

# PERAN OPERATOR *FRONT OFFICE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI HOTEL BINTANG EMPAT

Kartika Dewi<sup>1</sup>, Nurul Madani<sup>2</sup>, Yosef Abdul Ghani

<sup>1</sup>AKPAR Bina Sarana Informatika Bandung, kartikadewi31294@gmail.com

<sup>2</sup>AKPAR Bina Sarana Informatika Bandung, nurulmadani89@gmail.com

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Ars Internasional, yosef.ghani@gmail.com

## ABSTRAK

Pelayanan yang baik merupakan hal yang penting dalam industri perhotelan dimana pelayanan dapat memberikan dampak besar terhadap suatu bisnis akomodasi, kebanyakan masyarakat telah mengadaptasi kebiasaan baru yang baik dan mampu membawa kesan bagi banyak orang. Pentingnya telepon operator bisa dilihat dalam ungkapan yang menyatakan bahwa mereka adalah ujung tombak perusahaan, karena telepon operator sebagai penyambung antara hotel dengan pihak luar. Penelitian ini membahas peran operator front office dalam meningkatkan pengalaman pelanggan di hotel bintang empat, dengan studi kasus di hotel Aston Pasteur. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan operator front office, observasi langsung dan analisis dokumen terkait. Operator bertanggung jawab atas penerimaan tamu, proses check in dan check out, memberikan informasi tentang layanan hotel, serta menangani keluhan dan permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien. Pengembangan keterampilan bagi operator front office memastikan bahwa mereka mampu memberikan layanan yang berkualitas tinggi kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di hotel Aston Pasteur.

**Kata Kunci:** Operator Front Office<sup>1</sup>, Peningkatan Kunjungan<sup>2</sup>, Pengalaman Pengunjung<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*Good service is important in the hotel industry where service can have a big impact on an accommodation business, most people have adapted new good habits and are able to make an impression on many people. The importance of telephone operators can be seen in the expression that states that they are the spearhead of the company, because telephone operators are the link between the hotel and outside parties. This research discusses the role of front office operators in improving customer experience in four-star hotels, with a case study at the Aston Pasteur hotel. Data was collected through in-depth interviews with front office operators, direct observation and analysis of related documents. Operators are responsible for guest reception, check-in and check-out processes, providing information about hotel services, and handling customer complaints and requests quickly and efficiently. Skills development for front office operators ensures that they are able to provide high quality service to customers, thereby increasing customer satisfaction and service at the Aston Pasteur hotel*

**Keywords:** Front Office Operator<sup>1</sup>, Increased Visits<sup>2</sup>, Visitor Experience<sup>3</sup>

## PENDAHULUAN

Kekuasaan atau kewenangan negara atas Hotel merupakan salah satu akomodasi yang menjadi penunjang pokok wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Hal itu disebabkan karena wisatawan yang melakukan perjalanan tentunya membutuhkan tempat untuk beristirahat dari lelahnya

melakukan perjalanan wisata. Selain untuk tempat beristirahat hotel juga menjadi tempat untuk wisatawan menghabiskan waktu luangnya dengan menikmati berbagai bentuk kegiatan dan fasilitas yang ada seperti Spa, Bar, Gym center, dan kolam renang. Karena hotel merupakan tempat yang akomodasi penting untuk wisatawan tentunya

hal pokok yang harus diutamakan adalah produk dan fasilitas yang lengkap, pelayanan, kenyamanan, dan berkualitas. Front office menjadi garda depan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal itu disebabkan karena wisatawan yang memasuki hotel yang memberikan kesan pertama dalam hal kualitas pelayanan adalah Front Office.

Selain itu juga wisatawan yang memasuki hotel menerima pelayanan Front Office sudah memiliki gambaran seberapa baik hotel secara keseluruhan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Ketika wisatawan datang ke hotel memperoleh pelayanan buruk maka tamu akan secara langsung mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu buruk dan begitu juga sebaliknya bila pelayanan Front Office baik maka wisatawan akan mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu baik. . (wayan 2022 , n.d.)

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Pengertian Front Office**

Front office merupakan bagian pusat yang bekerja sebagai jantung dan pusat dari segala aktifitas tamu di hotel yang menangani proses check-in maupun checkout yang menjadi prinsip dalam menangani didepan (c. flores, 2019). Dapat disimpulkan bahwa Front desk merupakan perwakilan atas dari kualitas sebuah hotel terhadap kesan pertama kali pada saat menyambut kedatangan tamu memasuki suatu hotel, dengan memberikan kesan atau impresi yang baik maupun sedikit kurang baik terhadap tamu.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Front Office berasal dari bahasa Inggris 'Front' yang artinya depan, dan 'Office' yang berarti kantor jadi front office adalah kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya dibagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau loby. Dengan lokasi di bagian depan maka front office termasuk departemen paling mudah dicari dan dilihat oleh tamu (Datu et al., 2022) menjelaskan bahwa front office adalah tempat untuk pertama kalinya pertemuan antara tamu dan staf hotel. Petugas bagian front office pada suatu hotel hendaknya memiliki kecakapan dan

kemampuan dalam melayani secara prima sehingga pelayanan yang diberikan kepada tamu tepat sasaran dan cepat sehingga tamu merasa puas.

### **Telepon Operator**

#### **Pengertian Telepon Operator**

Pengertian telepon operator menurut (wayan , n.d.) adalah salah satu seksi yang ada pada Kantor Depan Hotel yang mempunyai kedudukan yang sama dengan petugas informasi, penerima tamu, pemesanan kamar, pelayanan barang dan kasir kantor depan. Di hotel, sarana telepon merupakan kunci utama sebagai penunjang bisnis. Karena itu, penanganan sistem dan layanan komunikasi di hotel dilakukan oleh seksi khusus yang dikenal dengan telepon operator. Seorang telepon operator harus mampu menjunjung tinggi citra perusahaan dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan image hotel dimata tamu the guest impression dapat dimulai dari percakapan lewat telepon.

Adapun menurut (Anas & Abdul fatah, 2024) layanan komunikasi yang biasanya diberikan oleh pihak hotel/telepon operator adalah:

1. Menangani/manjawab sambungan telepon masuk (incoming call).
2. Menangani panggilan telepon keluar (outgoing call).
3. Memberikan layanan pengiriman dan penerimaan fax
4. Memberikan layanan akses internet (wire atau spot).
5. Memberikan layanan bangun pagi (wake –up call).
6. Memberikan layanan informasi.
7. Memberikan pelayanan pemutaran hiburan film dan musik di kamar tamu dan music di area public hotel.
8. Memberikan layanan komunikasi di hotel (house call)
9. Menangani panggilan telepon darurat dan ancaman telepon (emergency call)
10. Menangani panggilan pesan di hotel dan pengaturan parkir kendaraan melalui pengeras suara

#### **Peralatan Yang Digunakan Pada Telepon Operator**

Menurut (3042-Article Text-10717-1-10-20190710, n.d.) ada beberapa macam peralatan yang digunakan pada telepon operator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Private Automatic Branch Exchange (PABX) adalah alat dengan sistem tombol yang dihubungkan langsung tanpa melalui operator,
2. Private Manual Branch Exchange (PMBX) adalah alat dengan sistem colok yang dihubungkan melalui operator. Fasilitas lain yang ada pada alat ini, yaitu timer, sound system, tape recorder, rak informasi dan
3. Private Branch Exchange (PBX) adalah switchboard yang dihubungkan dengan public exchange dengan satu jalur atau lebih; yang kemudian disambungkan ke berbagai ekstensi telepon dalam hotel: ekstensi yang terhubung ke seksi-seksi atau departemen-departemen.
4. Charging System: Sistem penarikan biaya telepon yang dilakukan tamu, di mana hotel mendapatkan selisih harga dari tarif yang ditentukan perusahaan telekomunikasi.
5. Telephone Feature: Layanan telepon yang memudahkan pengguna, seperti re-dial dan caller ID.
6. Rooming List: Daftar tamu yang ditampilkan pada sistem komputer untuk memudahkan operator dalam menjalankan tugas.
7. Hotel Information System: Sistem yang menyatukan laporan dan komunikasi, mencatat durasi percakapan, biaya, dan permintaan khusus.

### **Perlengkapan Telepon Operator**

Menurut (Mandagi et al., n.d.) Perlengkapan fisik yang tersedia di Telepon Operator adalah switch board, telepon set, head set, computer, meja operator, kursi operator, lemari alat, whiteboard, televisi, mesin facsimile, mesin photo copy, filling cabinet, mesin Private Automatic Branch Exchange (PABX) atau Private Manual branch Exchange (PMBX), video system set, dan audio system set. Semua perlengkapan itu ada didalam ruang operator yang secara keseluruhan merupakan perangkat lunak dan ada di dalam sebagian peralatan tersebut adalah Emergency call line, wake-up call system, paging system, telepon feature, rooming list, dan Front Office System.

1. Emergency Call: Sistem komunikasi darurat dengan jalur khusus (misalnya 999 untuk kebakaran). Operator yang terlatih akan merespons, memastikan kebenaran informasi, dan menyebarkannya ke kepala bagian terkait.
2. Wake Up Call: Sistem untuk membangunkan tamu sesuai permintaan, bisa secara manual (dicatat dan ditelpon), atau otomatis menggunakan komputer. Pesan umum yang digunakan adalah “this is your wake up call.”
3. Paging System: Sistem untuk menghubungi semua nomor ekstensi dengan pesan khusus, baik melalui speaker atau pesan tertulis. Digunakan dalam situasi darurat atau untuk informasi penting.
4. Segera angkat telepon sebelum berdering sampai 3 kali.
5. Berilah jarak antara telepon dengan mulut kurang lebih 5 sentimeter agar suara tidak terdengar terlalu keras.
6. Perkenalkan diri anda (indentify your self) Perkenalkan diri anda dengan menyebutkan nama hotel tempat anda bekerja dan mengucapkan salam (greeting).
7. Dapatkan nama tamu. Mintalah penelpon untuk mengeja nama karena kadang-kadang terjadi kesalahan dalam membedakan huruf d dengan t, b dengan p dan lain sebagainya.
8. Berbicaralah dengan jelas dan hindari menggunakan bahasa slank atau istilah-istilah yang bersifat teknis.
9. Gunakan tata bahasa yang baik dan benar sesuai bahasa yang digunakan.
10. Curahkan perhatian sepenuhnya kepada topik pembicaraan.
11. Tersenyumlah pada saat bertelepon karena senyum akan dapat dirasakan oleh teman bicara walaupun tidak terlihat secara langsung.
12. Jangan pernah membiarkan penelepon menunggu terlalu lama.

### **Tata Cara Bertelepon**

Menurut Wayan et al. (2022a) tata cara bertelepon adalah hal yang harus diketahui dan dijalankan oleh seorang telepon operator, karena untuk mengikat perhatian dari pelanggan agar ingin singgah ke hotel. Adapun langkah-langkah atau tata cara bertelepon yang baik yakni:

10. Jika penelpon meninggalkan pesan, pastikan pesannya dicatat dengan akurat dan disampaikan kepada orang yang dituju.
11. Usahakan untuk selalu menyebut nama penelpon jika telah mengetahui nama penelpon tersebut.
12. Selalu ingat untuk mengucapkan terimakasih dan mengucapkan selamat berpisah.
13. Berikan kesempatan kepada penelpon untuk mengucapkan selamat berpisah sebelum menutup telepon.

### **Pelayanan**

#### **Pengertian Pelayanan**

Menurut Aisha N (2021:1) pelayanan adalah suatu hasil product dari kegiatan hubungan timbal balik antara producer dan customer dengan melalui beberapa kegiatan internal, producer dapat memenuhi kebutuhan customer dalam bentuk kepuasan satisfaction. Adapun pengertian pelayanan menurut Slamet A. (2022) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak-pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak-pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun

#### **Tipe Pelayanan yang ada di Hotel**

Adapun tipe pelayanan pada Hotel menurut (Orlando & Harjati, 2022) adalah sebagai berikut :

1. Tipe Freezer: Pelayanan dengan mutu prosedur dan personil rendah; lambat, tidak terorganisir, dan tidak ramah.
2. Tipe Factory: Pelayanan dengan mutu prosedur tinggi tetapi personil rendah; efisien namun tidak ramah.
3. Tipe Friendly Zoo: Pelayanan dengan mutu prosedur rendah namun personil tinggi; ramah tapi tidak terorganisir.
4. Tipe Pelayanan Bermutu: Pelayanan dengan mutu prosedur dan personil tinggi; efisien dan ramah.

### **Dasar-Dasar Pelayanan**

Landasan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam industri jasa, perlu dipahami dasar-dasarnya. Menurut Slamet A. (2022) merumuskan delapan dasar pelayanan yaitu:

1. Pusatkan perhatian pada pelanggan;
2. Berikan pelayanan yang efisien;
3. Naikkan harga diri tamu;
4. Bina hubungan baik dan harmonis dengan pelanggan;
5. Berikan penjelasan dan informasi sebaik mungkin;
6. Ketahuilah apa keinginan pelanggan;
7. Jelaskan pelayanan apa saja yang bisa diberikan oleh perusahaan;
8. Alihkan tugas pada yang lebih mampu bila tak mampu melayaninya sendiri

### **Tamu**

#### **Pengertian Tamu**

Menurut (Rawung et al., 2023) tamu adalah bagian yang tak terpisahkan dari sebuah usaha hotel. Oleh karena itu, seorang tamu layak mengharapkan dan mendapatkan pelayanan yang profesional dari sebuah hotel. Setiap tamu ingin memperoleh sesuatu yang melebihi nilai yang diharapkannya dari harga yang mereka bayar. Untuk itu seorang receptionist jangan sampai membuat tamu memiliki kesan bahwa harga yang mereka bayar tidak sepadan dengan pelayanan yang mereka peroleh.

#### **Jenis Tamu**

Adapun menurut Agusnawar (2014:20) jenis-jenis tamu yang menginap di hotel sebagai berikut:

1. Domestic Tourist: Wisatawan lokal yang menginap di hotel untuk kegiatan seperti akhir pekan atau acara khusus.
2. FITs (Free Independent Travellers): Wisatawan internasional yang bepergian sendiri tanpa rombongan, biasanya memesan kamar secara langsung tanpa paket tur.
3. GITs (Group Inclusive Tours): Rombongan wisatawan yang bepergian dalam paket tur yang biasanya diorganisir oleh agen perjalanan.
4. SITs (Special Interest Tours): Rombongan wisatawan dengan tujuan khusus, seperti kunjungan budaya atau edukasi.
5. CIPs (Commercially Important Persons): Eksekutif dari perusahaan besar yang

sering menginap di hotel mewah, biasanya dipesan oleh sekretaris atau asisten.

6. SPATTs (Special Attention Guests): Tamu yang memerlukan perhatian khusus, seperti tamu lanjut usia, tamu sakit, atau dengan kebutuhan khusus.
7. VIPs (Very Important Persons): Tamu penting seperti selebriti, pejabat, atau pelanggan tetap yang sering mendapatkan kamar mahal.
8. Regular Guest: Tamu biasa yang sering datang tanpa reservasi dan dikenal juga sebagai walking guest.

### **Kepuasan Tamu**

Menurut (Wayan et al., 2022) mengemukakan bahwa : "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya". Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senangatau gembira.

Menurut (Wayan et al., 2022) mengemukakan bahwa : "Kepuasan dan ketidak puasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut". Menurut (Kharyono, n.d.) mengemukakan bahwa : "Kepuasan merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atautindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa".

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pasien mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yangdirasakan, karena dengan tamu yang kepuasannya terpenuhi akan melakukan tindakan yang cenderung menguntungkan perusahaan.

Menurut (Anas & Abdul fatah, 2024) ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yaitu:

1. Kualitas Produk: Konsumen merasa puas jika produk yang digunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan: Konsumen puas jika pelayanan sesuai harapan.
3. Emosi: Konsumen merasa bangga dan puas jika produk yang digunakan meningkatkan citra diri mereka di mata orang lain.
4. Harga: Produk berkualitas dengan harga lebih murah memberikan nilai lebih bagi konsumen.
5. Biaya: Konsumen puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau menghabiskan waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

Menurut (Datu et al., 2022) indikator kepuasan konsumen adalah :

1. Menciptakan Word-of-Mouth yaitu dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
2. Menciptakan Citra Merek yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
3. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
4. Kepuasan keseluruhan (over all satisfaction with product) Tingkatan di mana hasil kinerja pemberi jasa sangat baik.

### **Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu**

Berdasarkan hasil pegujian secara parsial pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu The Hill Hotel dan Resort Sibolangit. Dikarenakan diperoleh thitung (3,498) > ttabel (1,68) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menurut Gultom, dkk (2014) pelayanan merupakan sesuatu pemberian dari perusahaan kepada pelanggan, yang akan menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Garnis Anggi Saktiani (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasa

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut (Apriani & MH Nainggolan, 2022) adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan Keinginan: Apa yang dirasakan pelanggan saat bertransaksi dengan produsen atau pemasok.
2. Pengalaman Masa Lalu: Pengalaman menggunakan layanan hotel tersebut atau pesaingnya memengaruhi persepsi pelanggan.
3. Pengalaman Teman: Cerita teman tentang kualitas hotel yang pernah dikunjungi akan memengaruhi persepsi pelanggan, terutama pada layanan berisiko tinggi.
4. Komunikasi Iklan dan Pemasaran: Iklan dan pemasaran memengaruhi persepsi tamu, namun harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan tidak berlebihan.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan postpositivisme untuk mempelajari obyek yang alamiah dengan peneliti sebagai pusatnya, metode pengumpulan data ini dilakukan secara analisis dan bersifat kualitatif dan bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan menjawab lebih lengkap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh individu, kelompok, atau peristiwa yang sesuai dengan keadaan sebenarnya (Setyowati et al., 2021) Berdasarkan kutipan di atas, penulis dapat menjelaskan hasil pengamatannya sehubungan dengan kriteria penelitian tersebut yaitu mengedepankan analisis atau pengamatan terlebih dahulu sesuai kegiatan yang terjadi di lapangan.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Secara umum ada 4 teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi, namun bisa menggabungkan 3 teknik data tersebut (Setyowati et al., 2021) metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi  
Observasi proses dengan tujuan memperoleh informasi yang lebih tepat berupa tempat, pelaku, kegiatan, tindakan, atau peristiwa, dengan tujuan merasakan dan kemudian memahami berdasarkan pengetahuan yang di ketahui (Setyowati et al., 2021)

Dalam hal ini penulis juga melakukan observasi selama 6 bulan yang di sebut on the job training dimana penulis diajari dan di bimbing oleh pihak hotel untuk memahami dan mempelajari cara kerja industri perhotelan khususnya di departemen front office bagian operator.

2. Wawancara

Kegiatan tanya jawab lisan untuk memperoleh informasi dari sumber terpercaya dapat dilakukan dalam bentuk wawancara tertulis atau rekaman, namun wawancara tidak langsung mempunyai data-data yang diperlukan dan menyediakan melalui pertemuan dengan orang lain yang dianggap mampu (Setyowati et al., 2021) Dalam hal ini penulis sudah mewawancarai secara langsung dengan narasumber, yaitu kepada Bapak Aditya Pratama Putra selaku supervisor front office dan tamu hotel Aston Pasteur. Pertanyaan yang diajukan penulis kepada narasumber yaitu:

- a. Bagaimana peran Operator Front Office dalam melayani tamu di Hotel Aston Pasteur?
- b. Bagaimana cara Operator Front Office dalam meningkatkan kepuasan tamu Hotel Aston Pasteur ?
- c. Bagaimana Operator Front Office mengelola situasi yang akan mempengaruhi kepuasan tamu, seperti keluhan atau masalah yang timbul selama menginap ?
- d. Apakah keterlibatan Operator Front Office dalam mengumpulkan umpan balik dari tamu yang dapat membantu meningkatkan pengalaman tamu dan menciptakan kepuasan tamu Hotel Aston Pasteur ?
- e. Apakah dampak metode standar pelayanan akan meningkatkan kepuasan tamu di Hotel Aston Pasteur ?
- f. Bagaimana penerapan Standar Operasional Prosuder (SOP) pada karyawan departemen front office bagian operator di hotel Aston Pasteur ?
- g. Bagaimana Hotel Aston Pasteur bisa mengumpulkan masukan dari tamu secara efektif ?

- h. Bagaimana Hotel bisa memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan lebih banyak ulasan tamu ?
  - i. Bagaimana harapan anda pada kecepatan karyawan hotel dalam melayani tamu?
  - j. Apakah karyawan hotel ramah dalam melayani tamu
  - k. Bagaimana harapan anda pada karyawan hotel untuk meningkatkan kepuasan tamu di Hotel Aston Pasteur ?
3. Dokumentasi
- Suatu kegiatan atau aktivasi yang dilakukan secara sistematis dalam mencari, meneliti, dan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa patung, fil, foto, video, dan lain-lain (Setyowati et al., 2021)) Dalam hal ini penulis mengumpulkan dokumen-dokumen pribadi berupa foto, laporan kegiatan, atau segala bentuk dokumentasi yang merekam kegiatan penulis selama melakukan latihan lapangan di Hotel Aston Pasteur.

#### **Lokasi**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Aston Pasteur yang beralamatkan di Jl. Dr. Djunjunan No.162, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40162. Hotel Aston Pasteur adalah Hotel bintang 4 yang memiliki kamar 215 kamar serta memiliki fasilitas kolam renang, restaurant, dan gym.

#### **Waktu**

Penulis melaksanakan on job training selama 6 bulan terhitung tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan tanggal 20 Januari 2024, Penulis memilih Hotel Aston Pasteur merupakan hotel terbaik di Pasteur dan jarak menuju hotel tersebut tidak jauh dari tol Pasteur

### **PEMBAHASAN**

#### **Peran Operator Front Office**

Operator kantor depan adalah individu yang bertugas di garis depan suatu perusahaan atau organisasi, sering kali di area resepsionis atau meja depan. Peran ini sangat krusial karena merekalah yang menjadi titik kontak pertama bagi klien, tamu atau pengunjung. Berikut penjelasan rinci mengenai peran operator front office:

1. Menyapa dan Mengarahkan Pengunjung : Sambut pengunjung dengan ramah dan arahkan mereka ke bagian yang dituju.
2. Mengelola Panggilan Telepon: Jawab telepon, saring panggilan, dan arahkan ke pihak yang tepat.
3. Administrasi dan Manajemen Dokumen : Kelola surat dan dokumen penting serta jaga kerapian area front office.
4. Menangani Pertanyaan dan Keluhan: Jawab pertanyaan umum dan sampaikan keluhan ke departemen terkait.
5. Manajemen Jadwal: Atur jadwal pertemuan dan hindari bentrokan jadwal.
6. Koordinasi dengan Staf Internal: Hubungkan pengunjung dengan staf internal dan pastikan komunikasi lancar.
7. Penggunaan Perangkat dan Sistem Kantor: Operasikan perangkat kantor dan manajemen informasi.
8. Keamanan dan Kontrol Akses: Pastikan akses kantor terbatas pada orang yang berhak.
9. Memberikan Kesan Positif: Tampilkan sikap profesional dan ramah untuk memberikan citra positif perusahaan.
10. Mengelola Fasilitas Umum: Jaga kebersihan dan kenyamanan area resepsionis

#### **Peningkatan Kepuasan Tamu Pada Bagian Operator Front Office**

Peningkatan kepuasan tamu pada bagian operator front office sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi pengunjung dan menjaga reputasi perusahaan atau organisasi. Berikut adalah detail langkah-langkah yang dapat diambil oleh operator front office untuk meningkatkan kepuasan tamu:

1. Penyambutan Ramah dan Profesional: Sambut tamu dengan senyum dan bahasa tubuh positif, tawarkan bantuan segera.
2. Pelayanan Cepat dan Efisien: Layani tamu dengan cepat dan gunakan sistem antrian untuk keadilan.
3. Komunikasi Jelas dan Efektif: Dengarkan kebutuhan tamu dengan seksama dan sampaikan informasi secara jelas tanpa jargon.
4. Menangani Keluhan: Dengarkan keluhan dengan empati, atasi masalah,

- dan lakukan tindak lanjut untuk memastikan kepuasan.
5. Pengetahuan Produk dan Layanan: Kuasai layanan dan produk perusahaan untuk memberikan informasi yang akurat.
6. Keterampilan Multitasking: Tangani beberapa tugas sekaligus tanpa menurunkan kualitas pelayanan.
7. Penampilan Rapi dan Profesional: Pastikan diri dan area front office selalu rapi dan sesuai dengan kode pakaian perusahaan.
8. Personalisasi Layanan: Ingat nama dan preferensi tamu untuk memberikan pelayanan yang lebih pribadi.
9. Peningkatan Keterampilan dan Pelatihan: Ikuti pelatihan rutin dan pelajari tren terbaru dalam layanan pelanggan.
10. Teknologi dan Sistem Pendukung: Gunakan teknologi CRM dan perangkat lain untuk mendukung layanan dan operasional harian.
11. Fasilitas dan Kenyamanan: Sediakan fasilitas nyaman seperti area tunggu bersih, Wi-Fi, dan air minum.
12. Pengambilan Umpan Balik: Minta umpan balik dari tamu dan gunakan untuk meningkatkan pelayanan.
4. Lokasi: Lokasi strategis dan akses mudah, serta keamanan lingkungan sekitar, menjadi nilai tambah.
5. Harga dan Nilai: Tamu puas jika harga wajar sepadan dengan kualitas layanan, ditambah penawaran diskon dan promosi.
6. Pengalaman Kuliner: Kualitas dan variasi makanan dan minuman berperan dalam kepuasan tamu.
7. Pelatihan Staf: Pelatihan rutin membantu meningkatkan keterampilan layanan pelanggan.
8. Perbaikan Fasilitas: Merenovasi fasilitas agar tetap sesuai dengan kebutuhan tamu dan tren.
9. Penggunaan Teknologi: Teknologi, seperti aplikasi seluler untuk check-in, layanan kamar, meningkatkan efisiensi.
10. Personalisasi Layanan: Menyesuaikan layanan berdasarkan preferensi tamu.
11. Manajemen Pengaduan: Penanganan keluhan yang cepat dan memuaskan penting untuk menjaga kepuasan tamu.

Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor tersebut, hotel dapat meningkatkan kepuasan tamu, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas tamu dan reputasi hotel secara keseluruhan.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah disusun oleh penulis tentang pembuatan Sistem Informasi Pengadaan Tanah yang dapat disimpulkan berikut ini:

#### **Kepuasan Tamu**

Kepuasan tamu hotel merupakan ukuran seberapa baik pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh suatu hotel memenuhi atau melampaui harapan tamu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu hotel bisa sangat beragam dan mencakup berbagai aspek pengalaman menginap. Berikut penjelasan detail mengenai kepuasan tamu hotel Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu :

1. Pelayanan Pelanggan: Keramahan, profesionalisme staf, serta kecepatan layanan sangat memengaruhi kepuasan tamu.
2. Kebersihan dan Kenyamanan: Kebersihan kamar, area publik, serta kenyamanan tempat tidur dan fasilitas kamar penting untuk kepuasan.
3. Fasilitas Hotel: Fasilitas tambahan seperti kolam renang dan restoran serta kondisi fasilitas yang baik meningkatkan kenyamanan tamu.
1. Sistem informasi yang telah dibuat oleh penulis berfungsi sesuai dengan kebutuhan admin yang memudahkan pendataan kesepakatan dan hak atas tanah, karena pada sistem ini sudah disediakan menu pendataan proyek dan pengadaan tanah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Begitu juga dengan menu laporan yang dapat direkap setiap tahunnya.
2. Sistem informasi pengadaan tanah menggunakan website yang terintegrasi memberikan fasilitas yang membantu pekerjaan SATGAS tanah, bangunan, dan tanaman ketika sedang operasional dengan adanya fungsi verifikasi kejelasan mengenai data tanah warga yang sebenarnya di lapangan.

3. Sistem informasi yang dibuat dengan framework Laravel dengan database MySQL ini memudahkan koordinasi antara SATGAS di lapangan dengan admin maupun Kasi Pengadaan Tanah yang berada di kantor Pengadaan Tanah Kabupaten Bandung. Dengan sistem pengadaan tanah berbasis website maka koordinasi tersebut bisa dilakukan secara online, tanpa harus bertemu langsung antar petugas.

#### REFERENSI

- Anas, M., & Abdul fatah, K. (2024). Pengaruh Kinerja Room Attendant Terhadap Tingkat Kebersihan Kamar Di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 5(1), 26–34.  
<https://doi.org/10.55542/juim.v5i1.286>
- Apriani, P., & MH Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Morrissey Hotel Jakarta. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2445–2456.  
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.370>
- Datu, Y. A., Chandra, I., Satrio, C. L., & ... (2022). English Competence and Self-Efficacy of Hotel Front-Liners: A Snapshot of Hotel Industry during Pandemic Outbreak. ... (BIRCI-Journal) ..., 11742–11754.  
<http://repository.ubaya.ac.id/41886/%0Ahttp://repository.ubaya.ac.id/41886/1/>
- Mandagi, S., Adrah, M. H., & Walansendow, A. (n.d.). Pengaruh Telephone Operator Terhadap Kepuasan Tamu Di. 139–151.
- Nurhayati, N., & Rinjani, D. (2021). Strategi Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Saat Pandemi Covid-19 Di Hotel Candra Dewi Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(1), 2597–5323.  
<https://jurnal.akparda.ac.id/>
- Putra, C. G. A. K., Fatimah, D. P., & Nugraha, R. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 92–104.
- Rawung, M., Poluan, R., & Pareda, S. (2023). Kualitas Pelayanan Telephone Operator Pada Front Office Departemen di Kima Bajo Resort & SPA Manado. *Jurnal Manuhara: Pusat 1*(3).  
<https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/67%0Ahttps://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/download/67/59>
- Sakiaddat, R., Pariwisata Bunda, A., Akademi, A., & Bunda, P. (n.d.). Pengaruh Motivasi Kerja Pramugraha Dalam Membersihkan Kamar Tamu. 3(2), 72–81.
- Setyowati, N. A., Yustiana, S., & Ulia, N. (2021). Pengembangan Buku Membaca Permulaan Berbasis Metode Global Sebagai Buku Pendamping Guru Kelas I Sekolah Dasar. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar (JRPD)*, 2(1), 23.  
<https://doi.org/10.30595/jrpd.v2i1.8778>
- Wayan, I., Selamat, A., Wayan, N., Rusadi, P., Laksana Wijaya, P., Perjalanan Wisata, U., & Nasional Denpasar, P. (2022b). Peran Front Office Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di The Capital Hotel And Resort Bali The Role Of The Front Office In Increasing Tourist Satisfaction At The Capital Hotel And Resort Bali. 5, 177–184.

#### BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Kartika Dewi  
NIP / NIDN : 201810260 / 0403129401  
TTL : Sumedang, 3-12-1994  
Alamat : Jl. Ciungwanara, No44, Rt01, Rw16, Bumi Pakusarakan, Des. Tanimulya, Kec. Ngamprah, Kab. Bandung Barat

#### Riwayat Pendidikan

1. STP ARS Internasional (S1)
2. STIE Pasundan (S2)

#### Sertifikasi Kompetensi

1. Sertifikat Kompetensi Tata Boga
2. Sertifikasi Auditor Mutu Internal
3. Sertifikat Produktifitas

#### Ketertarikan Penelitian

Peneliti memiliki ketertarikan penelitian mengenai bidang Pariwisata, Manajemen SDM sesuai dengan bidang keahlian peneliti dan Pendidikan



