Implementasi Komunikasi Pelayanan Prima pada Arion Swiss Belhotel Bandung

Nanda Ayu Dwi Pratiwi

Politeknik LP3I Bandung, Jln Pahlawan 59, nandaayu@gmail.com

ABSTRACT

Excellent service is a barometer of feedback made by companies to the public so that the public provides positive feedback for the company. Excellent service is an effective form of verbal as well as nonverbal communication between the company and the public. This study aims to determine the implementation of excellent service carried out by the management of Arion Swiss Belhotel Bandung, especially in the Food and Beverage Department. The research method used is descriptive research method with a qualitative paradigm, the authors describe the results of observations and interviews with qualitative theoretical analysis based on the concepts of communication and excellent service. After discussing and analyzing the problem, the authors concluded that the implementation of the company's prime service carried out by the Department of Food and Beverage, Arion Swiss Belhotel Bandung, was not carried out well. With several indications that appeared to be a problem. This research can be used as feedback for the company so that it can improve its hospitality system so that it can improve its reputation and have an impact on the room sales system.

**Keywords:** Communications, Service Excellence, Arion Swiss Bell

ABSTRAK

Pelayanan prima menjadi barometer terjadinya umpan balik yang dilakukan oleh perusahaan terhadap publik sehingga memberikan feedback yang positif untuk perusahaan. Pelayanan prima merupakan bentuk komunikasi verbal dan nonverbal yang efektif antara perusahaan dengan publiknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan prima yang dilakukan oleh manajemen Arion Swiss Belhotel Bandunga khususnya pada Departemen Food and Beverage. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif, penulis menggambarkan hasil observasi dan wawancara dengan analisis teori kualitatif berdasarkan konsep-konsep komunikasi dan pelayanan prima. Setelah melakukan pembahasan dan analisis terhadap masalah, penulis memperoleh kesimpulan bahwa pelaksanaan pelayanan prima perusahaan yang dilakukan oleh Departemen Food and Beverage Arion Swiss Belhotel Bandung, tidak terlaksana dengan baik. Dengan beberapa indikasi yang muncul menjadi masalah. Penelitian ini dapat digunakan sebagai *feedback* untuk perusahaan sehingga dapat memperbaiki system hospitality-nya sehingga dapat memperbaiki reputasi dan berdampak terhadap sistem penjualan kamar.

Kata Kunci: Komunikasi, Pelayanan Prima, Arion SwissBell

PENDAHULUAN

Hubungan perusahaan dan public merupakan hubungan pragmatis, perusahaan membutuhkan publik menjadi pelanggan bisnisnya, dan public membutuhkan perusahaan untuk digunakan jasanya. Jasa hospitality yang terkait dengan pelayanan kamar hotel dan restoran misalnya, public membutuhkan kamar beserta ativitas pendukungnya. Hubungan ini bersifat sementara saat pelanggan membutuhkan aktivitas di luar rumah dalam kegiatan-kegiatan tertentu seperti saat melakukan perjalanan bisnis, liburan, atau seminar yang dilaksanakan di luar kota atau bahkan luar negeri. Jika ditinjau dari sudut pandang strategi dan taktis komunikasi, sifat komunikasi jangka pendek ini memiliki lokus sekaligus domain dalam pemasaran.

 Sifat sementara dari kebutuhan pragmatis antara publik/ pelanggan dan perusahaan dapat diciptakan untuk jangka Panjang. Sejatinya publik adalah manusia yang dinamis menerima terpaan-terpaan komunikadi dari proses hubungan dalam menggunakan jasa yang disediakan perusahaan. Seperti halnya hotel, restoran, bank, atau penyedia jasa lainnya. Jika public merasa nyaman dan terjamin keamanannya selama berhubungan dengan perusahaan, bukan tidak mungkin bahwa mereka akan melakukan hubungan lagi untuk kedua, ketiga, atau kesekiankalinya. Namun berubahnya hubungan dari jangka pendek ke jangka Panjang butuh strategi dan taktik, misalnya melalui komunikasi pemasaran terpadu seperti pendekatan kehumasan serta pelayanan purnajual. Namun, saat public menggunakan jasa juga dapat dimanfaatkan dan dimaksimalkan untuk melakukan hubungan jangka Panjang, yaitu melalui pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan suatu metode, strategi, sekaligus taktik, melalui kegiatan pelayanan yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan, kesesuaian, serta keamanan pelanggan. Jika beberapa hal terkait dengan kebutuhan pelanggan terpenuhi, bukan tidak mungkin public akan Kembali menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Sehingga terciptalah hubungan jangka Panjang antara perusahaan dengan public. Termasuk juga dari sisi komunikasi yang secara konsisten dan kontinyu menginformasikan keadaan sekaligus kebutuhan pelanggannya. Apalagi di tengah bisnis hospitality di Indonesia yang semakin berkembang, baik berskala local, nasional sampai multinasional, dengan kunjungan pariwisata yang ditargetkan dua juta per tahunnya seperti yang ditargetkan oleh kementerian pariwisata.

Perkembangan dan target ini berdampak terhadap persaingan antara perusahaan jasa hospitality, sehingga membutuhkan strategi dan taktik agar public tetap terfokus pada jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Persaingan dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak cara untuk menarik konsumen agar tertarik membeli produk atau jasa yang dijual. Pada umumnya setiap perusahaan menginginkan agar usahanya berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan maksimal yang menjadi tujuan utamanya. Namun semua itu bukanlah suatu hal yang mudah diraih tetapi perlu kerja keras untuk mendapatkannya.

Akan tetapi, tidak semua yang telah di rencanakan dapat berjalan dengan lancar sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Banyak perusahaan yang baru berjalan tetapi tidak lama kemudian perusahaan tersebut gulung tikar atau bangkrut. Banyak pelaku bisnis yang hanya menginginkan keuntungan yang besar tanpa membuat perencanaan yang tepat dan memikirkan resiko-resiko yang mungkin dapat terjadi. Jika ingin membuat atau menjalankan sebuah bisnis alangkah baiknya disusun dan dipikirkan dengan baik agar bisnis yang akan di jalankan tersebut terstruktur dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Tujuan perencanaan bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan maupun yang sedang berjalan sesuai dengan kenyataan yang telah direncanakan. Perencanaan bisnis juga merupakan pedoman untuk memperkuat rencana-rencana yang diharapkan, dan mencapai sasaran yang ingin diraih. Dalam mendirikan suatu usaha, seorang usahawan harus mempunyai cara khusus agar produk atau jasa yang dijualnya laku dipasaran. Oleh sebab itu seorang wirausaha harus memperhatikan selera atau keinginan masyarakat.

Pada era modern saat ini banyak hal yang dapat dijadikan sebagai bisnis, seperti lahan-lahan kosong yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata ataupun usaha lainnya. Bandung adalah tempat yang banyak dikunjungi masyarakat sebagai tujuan wisata. Selain orang-orangnya yang kreatif, Bandung juga menyimpan banyak tempat bersejarah yang layak untuk dikunjungi. Tidak hanya terkenal sebagai kota yang memiliki banyak wisata dan tempat sejarah, akan tetapi bandung juga terkenal akan wisata kuliner yang tentu saja membuat wisatawan penasaran akan cita rasa kuliner khas bandung. Oleh karena itu banyak wisatawan asing maupun lokal yang mengunjungi bandung untuk menghabiskan masa liburan mereka.

Ada berbagai perusahaan yang mendirikan sebuah tempat beristirahat yang nyaman bagi para wisatawan yang datang ke kota Bandung yang biasa dikenal dengan sebutan hotel. Di Bandung banyak sekali penginapan yang memudahkan wisatawan untuk beristirahat, dengan kemajuan zaman ada berbagai macam hotel didirikan mulai dari hotel bintang satu sampai bintang lima dan dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat beristirahat bagi tamu yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan, hotel tidak hanya di jadikan tempat beristirahat saja, tetapi juga dijadikan sebagai tempat kegiatan sosial, pernikahan, konferensi, seminar dan kegiatan yang lainnya.

Hotel memiliki banyak departemen, salah satunya adalah departemen *food and beverage,* dimana departemen ini memiliki peran yang penting untuk memudahkan tamu dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman sehingga tamu tidak perlu keluar untuk membeli makanan. Selain itu departemen ini bertugas memberikan pelayanan prima kepada tamu, karena tujuan dari pelayanan prima adalah memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumen atau tamu. Pelayanan yang tepat penyajiannya merupakan kunci dari keberhasilan suatu pelayanan yang dapat menciptakan citra yang baik dimata masyarakat terutama di mata para konsumen.

Arion Swiss Belhotel Bandung berdiri dan dilakukan peresmian pertama kalinya secara *soft opening* pada tanggal 27 Juni 2005. Pemilik atau *owner* dari Arion Swiss Belhotel bandung adalah Arion Paramita HoldingCompany yang berkedudukan di Jakarta. Arion Swiss-Belhotel Bandung memiliki 103 kamar dengan gaya bangunan gedung berlantai 4 dan 1 lantai paling atasnya untuk fasilitas kolam renang. Arion Swiss Belhotel memiliki departemen seperti hotel pada umumnya, yaitu departemen *food and beverage* yang bertugas memberikan pelayanan terbaik kepada tamu guna terciptanya kepuasan pelanggan.

Dalam pelaksanaanya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas dan upaya untuk mempertahankan tamu agar tetap memilih jasa hotel yang sama, karena dengan sikap karyawan *food and beverage* yang baik, tamu dapat menilai tentang hotel tersebut. Akan tetapi dalam melaksanakan kegiatan operasional, Arion Swiss Belhotel memiliki beberapa permasalahan yaitu dalam hal keterlambatan dalam melayani tamu, karena hal tersebut membuat tamu merasakan kualitas pelayanan yang buruk dan membuat citra dari hotel menurun karena keterlambatan dari karyawan *food and beverage* Tanggung jawab karyawan *food and beverage* adalah untuk melayani para tamu yang menginap atau hanya melakukan pemesanan di restoran, menyambut tamu pada saat kedatangan dengan sopan dan profesional. Akan tetapi berbeda halnya dengan yang terjadi di Arion Swiss Belhotel Bandung, tamu merasa terganggu atas sikap karyawan yang kurang ramah terhadap tamu. Menyadari bahwa begitu pentingnya memberikan jasa pelayanan prima untuk memberikan kepuasan kepada tamu dan memberikan citra positif di mata para tamu pihak hotel harus lebih tegas kepada karyawan terkait profesional kerja. Tamu tentunya sangat senang apabila dilayani dengan sepenuh hati oleh karyawan dan karyawan mengetahui apa yang diinginkan oleh tamu, akan tetapi dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya karyawan kurang mengetahui kebutuhan tamu, yang membuat tamu merasa kurang diperhatikan oleh karyawan.

Kualitas yang baik tentunya akan medapatkan komentar yang baik oleh para tamu , karena hal ini yang membuat tamu apakah akan memilih jasa yang sama. Arion Swiss Belhotel dalam melaksanakan kegiatan operasional memiliki beberapa permasalahan, termasuk karyawan yang kurang memperhatikan kualitas makanan, yang membuat tamu langsung menilai kualitas kerja dan pelayanan yang buruk. Dalam sebuah hotel selain pelayanan yang dinilai oleh tamu inovasi terhadap makanan pun dinilai oleh tamu, tentunya karyawan harus memperhatikan makanan – makanan yang disediakan setiap harinya dan mengganti menu sarapan setiap hari agar tamu tidak bosan dan merasa senang pada saat datang ke restoran dan melihat menu yang dihidangkan adalah menu yang baru.

Menyadari bahwa begitu pentingnya memberikan jasa pelayanan prima yang baik untuk memberikan kepuasan kepada tamu agar mendapatkan citra positif di mata tamu. Oleh karena itu, tulisan ini mengangkat tentang pentingnya pelayanan prima dalam jasa hospitality khususnya jasa hotel dan restoran pada Departemen *Food and Beverage (F&B)* Arion Swiss Belhotel Bandung.

Penelitian tentang pelayanan prima dan atau komunikasi pelayanan dilakukan sebelumnya oleh Cahyawati (2017) tentang implementasi pelayanan prima untuk indeks kepuasan masyarakat di SMAN 4 Malang. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pelayanan prima pada SMAN 4 Malang dilakukan melalui kegiatan-kegiatan komunikasi kehumasan seperti publikasi dan promosi, termasuk juga penyelenggaraan workshop dan kegiatan meningkatkan softskill, apel pagi, SOP, serta penyediaan sarana prasarana pendukung.

Asih, Nuridja, dan Zukhri (2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja dengan tujuan menganalisis variabel dominan dalam pelayanan prima yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif dengan metode analisis deskriptif, uji kelayakan instrument penelitian, analisis regresi serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan dalam memengaruhi adalah perhatian karyawan kepada pelanggannya. Penelitian sejenis lainnya dilakukan oleh Suminar dan Apriliawati (2018) tentang pelayanan prima pada orang tua siswa di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon, tujuannya adalah mengetahui pelayanan prima pada orang tua siswa. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Suminar dan Apriliawati tersebut ditemukan hasil bahwa pelayanan prima berparan memberikan kesan pertama sampai akhir melalui cara melayani tamu.

Penelitian lain dilakukan oleh Yuliani dan Kristiawan (2018) yang melakukan riset pelayanan prima terkait dengan kepemimpinan kepala sekolah. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deksriptif, hasil penelitiannya menunjukkan jika ternaga administrasi membutuhkan program pelatihan dan Pendidikan. Pelayanan prima lebih diarahkan pada internal pengelola sekolah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dibandingkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian dalam riset yang dilakukan penulis, yaitu bahwa penelitian tersebut beragam secara objek yaitu mulai dari pengguna jasa kecantikkan rambut (salon). Kedua dengan fokus objek masyarakat sekolah melalui pendekatan studi kasus, ketiga juga sama masyarakat sekolah, dan keempat pengelola internal sekolah. Sedangkan penelitian ini secara objek fokus pada publik yang tersegmentasi pada pelanggan atau pengguna jasa hotel, dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Terkait dengan artikel penelitian ini, untuk menjawab permasalahan penulis rumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: (1) Bagaimana Pelayanan Prima Departemen Food and Beverage (F&B) Arion Swiss Belhotel Bandung? (2) Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan Tinjauan Pelayanan Prima Departemen Food and Beverage (F&B) Arion Swiss Belhotel Bandung? (3) Upaya-upaya apa yang dilakukan dalam menanggulangi hambatan Tinjauan Pelayanan Prima Departemen Food and Beverage (F&B) Arion Swiss Belhotel Bandung? Melaui rumusan tersebut, maka tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui pelayanan prima departemen food and berverage Arion Swiss Belhotel Bandung, hambatan, serta solusi terhadap hambatan yang dihadapi oleh departemen tersebut.

METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian pada naskah artikel menjelaskan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, cara pengambilan sampel, pengumpulan data, dan analisis data. Adapun metode penelitiannya deskriptif dengan paradigma kualitatif dengan teori pelayanan prima. Menurut Sujana dan Ibrahim (1989: 65) seperti ditulis oleh Tjutju Soendari (2012) merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan gejala, peristiwa, serta kejadian pada saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada pemecahan masalah aktual apa adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Adapun fungsinya adalah untuk pemecahan praktis dari pada pengembangan ilmu pengetahuan. Begitu juga dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, metode tersebut dilakukan untuk mendeskripsikan gejala atau peristiwa yang terjadi atau dilakukan oleh departemen food & beverage Arion Swiss Belhotel Bandung. Melalui pisau analisis konsep pelayanan prima, penulis mendeskripsikan peristiwa dan gejala dalam pelayanan prima yang dilakukan oleh salah satu departemen Swiss Belhotel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan Prima *Food and Beverage* Arion Swiss Belhotel

Arion Swiss-Belhotel Bandung berdiri dan dilakukan peresmian pertama kalinya secara *soft opening* pada tanggal 27 Juni 2005. Pemilik atau Owner dari Arion Swiss Belhotel bandung adalah Arion Paramita Holding Company yang berkedudukan di Jakarta. Arion Swiss-Belhotel Bandung memiliki 103 kamar dengan gaya bangunan gedung berlantai 4 dan 1 lantai paling atasnya untuk fasilitas kolam renang.

Arion Swiss Belhotel Bandung adalah salah satu hotel butik berbintang empat di Bandung, menawarkan fasilitas dan pelayanan yang memadukan keramahtamahan khas bumi Parahiyangan dengan kualitas pelayanan bertaraf internasional. Arion Swiss-Belhotel Bandung terletak di lokasi strategis, hanya 15 menit dari Bandar Udara Husein Sastranegara dan dapat ditempuh dengan berjalan kaki dari stasiun kereta api, atau 2 jam berkendara dari Jakarta. Seluruh kamar dirancang dengan gaya kontemporer dan dilengkapi dengan fasilitas yang akan memastikan kenyamanan dan kepuasan Anda selama tinggal bersama kami. Berbagai pusat perbelanjaan dan restoran dengan kuliner khas Bandung yang terkenal dapat ditempuh hanya dengan beberapa menit berkendara. Bagi para pelaku bisnis, Arion Swiss Belhotel Bandung memiliki fasilitas banquet yang lengkap, tepat untuk menyelenggarakan pertemuan dalam skala kecil hingga menengah.

Pelayanan yang diberikan hotel pada umumnya bersifat sama, yaitu memberikan kepuasan kepada para tamu hotel, begitu pula pelayanan yang diberikan di Arion Swiss Belhotel Bandung bagian departemen *food and* *beverage* yang sangat berpengaruh terhadap penjualan produk dan memberikankenyamanan terhadap tamu hotel yang datang untuk makan dan minum di *lounge* dan *restaurant* yang telah disediakan. Untuk dapat memenuhi keinginandan kebutuhan tamu akan pelayanan di departemen *food and beverage*, maka departemen *food and beverage* juga merencanakan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik tamu untuk makan dan minum di *restaurant* dan *lounge* hotel dengan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan tamu.

Dalam pelaksanaanya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas dan upaya untuk mempertahankan tamu agar tetap memilih jasa hotel yang sama, karena dengan sikap karyawan *food and beverage* yang baik, tamu dapat menilai tentang hotel tersebut. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan guna memenuhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen selalu menyesuaikan dengan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut dalam memberikan suatu pelayanan prima terdapat, pelayanan yang diberikan oleh departemen food & beverage selalu merujuk pada karakteristik sebagai berikut:

*Pertama,* mudah dan cepat. Pada dasarnya sistem pelayanan harus dilakukan secara cepat dan mudah agar diterima dengan baik oleh konsumen. Akan tetapi pada departemen *food & beverage* Arion Swiss Belhotel Bandung, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, belum maksimal menerapkan sistem pelayanan yang mudah dan cepat. Hal ini dapat dicermati dari adanya keterlambatan dalam melakukan pelayanan seperti dalam pengolahan makanan. Menu tidak langsung dibuat oleh staf karena mendahulukan pesanan terdahulu, sehingga pelayanannya relatif lama. Di samping itu, sebelum melayani pesanan pelanggan, staf departemen terlebih dahulu membersihkan meja kotor sementara karyawan yang lainnya sedang sibuk melakukan pekerjaan yang diperintahkan oleh atasan. Namun, walaupun pelayanan belum cepat pihak departemen *food & beverage* selalu meminta maaf atas apa yang telah membuat tamu kecewa seperti, pada saat keterlambatan pengolahan menu makanan pihak hotel memberikan roti atau buah-buahan sebagai makanan penunggu bagi tamu agar tamu tidak merasa bosan.

Permasalahan lainnya yaitu saat tamu mau melakukan pembayaran, petugas kasir seringkali tidak berada ditempat. Hal tersebut membuat tamu menunggu, bahkan sampai beberapa menit. Biasanya tamu meminta untuk melakukan pembayaran di di kamar hotel. Namun sesuai dengan prosedur, pembayaran harus dilakukan di kasir dan tidak dilakukan di kamar hotel karena tidak sesuai dengan prosedur. Pada kasus tersebut, setelah tamu membayar, dengan waktu yang cukup lama menunggu dan kasir serta manajer meminta maaf terhadap ketidaknyamanan yang diterima oleh tamu hotel.

Apa yang terjadi dalam hubungan antara pengelola/ manajemen dengan pelanggan atau tamu bukan hal yang asing terjadi di Arion Swiss Belhotel Bandung, yang pada akhirnya membuat tamu komplain, tetapi pihak departemen *food and beverage* selalu meminta maaf atas apa yang telah membuat tamukecewa. Hal ini terjadi karena karena sumber daya manusia yang tidak memadai atau kurang apalagi jika dibandingkan saat tamu sedang ramai dan permintaan-permintaan dari tamu yang harus di tanggap dengan cepat agar tamu tidak komplain.

Artinya dari sisi kecepatan dan kemudahan masih menjadi kendala bagi pengelola, khususnya departemen *food and beverage*. Karena belum bisa memberikan pelayanan terbaiknya dari sisi kemudahan dan kecepatan dalam memberikan pelayanannya. Termasuk juga beberapa peraturan atau standar operasional prosudernya yang tidak fleksibel terhadap tamu. Oleh karena itu agar komplain tidak berdampak buruk, pihak pengelola, staf termasuk manajer selalu meminta maaf atas apa yang terjadi demi mendapapatkan citra yang baik.

Secara konseptual, dimensi kecepatan dalam pelayanan merupakan bagian dari unsur *responsibility,* seperti dikutip oleh Hadjam (2001) dari Sugiarto (1999) yang mengungkapkan bahwa *responsibility* merupakan tanggung jawab yang mencakup kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan serta keakuratan dalam memberikan informasi. Terkait dengan kasus pada kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh departemen *food & beverage*, pada akhirnya belum memenuhi standard pelayanan prima karena dengan keterbatasan sumber daya manusia berdampak pada pelayanan prima. Padahal unsur kecepatan menjadi salah satu faktor kepuasan dari tamu/ pelanggan hotel. Bagi Ernawati (1998) kecepatan menjadi unsur pokok dalam pelayanan prima. Kecepatan menjadi unsur pertama dari empat unsur lainnya yaitu; kebenaran, keramahan, dan kenyamanan. Bagi Ernawati, keempat unsur tersebut harus menjadi satu kesatuan dalam melakukan pelayanan yang terintegrasi sehingga pelayanan dapat dikatakan prima.

*Kedua* adalah keterbukaan. Seorang pelanggan tentunya ingin diperhatikan secara tulus oleh karyawan tanpa pamrih dan penuh komitmen, begitu pula halnya dengan yang terjadi di Arion Swiss Belhotel Bandung, pelayanan yang diberikan kepada karyawan memiliki keterbukaan, seperti pada saat ada tamu VIP karyawan wajib memberikan buah-buahan dan coklat, tetapi pada saat itu ada beberapa buah yang tidak disukai oleh tamu dan tamu menghubungi kepada karyawan untuk mengambil buah tersebut dan karyawan langsung bertanya buah apa yang tamu suka, karyawan segera melapor kepada manajer, dengan waktu yang cepat, karyawan dan manajer menggantikan buah tersebut dengan buah yang disukai oleh tamu tanpa tamu meminta untuk menggantikannya dan tamu mengucapkan terima kasih dan merasa senang atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan departemen *food and beverage.*

Sifat terbuka menjadi salah satu ciri karyawan Arion Swiss Belhotel memiliki dalam memberikan pelayanan, yaitu memperhatikan tamu secara tulus tanpa pamrih yang membuat tamu merasa senang dengan pelayanan di Arion Swiss Belhotel Bandung. Bagi Nur (2017) keterbukaan juga termasuk ke dalam unsur rasa aman (*secure*). Nur menulis bahwa sifat terbuka atas permasalahan yang terjadi dengan pelanggan dapat memberikan keamanan sekaligus kenyamanan dalam proses pelayanan. Keterbukaan dari pengelola atau staff hotel juga merupakan bagian dari daya tanggap untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan diselesaikan dengan cepat, seperti ditulis oleh Nur. Istilah dari daya tanggap ini adalah responsiveness yaitu kemauan atau kesiapan pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan tujuan untuk kepuasan pelanggan.

*Ketiga,* perhatiaan kepada kebutuhan. Salah satu unsur dalam pelayanan adalah keterampilan menyimak dan merasakan apa yang sebenarnya diinginkan tamu. Unsur ini cenderung kurang dilakukan atau relative abaya. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan belum sepenuhnya memperhatikan kebutuhan tamu. Sebagaimana hasil observasi, tamu sering komplain pada saat sarapan karena tidak ada kursi dan meja yang kosong sehingga. Staff kurang memperhatikan hal tersebut dan tidak peduli yang membuat tamu pada saat mau sarapan terpaksa harus kembali ke kamar untuk menunggu kursi dan meja yang kosong. Hal tersebut sering dikeluhkan tamu.

Merujuk pada perspektif kepemimpinan dalam pelayanan, perhatian menjadi salah satu unsur dalam pelayanan prima, seperti ditulis oleh Rohman (2018) mengutip Saleh (2010) bahwa dalam pelayanan prima kepedulian kepada pelanggan memberikan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dengan penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, Tindakan, dan tanggungjawab guna mewujudkan kepuasan pelanggan sehingga menjadi loyal. Merujuk pada dan meminjam analisis dari Hadjam (2001), hubungan antara staff hotel dengan tamu seharusnya diarahkan pada hubungan humanistik bukan hubungan pragmatis belaka, karena tamu merupakan individu yang membutuhkan hubungan satu sama lain sehingga menuntut staff hotel untuk terlibat lebih mendalam dengan tamu khususnya terkait dengan kebutuhan-kebutuhan dari tamu terkait dengan aspek fisiologis, psikologis, dan social.

Keempat adalah keakraban. Tamu akan merasa senang apabila dilayani secara semangat dan disambut dengan ramah pada saat datang ke restoran, tamu akan merasa puas apabila dilayani dengan sikap positif. Tetapi faktanya di lapangan, karyawan departemen *food & beverage* memiliki sikap yang kurang ramah terhadap tamu, seperti tidak mengucapkan selamat pagi atau siang, tidak senyum pada saat berpapasan dengan tamu dan mengucapkan terima kasih pada saat tamu selesai makan. Akan tetapi tidak semua karyawan bersikap demikian, hanya ada satu atau dua karyawan yang kurang memiliki sikap ramah terhadap tamu. Namun, walau demikian, sikap Sebagian karyawan tersebut dapat mengganggu system pelayanan pada departemen tersebut. Dengan adanya hal tersebut terkadang ada tamu yang langsung komplain kepada manajer, dan manajer langsung mengambil tindakan yaitu menegur karyawan tersebut agar tidak mengulanginya. Hal tersebut tentunya harus diperhatikan oleh karyawan, karena departemen food and beverage memiliki tanggung jawab melayani tamu dengan baik dan memberikan kepuasan pelanggan.

Keakraban merupakan bagian dari sikap empati terhadap tamu. Menurut Hadjam (2001) empati merupakan kemampuan memahami dan memperhatikan kondisi psikologis pasien, dalam konteks pelayanan prima menjadi upaya memberikan kenyamanan kepada pasien. Empati merupakan kemampuan dan kesediaan untuk mengerti, memahami dan ikut merasakan apa yang dirasakan, apa yang dipikirkan dan apa yang diinginkan oleh tamu. Melalui empati, karyawan dapat menjalin realasi jangka Panjang dengan tamu. Hal ini dapat mengundang Kembali tamu untuk dating di lain waktu. Bagi Nur (2017) Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Melalui sikap akrab dan empati inilah karywan berupaya memahami kebutuhan pelanggan sehingga mendorong kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil obervasi di atas maka diperoleh gambaran tentang hambaran yang terjadi pada departemen *food and beverage*, yaitu:

Karyawan tidak menerapkan peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam bekerja sangat penting untuk menaati dan menerapkan peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan, akan tetapi karyawan departemen *food and beverage* tidak menerapkan dan menaati peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan seperti harus ramah atau menyambut kedatangan tamu pada saat tamu datang ke restoran, Hal tersebut yang membuat tamu komplain kepada pihak hotel.

Adanya masalah diluar pekerjaan yang membuat karyawan tidak semangat bekerja. Profesional kerja sangatlah penting didalam sebuah perusahaan, akan tetapi karyawan Arion belum menerapkan hal tersebut, jika terjadi masalah diluar mereka membawa masalah tersebut pada saat sedang bekerja yang membuat tidak semangat atau tidak fokus dalam membereskan pekerjaan dan dalam melayani tamu. Hal tersebut yang membuat tamu merasa terganggu dan menilai karyawan tidak profesional dalam bekerja.

Kurangnya sumber daya manusia. Dalam sebuah perusahaan sumber daya manusia merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan, tercukupinya karyawan di sebuah perusahaan membuat pekerjaan cepat selesai dan tidak ada pekerjaan yang tertunda. Salah satu penyebab dari beberapa komplain yang terjadi di Arion adalah kurangnya sumber daya manusia karena pihak hotel tidak mau merekrut karyawan yang tidak berpengalaman atau asal-asalan. Hal inilah yang membuat beberapa pekerjaan tertunda atau lama prosesnya sementara banyak pesanan atau permintaan dari tamu.

Maka berdasarkan hambatan yang penulis temukan dari hasil penelitian di Arion Swiss Belhotel Bandung mengenai pelayanan di departemen *food And* *beverage,* maka upaya untuk mengatasi hambatan tersebut, sebagai berikut:

Mengadakan pelatihan berjangka panjang dan berkesinambungan departemen *food and beverage service.* Dengan diadakannya pelatihan berjangka panjang dan berkesinambungan departemen *food and beverage service* membuat karyawan lebih mengetahui peraturan atau prosedur yang ada termasuk karyawan baru, agar karyawan menaati dan menerapkan peraturan yang ada sehingga tidak terjadi kesalahan-kesalahan yang membuat tamu komplain akan tetapi ada baiknya pelatihan tersebut tidak hanya untuk karyawan baru melainkan karyawan juga harus mengikuti agar mengingat peraturan-peraturan yang ada.

Konsultasi kepada atasan. Setiap karyawan tentunya harus bersikap profesional dalam bekerja, karena hal tersebut sudah kewajiban bagi setiap karyawan. Ada baiknya pada saat bekerja karyawan menyampingkan terlebih dahulu masalah pribadi dan lebih fokus kepada pekerjaan karena jika karyawan tidak profesional dalam bekerja tentu saja pekerjaan menjadi berantakan, ada baiknya konsultasi kepada atasan dan meminta saran atau solusi terkait masalah yang sedang dihadapi.

Menambah Sumber daya manusia. Demi meningkatkan kualitas kinerja yang baik dalam sebuah perusahaan seharusnya perusahaan menambah sumber daya manusia atau merekrut karyawan agar mendapatkan kualitas pelayanan yang baik demi terciptanya citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Ada baiknya Arion Swiss Belhotel bekerja sama dengan Perguruan tinggi yang memiliki jurusan perhotelan agar mendapatkan karyawan yang sudah berpengalaman atau sudah mengetahui tentang pelayanan yang baik kepada tamu. Tujuan dari menambah sumber daya manusia agar semua pekerjaan dapat terlaksana dengan baik dan tidak ada pekerjaan yang tertunda yang membuat tamu komplain kepada pihak hotel.

Tabel 1

Lama Menggunakan *Marketplace*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Kategori | F | % |
| 1 | <6 bulan | 2 | 14 |
| 2 | 7-12 bulan | 4 | 26 |
| 3 | 13-24 bulan | 6 | 40 |
| 4 | >24 bulan | 3 | 20 |
| Jumlah | 15 | 100 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2017



Sumber: Google Image, 2017

Gambar 1 Macam-macam marketplace di Indonesia

Hindari penggunaan sub judul di bagian hasil dan pembahasan. Seluruh paparan hasil dan pembahasan di dalam artikel ditulis dalam bentuk esai, sehingga tidak ada format numerik atau abjad yang memisahkan antara bab, atau untuk menandai bab baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang ada di departemen *food and* *beverage* Arion Swiss Belhotel Bandung mengenai pelayanan prima pada departemen *food and beverage* cukup terlaksana dengan baik walaupun dengan sumber daya yang terbatas, muncul beberapa permasalahan seperti kurang sigapnya pelayanan, tapi dapat diatasi dengan simpati terhadap tamu. Walaupun muncul komplain, namun tidak terlalu signifikan. Komplain-komplain tersebut akan signifikan jika berlarut-larut. Oleh karena itu dengan kemunculan permasalahan tersebut, departemen tersebut sudah selayaknya bisa mengatasi permasalahan seperti menambah jumlah personil.

Jika ditelisik lebih mendalam, kesalahan dalam pelayanan prima membuat tamu komplain kepada hotel yang tidak sesuai terhadap karakteristik pelayanan prima, yaitu dalam empat karakteristik pelayanan prima departemen *food and beverage* Arion Swiss Belhotel bandung hanya menjalankan satu indikator yaitu, keterbukaan dan dari hasil wawancara kepada tamu serta observasi. Hambatan-hambatan yang terjadi yaitu, kurangnya pelatihan khusus berjangka panjang dan berkesinambungan departemen *food and beverage service,* adanya masalah diluar pekerjaan yang membuat karyawan tidak semangat bekerja dan kurangnya sumber daya manusia. Upaya-upaya dalam mengatasi hambatan adalah, mengadakan pelatihan Khusus berjangka panjang dan berkesinambungan departemen *food and beverage service,* konsultasi kepada atasan, dan menambah sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Asih, N. S., Nuridja, I. M., & Zukhri, A. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *7*(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v7i2.7797>

Cahyawati, L. R. (2017). Implementasi Pelayanan Prima. *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*, *2*(1), 67-74. DOI: [https://doi.org/10.17977/um025v2i12017 p067](https://doi.org/10.17977/um025v2i12017%20p067)

Daryanto dan Ismanto, S. (2014) *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Gaya Media.

Ernawati, E. (1998). Pelayanan prima sebagai strategi pemasaran jasa dokumentasi, informasi, dan perpustakaan. *Baca: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, *23*(4), 40-47. https://jurnalbaca.pdii.lipi.go.id/index.php/baca/article/view/71/140

Hadjam, M. N. R. (2001). Efektivitas pelayanan prima sebagai upaya meningkatkan pelayanan di Rumah Sakit (Perspektif Psikologi). *Jurnal Psikologi*, *28*(2), 105-115. DOI: [10.22146/jpsi.7684](https://doi.org/10.22146/jpsi.7684)

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2010. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta. Balai Pustaka.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015. Departemen Pendidikan Dan kebudayaan. Jakarta. Balai Pustaka.

Kasmir (2005) *Etika Customer Service*. Yogyakarta. Raja Grafindo Persada.

Komar, R. (2014) *Manajemen Perhotelan*. Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Kotler, P & Armstrong, G. (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.

Nur, M. (2017). Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. *Jurnal Office*, *3*(1), 72-78. DOI: <https://doi.org/10.26858/jo.v3i1.3501>

Rahmayanty, N. (2013) *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Rohman, A. (2018). Kepemimpinan Pelayanan Prima di Pedesaan. *Reformasi*, *7*(1). DOI: <https://doi.org/10.33366/rfr.v7i1.702>

Soendari, T. (2012). Metode Penelitian Deskriptif. *Bandung, UPI. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka*, *17*.

Suminar, R., & Apriliawati, M. (2018). Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, *4*(2), 25. DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/skr.v4i2.822>.

Tjiptono, F. (2012) *Service Management*. Yogyakarta. Andi Offset.