tergantung dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang memuaskan pelanggan, tidak menimbulkan keluhan pelanggan dan memberikan rasa percaya pelanggan sehingga pelanggan loyal terhadap perusahaan.

b. Tingkat Kepuasan

Kepuasan menurut Lovelock dan Wirtz dalam bukunya Tjiptono (2016) adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman

yang didapatkan. Kenikmatan atau kekecewaan seseorang ketika persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dibandingkan dengan harapannya disebut kepuasan konsumen menurut Kotler (2017).

Menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan merasa tidak puas. Pengertian kepuasan berdasarkan kesimpulan dari beberapa pendapat dapat diartikan perasaan puas dan senang individu karena harapan dan kenyataan sudah terpenuhi.

Tamu yang merasa puas akan datang kembali ke hotel yang sama untuk beraktivitas di gym nya dengan harapan untuk mendapat pelayanan yang sama juga. Ketika tamu tidak merasa puas, kebanyakan dari mereka tidak akan kembali ke gym atau hotel tempat yang sama. Wujud dari ketidakpuasan itu bisa berupa *review* yang buruk pada aplikasi atau bisa ditulis pada *guest review* hotel bahkan menceritakan ketidakpuasan pada relasi.

Tingkat kepuasan menjadi daya ukur pribadi pada setiap individu tamu. Perbedaan ukuran ini menimbulkan reaksi yang berbeda pula ketika tingkat kepuasan itu tercapai. Beberapa tamu ada yang menjadi *repeater guest*, ada yang bersedia merekomendasikan dari mulut ke mulut dan *review* baik yang diberikan pada hotel.

1) *Repeater Guest*

Repeater Guest adalah konsumen yang datang berulang kali ke tempat yang sama untuk memakai ulang produk atau jasa yang ditawarkan. Tamu yang sudah lebih dari sekali datang untuk beraktivitas di gym dapat diidentifikasi pada *repeater guest*.

2) *Loyal Guest*

Loyal Guest adalah wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara *continue* atau terus menerus, karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap produk atau jasa yang digunakan.

3) *Recommend to Others*

Recommend to others adalah tindakan merekomendasikan jasa ke orang lain, agar mereka dapat merasakan kepuasan seperti apa yang dirasakan saat menggunakan jasa yang di gunakan.

c. Resepsionis

Resepsionis menurut Prakoso (2020) adalah orang yang penting bagi tamu dan perusahaan. Resepsionis yaitu sebutan untuk petugas kantor bagian depan yang berhubungan langsung dengan tamu. Seorang *reception* akan memberikan sambutan hangat kepada para tamu dengan memberikan salam, ucapan selamat datang dan menawarkan bantuan, dengan senyum yang ramah tetapi cekatan. Bagi perusahaan petugas resepsionis adalah orang yang menciptakan dan mempertahankan citra yang baik dan membuat tamu ingin datang kembali ke perusahaan. Dan bagi tamu, resepsionis adalah tempat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan yang berhubungan dengan yang ada di tempat kerja. *Gym Reception* merupakan salah satu departemen atau bagian yang memberikan pelayanan kepada tamu di tempat *Gym*. Reception bertugas menjelaskan dan memberikan informasi tentang *Gym* dan fasilitasnya kepada *member* ataupun calon *member*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata memang sangat luas subjek dan objeknya, seperti hotel yang memang menjadi bagian dari usaha pariwisata sejak awal hotel berdiri. Hal itu disebabkan karena fungsi hotel sendiri yang menyediakan layanan menginap dan terletak dekat dengan sesuatu yang berbau wisata seperti destinasi wisata dan kota wisata. Hotel tidak semata-mata berdiri tanpa alasan, namun hotel juga ingin menjadi bagian dari kebutuhan hidup masyarakat terutama peminat bidang wisata atau wisatawan. Hotel tidak menyediakan barang namun menyediakan layanan menginap beserta jasa dari karyawan yang bekerja di dalam hotel. Jasa ini memiliki rupa yang bervariasi seperti penampilan, dimana penampilan adalah yang paling mudah dilihat. Lalu ada juga tutur kata dan sopan santun yang juga mudah ditemui karena sebagai sarana penting ketika berkomunikasi. Kemampuan diri berupa pengetahuan mengenai produk (*product knowledge*) yang dijual, informasi menuju ke destinasi tertentu, cara penggunaan alat tertentu dan banyak hal lainnya. Tamu ingin kegiatannya selama berada di hotel berjalan sebaik mungkin sehingga sudah menjadi tugas dan tanggung jawab pemangku kepentingan

hotel untuk membantu harapan tamu tersebut menjadi nyata. Masalah-masalah kecil maupun besar yang kadang kala datang tiba-tiba, tak bisa terelakkan lagi menjadi penghambat kelancaran kegiatan di hotel. Hal-hal seperti itu sudah termasuk bagian dari karyawan hotel untuk mencari solusi yang tidak memberatkan pihak manapun. Pada akhirnya, tamu percaya apabila pihak hotel terlihat meyakinkan bahwa mereka mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Kepercayaan tamu adalah sesuatu yang mahal bagi perusahaan jasa seperti hotel. Jika berhasil mendapatkan kepercayaan tersebut, dipastikan bahwa kegiatan pelayanan jasa hotel dapat dikatakan berhasil. Ciri-ciri dari keberhasilan ini dapat dilihat dari perilaku konsumen yang terlihat rasa senang, kesediaan bahkan mau datang kembali dan merekomendasikan hotelnya kepada kerabat serta keluarganya. Tujuan ini selalu menjadi alasan awal dan tujuan akhir hotel berdiri dengan sasaran utamanya adalah kepuasan tamu konsumennya.

Kualitas pelayanan adalah dasar dari seorang karyawan di hotel dalam melaksanakan tugas tanggung jawabnya di lingkungan hotel. Resepsionis *gym* area yang tanggung jawabnya juga berada di lingkup *gym* sebagai bagian dari hotel juga memiliki peranan penting. Sebagai pemangku tanggung jawab pada area *gym* hotel, keseluruhan area *gym* sepenuhnya menjadi tanggung jawab *gym reception* atas apa saja yang terjadi didalamnya. Segala bentuk pelayanan dari berbagai segi seperti penampilan, tutur bahasa, pelayanan prosedural, respon terhadap komplain adalah tugas penuh seorang *gym reception*. Pelayanan yang baik oleh resepsionis di *gym* area juga menentukan kesan tamu yang datang ke area tersebut. Beberapa aspek yang menjadi penilaian terhadap kualitas pelayanan *gym reception* adalah aspek *tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance*.

a. *Tangible*

Aspek *tangible* bertumpu pada penampilan karyawan hotel sendiri. Sebelum memulai menuju ke lingkup kerjanya, penampilan wajib diperhatikan supaya bisa tampil dengan sebaik-baiknya ketika berhadapan langsung dengan tamu. Hal ini karena penampilan menjadi penilaian yang paling mudah didapat karena berada diluar tubuh dan tidak memerlukan alat bantu untuk dapat

melihatnya. Menurut penuturan dari *front office supervisor* di Swiss-Belhotel Solo, penampilan dinilai sangat wajib untuk diperhatikan. Pada Swiss-Belhotelsendiri, standar *grooming* mengikuti standar *front office supervisor* yaitu pakaian yang bersih dan rapi, menggunakan minyak rambut bagi yang laki-laki, untuk perempuan wajib menggelung rambut/ cepol agar rapi dan berjaga-jaga apabila ada rambut yang rontok supaya tidak mengotori area hotel. Selain itu, tercium wangi merupakan nilai plus tersendiri, dari segi penampilan dapat menambah nilai baik. Menjaga penampilan khususnya ketika sedang aktif di lingkungan hotel sangat penting karena pasti masih bertemu tamu yang berjalan-jalan di sekitar area hotel juga. Swiss-Belhotelsendiri menjaganya dengan pengecekan *grooming* yang baik sebelum mulai bekerja supaya terhindar dari kesan buruk tamu saat nantinya bertugas di hadapan tamu hotel. Tak lupa juga selalu ada *briefing* di setiap akhir *shift* untuk mereview segala pekerjaan yang telah dilakukan *shift* sebelumnya sebagai *review* agar selalu baik saat bekerja.

Karyawan resepsionis di *gym* Swiss-Belhotelselalu tampil rapi dan wangi layaknya karyawan profesional. Rambutnya rapi, *make up* yang halus namun tidak menor, bajunya bersih. Penampilan mereka mulai aktivitas di *gym* hingga selesai masih rapi dan wangi seperti saat datang. Karna tidak semua hotel karyawan nya bisa seperti itu, wajar mungkin mereka lelah setelah aktivitas kesana sini, tapi khusus Swiss-Belhotelmereka tetap berpenampilan *grooming* standar hotel. Ketika datang ke *gym*, sudah ada karyawan resepsionis yang menunggu meja resepsionis *gym*. Penampilannya mulai dari kepala hingga kaki semuanya *perfect*, dan terlihat *profesional*. Tamu yang menjadi narasumber dalam penelitian ini telah diwawancarai dan mengatakan bahwa karyawan *Gym Reception* di Swiss-Belhotelsudah berpenampilan baik.

b. *Empathy*

Aspek *empathy* adalah aspek mengenai kesopanan dalam bertutur kata dan berperilaku. Ketika bertemu dengan tamu untuk melakukan pelayanan, cara bertutur kata dan berperilaku akan menciptakan kesan di benak para tamu yang dihadapi. Pemilihan kata yang ramah, intonasi yang halus, dan perilaku yang sopan akan

membuat tamu merasa senang dan dihargai. Menurut *Front Office Supervisor*, *empathy* adalah kesopanan dan keramah-tamahan dalam melayani tamu hotel. Empati memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap operasional hotel, karena empati digunakan dalam komunikasi dan berbicara ketika berhadapan langsung dengan tamu. Kata-kata ini juga berpengaruh dan memiliki kesan tersendiri dengan yang dipikirkan tamu dan kemudian menjadi penilaian dari tamu terhadap hotel yang bersangkutan. Di Swiss-Belhotelsendiri, wujud dari kesopanan dan keramah-tamahan adalah ketika menjawab panggilan telepon dari tamu, menjawab pertanyaan dari tamu mengenai fasilitas di *gym* area maupun cara penggunaan alat di *gym* area dengan benar. Bisa juga hanya sekedar berbincang membicarakan topik yang sedang menjadi pemberitaan penting dan sebagainya.

c. *Reliability*

Aspek *reliability* adalah pelayanan yang cepat dan tepat serta tidak ada kesalahan. Di dalam area *gym* hotel, kecepatan dan ketepatan diuji ketika melayani tamu yang akan melakukan proses registrasi member dan proses pembayaran. Apabila karyawan *Gym Reception* tidak cepat dan tepat dalam melakukan pelayanan, hal itu akan menurunkan kualitas pelayanan di mata para tamu yang kemudian akan mendapat penilaian yang buruk dari tamu. Menurut *Front Office Supervisor* Swiss-belhotel, *reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, tidak ada kesalahan. Semua karyawan *Front Office* terutama resepsionis di *gym* area Swiss-Belhoteldiharapkan untuk bisa memenuhi permintaan tamu atau melayani tamu dengan cepat dan tepat

d. *Responsiveness*

Aspek *responsiveness* merupakan aspek tentang bagaimana menjadi tanggap dan responsif terhadap suatu keadaan. Di dalam dunia perhotelan, tanggap dan responsif adalah suatu keharusan terutama jika berhubungan dengan kebutuhan tamu. Keluhan dan kebutuhan tamu adalah hal yang harus menjadi prioritas ketika berada di hotel. Ketika karyawan *Gym Reception* tidak tanggap dan responsif terhadap permasalahan tamu, hal tersebut akan

menciptakan sebuah keluhan atau komplain dari tamu.

Aspek *responsiveness* yaitu mengasah kemampuan karyawan *gym reception* ketika terjadi masalah secara tiba-tiba. Menurut hasil dari wawancara dengan salah satu tamu yang menginap 3 hari di Swiss-Belhoteldan menggunakan fasilitas *gym* Swiss-belhotel, saat komplain tentang peralatan *gym* baik penempatan maupun kebersihannya, segera direspon *Gym Reception* dengan membereskannya secara cekatan. Tanggapannya terhadap komplain dari tamu sangat baik, dengan menjawab secara halus dan permintaan maaf. Penjelasan dari tamu hotel yang menggunakan fasilitas *gym* tersebut menandakan bahwa penanganan atas permasalahan oleh *gym reception* di area *gym* sangat cepat serta ditanggapi dengan baik sehingga tamu merasa puas.

e. *Assurance*

Aspek *assurance* berarti jaminan bahwa tamu memperoleh pelayanan yang baik, komunikasi yang jelas dan ilmu pengetahuan yang luas dari karyawan *Gym Reception* sehingga timbul rasa percaya dari tamu. Tamu akan berpikir bahwa mereka sudah mempercayakan kebutuhan mereka kepada hotel yang benar, yang akan memenuhi semua harapan dan kebutuhan mereka. Apabila harapan tersebut terpenuhi, maka tamu akan merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan. Menurut *Front Office Supervisor*, *assurance* berarti menjamin pelayanan diberikan dengan tepat untuk meningkatkan kepercayaan tamu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Gym Reception* di Swiss-bell hotel sudah tergolong baik yang mencakup beberapa aspek yaitu *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance*. Pada aspek *tangible*, *Gym Reception* Swiss-Belhotelsudah menampilkan diri secara rapi dan baik. Pada aspek *empathy*, *Gym Reception* Swiss-Belhotelsudah melakukannya dengan berbicara halus dan

sopan serta bersikap ramah kepada tamu. Pada aspek *reliability*, *Gym Reception* di Swiss-Belhotelsudah melakukannya dengan memproses keinginan tamu untuk menjadi *member* dengan baik dan benar. Selain itu, karyawan *gym reception* juga sudah menjelaskan mengenai penggunaan alat di *gym* dengan lengkap. Pada aspek *responsiveness*, *Gym Reception* Swiss-Belhotelmenganggapi segala bentuk keluhan mengenai area *gym* dengan tanggap serta memberikan solusi terbaik terhadap permasalahan yang timbul. Pada aspek terakhir yaitu *assurance*, *Gym Reception* Swiss-Belhoteldapat meningkatkan rasa kepercayaan antar tamu dengan memastikan layanan pelanggan terbaik ketika menjadi *member* di Swiss-belhotel.

2. Banyak tamu yang merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh *gym reception*. Dibuktikan dengan sejumlah tamu yang menjadi *member* tetap sehingga sering datang kembali ke Swiss-belhotel. Selain itu mereka juga merekomendasikan ke keluarga, teman dan koleganya untuk memilih Swiss-Belhotelsebagai pilihan hotel untuk menginap karena fasilitas *gym* yang ada di dalamnya serta tidak memilih tempat lainnya. Hal ini menandakan tamu yang setia kepada hotel. Kepuasan ini merupakan hasil dari pelayanan prima yang mampu diberikan oleh karyawan *gym reception* sehingga mencapai kesuksesan dalam memuaskan hati konsumennya.

b. Saran

1. Karyawan *Gym Reception* di Swiss-Belhoteldiharapkan tetap mempertahankan menjaga kebersihan alat dan tempat supaya kenyamanan di *gym* dapat dipastikan selalu dalam kondisi terbaiknya.
2. Karyawan *Gym Reception* di Swiss-Belhoteldiharapkan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi, mempelajari hal-hal baru dan menerapkan pengetahuan-pengetahuan baru sehingga meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi.
3. Karyawan *Gym Reception* Swiss-Belhoteldiharapkan untuk lebih meningkatkan komunikasi dan relasi antar sesama karyawan serta atasan untuk

menghindari adanya kesalahan dalam berkomunikasi atau *misscommunication*.

4. Mempertahankan adanya pelatihan secara rutin untuk *Gym reception* sehingga dapat meningkatkan pelayanan yang lebih baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Carsel HR, Syamsunie. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Darmaesti dan Tri Marta. 2021. *Pemberian Kompensasi Perusahaan Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Salah Satu Hotel Bintang Lima Di Kota Solo*. <http://www.poltekindonusa.ac.id>
- Kotler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan 2012. *Metode Peneliti Survei*. Jakarta: Kencana.
- Prakoso, Prasetya Aji, dkk. 2020. *Pengaruh Sistem Kerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Departemen Front Office Di Hotel Bwalk, Dau, Malang*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Qomariyatus Sholihah 2020. *Metodologi Penelitian*. Malang: UB Press.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.