

Penerapan Kualitas Pelayanan untuk mencapai Tingkat Kepuasan Tamu menggunakan Indikator SERVQUAL Pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Jeanette Kurniawan

Program DIII Perhotelan, Sekolah Manajemen Pariwisata dan logistik lentera Mondial
Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10130
Email penulis korespondensi: Jeanettekurniawan@gmail.com

ABSTRAK

Hotel Grand Hyatt Jakarta mendapatkan penilaian yang baik secara keseluruhan dalam Online Travel Agent, namun Hotel Grand Hyatt Jakarta belum mampu menyaingi penilaian *service* Hotel bintang 5 lainnya, sedangkan penilaian daring mampu mempengaruhi pengambilan keputusan tamu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat Kepuasan tamu melalui Kualitas pelayanan menggunakan Indikator SERVQUAL pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta dengan berpedoman pada dimensi TERRA yaitu *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance*. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif menggunakan skala likert dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil survey angket atas perbandingan antara harapan dan kenyataan dan data sekunder dari peneliti sebelumnya. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan metode sampel jenuh menggunakan populasi *event organizer forever planner* dengan alasan memiliki potensi atas penginapan kembali, dan responden yang didapatkan adalah sebanyak 28 tamu yang valid sesuai klasifikasi pengambilan sampel. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan menggunakan dimensi TERRA, serta membuka peluang bagi peneliti selanjutnya dengan segmen populasi yang lebih luas terkait kualitas pelayanan. Hasil penelitian yang diteliti menunjukkan bahwa dimensi TERRA mempengaruhi tingkat kepuasan tamu, terutama pada jawaban dalam pertanyaan dari dimensi *empathy* dan *assurance* yang membutuhkan perbaikan dalam memberikan respon, sikap, perilaku dan komunikasi yang tepat kepada tamu. Namun dalam segmen yang lebih luas pada dimensi *reliability, responsiveness* dan *tangible*, secara keseluruhan sudah mencapai nilai kepuasan karena mendapatkan selisih (*gap*) yang sangat sedikit.

Kata Kunci : *Front office*, Kepuasan Tamu, Kualitas Pelayanan, Terra

ABSTRACT

Grand Hyatt Hotel Jakarta received a good rating in the Online Travel Agent for overall aspects, however they weren't able to compete their services with the other 5-star hotels, whereas online ratings are so sensitive to influence guest decision making. This research is going to measure the level of guest satisfaction through service quality using the SERVQUAL indicator in the Front Office Department at the Grand Hyatt Hotel Jakarta, with the dimension of TERRA, consisting of tangible, assurance, reliability, responsiveness and empathy. The method that is used in this research is quantitative data by Likert scale and the data source used is a primary data from questionnaire surveys, that contains a comparison between expectation and reality, figuring out the gap of service quality, and also secondary research from the previous researchers. The sampling technique was purposive sampling from the population of forever planner event organizer with 28 respondents as a valid guest according to the sampling classification, and it builds an opportunity for a potential customer loyalty. This research has a purpose to give an improvement for the service quality using TERRA dimensions, as well as opening opportunities for further researchers with wider segmentation regarding service quality. The result shows that TERRA dimension influence the level of guest satisfaction, especially for the dimension of empathy and assurance dimension that require an improvement by providing appropriate responses, attitudes, behaviors and communication to guests. However, in the wider segment, the dimension of reliability, responsiveness and tangible has achieved satisfaction because it barely has a gap.

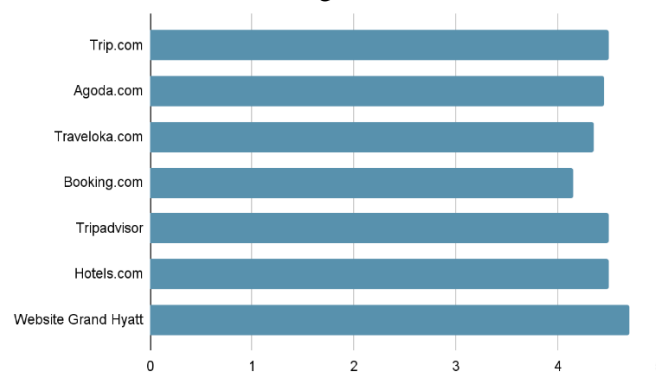
Keyword : *Front office, Guest Satisfaction, Service Quality, Terra*

PENDAHULUAN

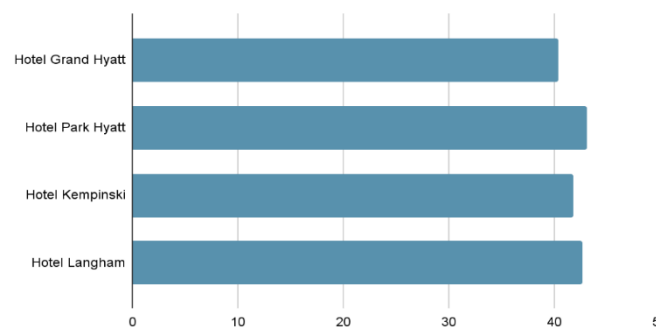
Kepuasan tamu merupakan salah satu tujuan utama bagi industri pariwisata seperti dalam dunia perhotelan khususnya pada hotel bintang 5 yang diharapkan untuk memberikan pelayanan terbaik secara *excellent*, karena kualitas pelayanan menjadi penilaian dari ekspektasi yang diharapkan tamu, apabila harapan dan ekspektasi dipenuhi dengan kenyataan yang dirasakan, maka artinya telah tercapai kepuasan tamu (Kotler, 2019 dalam Purniasih dan Andiani, 2022). Hasil penelitian Margaretha F. T, Bernadette T.T, Serli W. pada tahun 2021 menjelaskan bahwa, pada hotel bintang 5 atribut *Service* adalah faktor penentu peringkat tertinggi terhadap kepuasan dan ketidakpuasan suatu pelayanan yang mempengaruhi pengambilan keputusan tamu, begitu juga dengan penilaian secara daring yang mampu mempengaruhi citra hotel dan berdampak pada pengambilan keputusan calon tamu. Terkait dengan kepuasan tamu, salah satu peran penting dalam hotel untuk memberikan layanan yang mengesankan adalah *front office department*, ialah pusat jantung hotel yang memberikan *first and last impression* pada Hotel Grand Hyatt Jakarta.

Kualitas pelayanan akan diteliti menggunakan indikator *SERVQUAL* yang memiliki 5 dimensi untuk dicapai yaitu **Tangibles (Bukti Fisik)** merupakan kualitas pelayanan yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh tamu, **Reliability (Keandalan)** merupakan layanan yang diberikan secara tepat waktu, akurat dan terpercaya, **Responsiveness (Daya tanggap)** merupakan daya tanggap yang mampu mengerti kebutuhan tamu secara cepat, **Assurance (Jaminan)** adalah membangunkan rasa kepercayaan dan keyakinan kepada tamu agar tidak menimbulkan rasa keraguan dan menimbulkan kesetiaan dengan hotel, terakhir adalah **Empathy (Rasa peduli)** yaitu melayani tamu setulus hati, menunjukkan rasa kepedulian dan perhatian agar tamu merasa nyaman. Tujuan menerapkan kualitas pelayanan sesuai dengan indikator *SERVQUAL* adalah untuk mencapai kepuasan tamu yang merupakan respon positif atas kemampuan suatu perusahaan yang telah memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu (Indrasari, 2019: 82).

Berikut adalah *rating* Hotel Grand Hyatt Jakarta yang didapatkan melalui Online Travel Agent:



Gambar 1.1. Penilaian Hotel Grand Hyatt Jakarta dalam berbagai situs Online Travel Agent (OTA)
Sumber: data diolah, Juni 2023



Gambar 1.2. Perbandingan Penilaian Service hotel bintang 5 di Online Travel Agent (OTA)
Sumber: data diolah, Juni 2023

Dalam grafik 1.1 yaitu “Penilaian Hotel Grand Hyatt Jakarta dalam berbagai situs Online Travel

Agent (OTA)”, Hotel Grand Hyatt Jakarta mendapatkan nilai rata - rata keseluruhan sebesar 4.48 / 5 apabila dipersentasekan sebesar 89.6% artinya layanan yang diberikan dari seluruh aspek dalam hotel seperti *food & beverage*, fasilitas, kebersihan dan sebagainya sudah memadai karena sebagian besar penilaian tamu memberikan nilai *excellent* dan juga ulasan positif. Namun pada grafik 1.2 data perbandingan Penilaian *Service* hotel bintang 5 di Online Travel Agent (OTA), Hotel Grand Hyatt Jakarta menduduki peringkat paling rendah diantara kompetitor lainnya dengan kelas bintang yang sama dan masing masing keunikan yang berbeda, seperti Hotel Grand Hyatt Jakarta yang memiliki lapangan tennis dan tema hotel yang berbeda. Namun sesuai dengan data yang diperoleh, artinya Hotel Grand Hyatt Jakarta memerlukan peningkatan khususnya dari sisi *service* yang diberikan kepada tamu untuk mengurangi *gap service quality* dan keluhan yang berupa pengulangan.

Oleh karena itu, Judul ini akan membahas mengenai bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan dengan Indikator SERVQUAL menggunakan dimensi TERRA (*Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance*) sebagai pedoman oleh Hotel Grand Hyatt Jakarta untuk pendekatan pelayanan dengan tamu upaya mencapai kepuasan tamu dan penelitian ini akan dibatasi hanya pada departemen *front office*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Tangible* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta?
2. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Empathy* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta?
3. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Responsiveness* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta?
4. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Reliability* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta?
5. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Assurance* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta?

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Tangible* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta.
2. Untuk mengetahui Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Empathy* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta.
3. Untuk mengetahui Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Reliability* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta.
4. Untuk mengetahui Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Responsiveness* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta.
5. Untuk mengetahui Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Assurance* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Meithiana (2019:54) dan Kotler & Keller (2016:156) dalam Saputri, D (2019) menjelaskan bahwa kualitas merupakan ciri khas yang ditawarkan suatu perusahaan melalui keunikan atau yang menjadikan produk dan jasa menjadi istimewa sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu yang memberikan nilai unggul dibandingkan kompetitor lain. Diikuti dengan pengertian pelayanan menurut Kotler & Keller (2016:422) dalam Djakaria, P, dkk (2023) bahwa pelayanan merupakan suatu hal yang tidak berwujud yang ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Kesimpulan kualitas pelayanan menurut Sulaeman & Krisnawati (2020) dalam Sitorus & Ardiyanti (2023) dan Lewis & Booms dalam Sudana, K, dkk (2021:557) adalah kemampuan perusahaan yang memberikan pelayanan sesuai dengan harapan tamu, dimana kualitas pelayanan merupakan tolak ukur utama atas perbandingan harapan dan kenyataan yang dirasakan sehingga dapat mempengaruhi penilaian terhadap jasa atau produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan akan diukur menggunakan indikator *SERVQUAL*, menurut Zeithaml (2018:125) *SERVQUAL* merupakan salah satu indikator yang paling efektif untuk melakukan survei penilaian tamu terhadap pelayanan yang diberikan. Indikator *SERVQUAL* terbagi menjadi 5 dimensi yang dipecah sebagai berikut (Dr, Chandra, T. Chandra, S. Hafni,

L ; 2020 ; 69 - 76):

1. *Tangible* (Bukti Fisik), merupakan bentuk layanan kepada tamu yang dapat dilihat dan disentuh melalui sarana dan prasarana hotel yang menggambarkan kualitas hotel melalui evaluasi terhadap kerapihan, kebersihan, fasilitas fisik, dan penampilan karyawan yang mencerminkan citra menarik masing masing individu.
2. *Empathy* (Rasa Peduli / Empati), merupakan kemampuan pemberi layanan dengan tulus untuk mendengarkan, memahami, memenuhi kebutuhan atau keinginan, menangani keluhan tamu serta memberikan solusi dengan perhatian dan simpati secara professional yang mampu memosisikan diri sebagai tamu saat menghadapi situasi kurang baik.
3. *Reliability* (Kehandalan), merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara konsisten dan tepat waktu tanpa kesalahan dan juga sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada tamu sehingga mampu membangun kepercayaan tamu. Oleh karena itu, penyedia layanan harus memahami dan mengikuti *Standard of Procedure (SOP)* perusahaan dan mampu mengatasi masalah keluhan tamu untuk menciptakan kemampuan yang handal sesuai dengan harapan tamu.
4. *Responsiveness* (Daya Tanggap), merupakan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat, sigap, dan efektif untuk memenuhi kebutuhan tamu. Dimensi ini membutuhkan kemampuan penyedia layanan yang dapat berkomunikasi dan memiliki inisiatif tinggi dalam menyampaikan informasi secara jelas, serta mengatasi masalah tamu dengan efisien dan bijaksana
5. *Assurance* (Jaminan), merupakan perilaku karyawan, pengetahuan yang luas dan sikap penyedia layanan untuk membangun kepercayaan tamu terhadap layanan yang ditawarkan, yang melibatkan penyedia layanan, khususnya bagian *front office department* agar dapat memberikan pelayanan yang ramah, berkomunikasi yang baik, bertanggung jawab, dan menciptakan suasana positif kepada tamu, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan tamu pada pelayanan dalam hotel.

Selain indikator SERVQUAL terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, menurut Tjiptono (2017:160 - 164) dalam Delis, dkk (2022) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di antaranya adalah sebagai berikut :

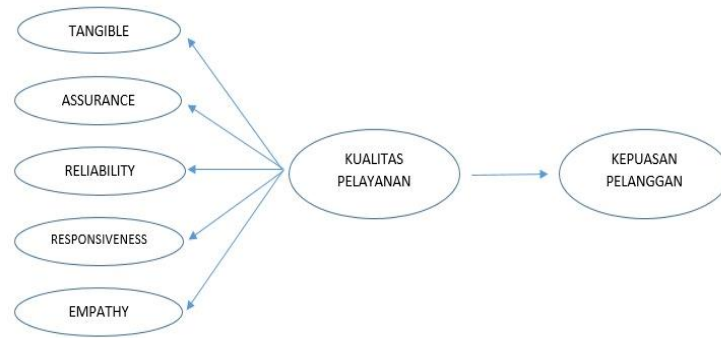
1. Jasa dan layanan produksi adalah *inseparability*
2. Motivasi karyawan dalam perusahaan
3. Dukungan terhadap pihak internal kurang memadai
4. *Gap* komunikasi
5. Memperlakukan semua tamu dengan cara yang sama
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan
7. Visi bisnis jangka pendek

Manfaat dari kualitas pelayanan menurut Manap (Massa & Tumbel:2022) dalam jurnal Ardiyanti & Sitorus (2023) adalah sebagai berikut:

1. Membangun Loyalitas pelanggan
2. Meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang
3. Memiliki kesempatan untuk pemasaran *word of mouth*
4. Memberikan kepuasan pelanggan
5. Meningkatkan reputasi hotel
6. Memiliki nilai unggul dibandingkan dengan pesaing lain

Kepuasan tamu merupakan perbandingan antara harapan dan pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima (*perceived performance*) tidak mendekati penilaian ekspektasi dan harapan, Maka konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa sangat puas, dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat-sangat puas (Kotler, 2019:220). Kepuasan tamu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan (Jasa), Harga, Faktor emosional, dan *efficiency*. (Rosnaini, 2017:78 dalam Noor,V, 2020:28).

Berikut ini adalah gambar dari kerangka penelitian :



Gambar 2. Kerangka Penelitian
 Sumber : Data diolah penulis (2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksanakan di Hotel Grand Hyatt Jakarta yang merupakan hotel bintang 5, terletak di Jalan M.H Thamrin kav 28 - 30 RT.9 / RW.5 Gondangdia, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat 10350 dan dikepalai oleh perusahaan hotel Hyatt dan dimiliki oleh PT Plaza Indonesia Realty Tbk. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari hasil survey angket berupa kuesioner atas perbandingan antara harapan dan kenyataan menggunakan skala likert menggunakan dimensi *SERVQUAL* yang akan menjadi tanggung jawab *front office* department untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, diikuti oleh data tambahan yaitu sumber data sekunder melalui studi Pustaka yang dikumpulkan melalui jurnal atau buku yang berkaitan dengan judul penelitian.

Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan sampel merupakan sampel jenuh dimana seluruh anggota populasi dari *event organizer forever planner* merupakan keseluruhan sampel dikarenakan tamu dari *event organizer* memiliki potensi untuk loyalitas pelanggan apabila penyedia layanan mencapai kepuasan tamu. Kuesioner berisi 30 pertanyaan yang dibagikan kepada 30 tamu dengan kriteria populasi sebagai berikut :

1. Terakhir menginap di Hotel Grand Hyatt Jakarta diatas tahun 2020.
2. Pernah menginap minimal 2 kali.

Total responden yang valid adalah 28 tamu untuk dijadikan sampel penelitian.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode deskriptif menggunakan skala *likert* untuk mengukur tingkat kepuasan responden dengan skala 1 - 5 yaitu skala 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral/kadang kadang), 4 (setuju), 5 (sangat setuju), kemudian data akan dibagi menjadi 2 jenis pertanyaan sebagai perbandingan melalui nilai rata-rata harapan dan kenyataan dari masing - masing dimensi *TERRA* menggunakan rumus menurut Supranto (2001) dalam Prananda,Y. dkk (2019) sebagai berikut:

$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n xi}{n}$ <p>Rumus rata - rata untuk Kenyataan</p>	$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n}$ <p>Rumus rata - rata untuk Ekspektasi</p>
--	---

Keterangan:

\bar{x} : Nilai rata - rata untuk Pertanyaan kenyataan

\bar{Y} : Nilai rata - rata untuk Pertanyaan Ekspektasi

n : Jumlah responden

Untuk pengelolaan data selanjutnya peneliti akan menggunakan rumus (Besterfield, 1998) dalam Prananda,Y. dkk (2019) untuk menghitung hasil kualitas layanan sebagai berikut:

$$Kualitas\ Layanan\ (Q) = \frac{Kenyataan\ (Perceived\ Performance)}{Harapan\ (Expectation)}$$

Dari rumus diatas, apabila hasil $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan dinyatakan baik dan memiliki potensi untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penerapan kualitas pelayanan dalam *front office department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta menggunakan indikator *SERVQUAL* dengan dimensi TERRA untuk melihat dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Data primer berupa survey disebarikan melalui sosial media menggunakan Google Form yang terdiri dari 15 pertanyaan harapan dan 15 pertanyaan kenyataan, kemudian data dikelola untuk mendapatkan nilai rata – rata, dengan cara masing-masing nilai skala dikalikan dengan responden dari masing masing jumlah skala, kemudian di totalkan dan dibagi dengan 28 responden sebagai contoh sebagai berikut :

Tangibles	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Gedung, Interior, dan Kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta selalu bersih, rapih dan fresh			8	15	5	109	3,89286

Maka perhitungan adalah, $(8 \times 3) + (15 \times 4) + (5 \times 5) = 109$

$$= 109 / 28 = 3,89286 \text{ (maka rata – rata yang didapatkan adalah 3,89286).}$$

Berikut adalah nilai rata – rata harapan pada departemen *front office* dalam Hotel Grand Hyatt Jakarta berdasarkan masing masing dimensi TERRA :

Tabel I. Rata – rata dari pertanyaan Harapan

Tangibles	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Gedung, Interior, dan Kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta selalu bersih, rapih dan fresh			1	11	16	127	4,53571
penampilan grooming front office staf yang baik, rapih dan sopan				9	19	131	4,67857
Hotel Grand Hyatt Jakarta menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai			1	14	13	124	4,42857
Reliability	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
front office department melayani tamu dengan cepat dan tepat pada waktunya				13	15	127	4,53571
front office department memiliki kemampuan menjelaskan informasi terkait hotel dengan akurat dan jelas				7	21	133	4,75
Hotel Grand Hyatt Jakarta memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan			1	14	13	124	4,42857

Tabel I. Rata – rata dari pertanyaan Harapan

Responsiveness	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Petugas front office memberikan respon yang cepat dan efisien kepada tamu				10	18	130	4,64286
Front office bertanggung jawab dalam menangani keluhan tamu dan memberikan solusi terbaik			1	11	16	127	4,53571
Front office memiliki daya tanggap dan kemampuan untuk mengerti yang dimaksud tamu dengan cepat				7	21	133	4,75
Assurance	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Front office departmen memberikan kepercayaan kepada tamu				11	17	129	4,60714
Front office department memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik			1	10	17	128	4,57143
Front office staf memiliki sifat atau attitude yang baik dan memuaskan				7	21	133	4,75
Empathy	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Front office department menerima kritik dan saran dengan baik dan sopan dari tamu			1	11	16	127	4,53571
Front office department menangani keluhan tamu dengan tetap tenang, sabar dan tetap tersenyum				9	19	131	4,67857
Front office department memberikan layanan yang sama kepada seluruh tamu tanpa membedakan status				5	23	135	4,82143

Berikut adalah nilai rata – rata kenyataan pada departemen *front office* dalam Hotel Grand Hyatt Jakarta berdasarkan masing masing dimensi TERRA :

Tabel II. Rata – rata dari pertanyaan Kenyataan

Tangibles	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Gedung, Interior, dan Kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta selalu bersih, rapih dan fresh			8	15	5	109	3,89286
penampilan grooming front office staf yang baik, rapih dan sopan			3	19	6	115	4,10714
Hotel Grand Hyatt Jakarta menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai			5	17	6	113	4,03571
Reliability	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
front office department melayani tamu dengan cepat dan tepat pada waktunya			13	13	2	101	3,60714
front office department memiliki kemampuan menjelaskan informasi terkait hotel dengan akurat dan jelas			8	17	3	107	3,82143
Hotel Grand Hyatt Jakarta memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan Cth: check-in dan check-out yang cepat dan handal		2	6	17	3	105	3,75
Responsiveness	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Petugas front office memberikan respon yang cepat dan efisien kepada tamu		1	9	14	4	105	3,75
Front office bertanggung jawab dalam menangani keluhan tamu dan memberikan solusi terbaik			10	13	5	107	3,82143
Front office memiliki daya tanggap dan kemampuan untuk mengerti yang dimaksud tamu dengan cepat			6	15	7	113	4,03571
Assurance	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata

Tabel II. Rata – rata dari pertanyaan Kenyataan

Front office department memberikan kepercayaan kepada tamu			2	22	4	114	4,07143
Front office department memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik			5	15	8	115	4,10714
Front office staf memiliki sifat atau attitude yang baik dan memuaskan			13	11	4	103	3,67857
Empathy	STS (1)	TS (2)	KD (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL	Rata - rata
Front office department menerima kritik dan saran dengan baik dan sopan dari tamu			5	19	4	111	3,96429
Front office department menangani keluhan tamu dengan tetap tenang, sabar dan tetap tersenyum		1	12	12	3	99	3,53571
Front office department memberikan layanan yang sama kepada seluruh tamu tanpa membedakan status			5	17	6	113	4,03571

Setelah mendapatkan jawaban dari responden mengenai Harapan dan Kenyataan, selanjutnya adalah perhitungan kualitas pelayanan dalam masing – masing dimensi TERRA yang dilampirkan dibawah ini.

Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Tangible* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Tabel III. Kualitas Pelayanan dimensi *Tangible*

Tangibles	Harapan	Kenyataan	Kualitas pelayanan	Deskripsi
Gedung, Interior, dan Kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta selalu bersih, rapih dan fresh	4,53571	3,89286	0,85827	Tidak puas
penampilan grooming front office staf yang baik, rapih dan sopan	4,67857	4,10714	0,87786	Tidak puas
Hotel Grand Hyatt Jakarta menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai	4,42857	4,03571	0,91129	Tidak puas

Pertanyaan pertama mengenai mengenai gedung, interior, kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 0,85827 yaitu dibawah 1 dengan gap sebanyak 0,14, artinya belum cukup memuaskan karena gedung, interior dan kamar hotel belum memenuhi kriteria bersih, rapi dan fresh yang dapat diklasifikasikan melalui pemeliharaan kebersihan seperti sanitasi hotel untuk menjaga kesehatan tamu dan menjaga kenyamanan tamu. Diikuti dengan pertanyaan selanjutnya mengenai penampilan *grooming front office staff* yang mendapatkan hasil sebesar 0,87786 dengan gap 0,12 dari 1. Artinya dalam hal ini *grooming* membutuhkan peningkatan dalam berpenampilan diawali dengan perawatan diri karyawan itu sendiri, yaitu hidup bersih dan higienis, kemudian memperhatikan penampilan agar lebih rapi, wangi, menjaga kebersihan seragam dan menggunakan seragam yang lengkap, yang mampu mencerminkan nilai Hotel Grand Hyatt Jakarta. Terakhir adalah mengenai fasilitas yang disediakan Hotel Grand Hyatt Jakarta yang mendapatkan hasil sebesar 0,91129 dengan gap yang sangat sedikit yaitu 0,08 dan mendekati nilai 1, maka dapat dikatakan fasilitas dalam Hotel Grand Hyatt Jakarta sudah cukup lengkap dan memadai, kenyataannya Hotel Grand Hyatt Jakarta sudah menyediakan berbagai macam fasilitas. Gap yang terjadi mampu dipengaruhi oleh situasi saat ini dimana Hotel Grand Hyatt Jakarta sedang melakukan renovasi, maka penilaian belum dapat dikatakan akurat karena *Standard Room / Grand Room* sedang dalam tahap renovasi menjadi *Deluxe room*.

Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Empathy* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Tabel IV. Kualitas Pelayanan dimensi *Empathy*

Empathy	Harapan	Kenyataan	Kualitas pelayanan	Deskripsi
Front office department menerima kritik dan saran dengan baik dan sopan dari tamu	4,53571	3,96429	0,87402	Tidak puas
Front office department menangani keluhan tamu dengan tetap tenang, sabar dan tetap tersenyum	4,67857	3,53571	0,75573	Tidak puas
Front office department memberikan layanan yang sama kepada seluruh tamu tanpa membedakan status	4,82143	4,03571	0,83704	Tidak puas

Pertanyaan mengenai kritik dan saran pada *front office department* mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 0,87402 dengan gap 0,12 dari 1. Hal ini mampu disebabkan respon penyedia layanan yang kurang tepat saat menangani saran dan kritik dari tamu. Salah satu cara untuk menghindari adanya kesalahpahaman adalah melibatkan manajer atau supervisor dan menerima masukan secara lapang dada. Diikuti oleh hasil penanganan keluhan tamu oleh *front office department* sebanyak 0,75573 dengan gap yang cukup besar, sebanyak 0,24 dari 1, mampu disebabkan oleh kurangnya kemampuan petugas untuk mengendalikan emosi dan kesulitan dalam menghadapi keluhan tamu yang dapat dipengaruhi oleh situasi, namun hal ini harus diperbaiki untuk menghindari kesalahpahaman dari tamu. Terakhir adalah pelayanan kepada seluruh tamu tanpa membedakan status dengan gap sebanyak 0,83704 dengan gap sebesar 0,16 dari 1, yang memberikan hasil cukup positif karena memiliki selisih yang sangat sedikit, penyedia layanan harus memberikan pelayanan yang adil kepada seluruh tamu Hotel Grand Hyatt Jakarta baik tamu *event*, *in-house guest*, maupun tamu VIP, untuk menghindari kesalahpahaman melalui respon, sikap dan cara pelayanan yang berbeda karena mampu mempengaruhi citra Hotel.

Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Reliability* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Tabel V. Kualitas Pelayanan dimensi *Reliability*

Reliability	Harapan	Kenyataan	Kualitas pelayanan	Deskripsi
front office department melayani tamu dengan cepat dan tepat pada waktunya	4,53571	3,60714	0,79528	Tidak puas
front office department memiliki kemampuan menjelaskan informasi terkait hotel dengan akurat dan jelas	4,75000	3,82143	0,80451	Tidak puas
Hotel Grand Hyatt Jakarta memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan	4,42857	3,75000	0,84677	Tidak puas

Pertanyaan mengenai kecepatan dan ketepatan waktu dari *front office department* dalam melayani tamu mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 0,79528 dengan *gap* 0,2 dari 1. Diiringi oleh pertanyaan mengenai pelayanan *front office department* sesuai dengan yang dijanjikan mendapatkan hasil sebesar 0,84677 dengan *gap* sebesar 0,15 dari 1. Kedua pertanyaan ini berhubungan satu dengan yang lainnya, hal yang mampu mengakibatkan *gap* ini terjadi adalah suatu kelalaian seperti salah satu contoh konkret adalah keterlambatan pengantaran *luggage* dan tidak sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Pertanyaan selanjutnya mengenai kemampuan *front office department* dalam menyampaikan informasi secara akurat dan jelas mendapat hasil sebesar 0,80451 dengan *gap* 0,19 dari 1, artinya *front office staf* belum mampu menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh tamu secara jelas dan tepat, kemungkinan lainnya juga terdapat miskomunikasi antara tamu dan *staf* sehingga tamu tidak mengerti informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi dua arah harus dipastikan bahwa kedua pihak saling mengerti dan penyedia layanan harus memastikan ulang perihal yang dimaksud tamu.

Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek *Responsiveness* pada *Front Office Department* di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Tabel V. Kualitas Pelayanan dimensi *Responsiveness*

Responsiveness	Harapan	Kenyataan	Kualitas pelayanan	Deskripsi
Petugas front office memberikan respon yang cepat dan efisien kepada tamu	4,64286	3,75000	0,80769	Tidak puas
Front office bertanggung jawab dalam menangani keluhan tamu dan memberikan solusi terbaik	4,53571	3,82143	0,84252	Tidak puas
Front office memiliki daya tanggap dan kemampuan untuk mengerti yang dimaksud tamu dengan cepat	4,75000	4,03571	0,84962	Tidak puas

Respon kecepatan dan efisiensi yang diberikan oleh *front office* mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebanyak 0,80769 dengan *gap* 0,19 dari 1 yang hampir mendekati nilai 0,2. Hal ini mampu diakibatkan oleh kurangnya inisiatif *staff front office* untuk mengambil keputusan atau tindakan dengan cepat sesuai dengan situasi untuk melengkapi kebutuhan tamu tanpa menunda - nunda kewajiban yang harus dipenuhi. Kemungkinan yang dapat mempengaruhi adalah kurangnya *staff front office* seperti *lobby ambassador* yang seharusnya mampu melayani masing – masing tamu contohnya pada saat menunggu antrian *check-in*. Pertanyaan selanjutnya merupakan tanggung jawab *front office department* dalam menangani keluhan tamu dan pemberian solusi mendapatkan hasil sebesar 0,84252 dengan *gap* 0,15 dari 1, hal ini mampu disebabkan oleh situasi tamu yang tidak mendapatkan solusi pada permasalahan sesuai dengan yang diinginkan, sehingga amarah tamu semakin membesar dan tidak dapat dikendalikan. Hal utama dalam menangani keluhan tamu adalah mengendalikan emosi dari masing – masing staf agar mampu memberikan solusi terbaik dengan beberapa pilihan yang paling sesuai dengan keinginan tamu. Pertanyaan terakhir adalah daya tanggap *front office department* yang mampu mengerti maksud tamu secara cepat mendapat hasil sebesar 0,84962 dengan *gap* 0,15 dari 1, selisih ini mampu disebabkan oleh kondisi *staff front office* yang kurang fokus saat mendengarkan permintaan tamu atau penjelasan tamu ataupun perbedaan bahasa sehingga terdapat kekurangan dalam mengerti keinginan tamu.

Penerapan Kualitas Pelayanan sesuai aspek Assurance pada Front Office Department di Hotel Grand Hyatt Jakarta

Tabel VI. Kualitas Pelayanan dimensi Assurance

Assurance	Harapan	Kenyataan	Kualitas pelayanan	Deskripsi
Front office department memberikan kepercayaan kepada tamu	4,60714	4,07143	0,88372	Tidak puas
Front office department memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik	4,57143	4,10714	0,89844	Tidak puas
Front office staf memiliki sifat atau attitude yang baik dan memuaskan	4,75000	3,67857	0,77444	Tidak puas

Pertanyaan pertama mengenai kepercayaan terhadap *front office* mendapatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 0,88372 dengan *gap* 0,11 dari 1, dengan kata lain, tamu belum sepenuhnya percaya kepada *staff front office* oleh tugas dan tanggung jawab yang diberikan, sehingga mampu mengurangi potensi untuk menjadi *loyal customer* yaitu pelanggan. Hal ini diduga oleh ketidaktepatan waktu *staff front office* dalam menyelesaikan tugasnya, tidak menjalankan tugas sesuai permintaan tamu, kesalahan yang dilakukan oleh *staf*, dan berperilaku mencurigakan sehingga tamu tidak dapat mempercayai *staff front office*. Pertanyaan selanjutnya diikuti oleh kemampuan *front office department* dalam berkomunikasi yang baik mendapatkan hasil sebesar 0,89844 dengan *gap* 0,10 dari 1. Kemungkinan yang dapat terjadi adalah miskomunikasi antara pihak hotel dan pihak tamu disebabkan oleh perbedaan persepsi, penyampaian pesan yang tidak tepat dan perbedaan pesan yang diterima. *Staff front office* harus memperhatikan bagaimana respon yang baik terhadap tamu, diawali dengan penggunaan bahasa, ekspresi wajah, intonasi yang sesuai, dan bahasa tubuh yang digunakan dengan tujuan untuk menghindari kesalahpahaman dua pihak dan mampu memberikan kepuasan tamu. Pertanyaan terakhir mengenai sifat atau attitude *front office department* mendapat hasil sebesar 0,77444 dengan *gap* sebanyak 0,22 dari 1, artinya pelayanan yang diberikan *staff front office* belum cukup memuaskan sehingga mampu memberikan dampak yang negatif terhadap citra Hotel. Faktor yang dapat terjadi adalah menghadapi tamu pada saat situasi sedang *hectic* dan petugas hotel tidak mampu memenuhi

kebutuhan tamu dengan cepat sehingga memberikan kesan yang kurang profesional yang mempengaruhi penilaian.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Rata – rata kualitas pelayanan dari dimensi *tangible* adalah 0.88247 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum cukup memuaskan dengan *gap* tertinggi diperoleh dari kebersihan, kerapihan dan ruangan yang fresh dalam Gedung, Interior, dan kamar Hotel Grand Hyatt Jakarta sebesar 0.14 dari 1.
2. Rata – rata kualitas pelayanan dari dimensi *empathy* adalah 0.82226 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum memuaskan dengan *gap* tertinggi sebesar 0.24 dari 1 terhadap cara penanganan *front office department* terhadap tamu yang kurang positif diterima oleh tamu.
3. Rata – rata kualitas pelayanan dari dimensi *reliability* adalah 0.81552 dengan *gap* tertinggi sebesar 0.20 dari 1, diperoleh dari kurangnya kecepatan dan ketepatan waktu penanganan *front office department* terhadap tamu, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum memuaskan.
4. Rata – rata kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness* adalah 0.83327 dengan *gap* tertinggi sebesar 0.19 dari 1, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum memuaskan, disebabkan oleh kurangnya kecepatan respon dan efisiensi *front office department* dalam menanggapi tamu dalam situasi baik maupun tidak baik.
5. Rata – rata kualitas pelayanan dari dimensi *assurance* adalah 0.85220 dengan *gap* tertinggi sebesar 0.22 dari 1 terkait dengan sifat atau *attitude* penyedia layanan yang kurang memuaskan sehingga menghasilkan nilai yang kurang positif.

Saran

Berlandaskan pada keterbatasan yang terjadi dalam penelitian, peneliti memberikan saran bagi para peneliti di masa depan yang berencana menjalankan studi terkait dengan penilaian perusahaan yang sama sebagai berikut :

1. Dimensi *tangible* membutuhkan evaluasi kembali untuk mengurangi *gap* yang terjadi, dengan cara memperhatikan kebersihan dan kerapihan seluruh area Hotel sesuai dengan peraturan yang ditetapkan dalam Hotel Grand Hyatt Jakarta.
2. Dimensi *empathy* membutuhkan evaluasi serta perbaikan untuk mengurangi *gap* yang terjadi, dengan cara memperhatikan respon terhadap tamu, senyuman, menjaga emosi dan melayani seluruh tamu secara tulus tanpa memperlakukan status serta menunjukkan perhatian yang lebih maksimal.
3. Dimensi *reliability* membutuhkan evaluasi dan perbaikan untuk mengurangi *gap* yang terjadi, dengan memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah disepakati dan akurat agar dapat diandalkan, terutama untuk mengurangi keluhan *luggage* yang telah menjadi keluhan pengulangan pada tamu.
4. Dimensi *responsiveness* membutuhkan perbaikan untuk mengurangi *gap* yang terjadi, dengan memiliki daya tanggap dan inisiatif lebih tinggi untuk memperhatikan kebutuhan tamu dengan sigap dan cepat.
5. Dimensi *assurance* membutuhkan perbaikan untuk mengurangi *gap* yang terjadi, dengan mengikuti seminar agar dapat mengontrol sifat yang kurang baik dan berperilaku serta berkomunikasi yang baik sehingga membuat tamu nyaman agar mengurangi *gap* kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan tamu.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam durasi pelatihan di tempat kerja, jumlah responden yang terbatas, serta fokus pada satu departemen (*front office*) dan satu segmen (*event organizer*). Hasil penelitian hanya mencerminkan tingkat kepuasan tamu dalam segmen yang paling peka terhadap kualitas pelayanan. Namun, karena *gap* yang terdeteksi relatif kecil, segmen yang lebih luas memiliki kemungkinan besar bahwa seluruh dimensi telah mencapai tingkat kepuasan tamu. Hal ini membuka peluang kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengamati lebih lanjut dalam durasi yang lebih panjang, dengan lebih banyak responden, dan melibatkan dimensi TERRA dalam departemen lain seperti food & beverage service, housekeeping, atau divisi lainnya, untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kepuasan tamu di Hotel Grand Hyatt Jakarta secara keseluruhan.

REFERENSI

- Lagarense, E. B., Adrah, M., Rondonuwu, J. T. (2023). Pengaruh Sistem *Online Ticketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Travel Sky Conexxion Manado. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 2(1), 141.
- Wardani, D. M. (2020). Internal Komunikasi Pada Pergantian Shift di Novotel Lampung (Masalah, Dampak dan Solusi). *Jurnal Public Relations*, 1(2), 82.
- Purniasih, S., Andiani, D. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pramusaji pada Masa Pandemi Covid-19 di Fire Restaurant W Bali-Seminyak. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5, 344 .
- Zikri, A., Harahap, I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 924.
- Muawanah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7.
- Zeithaml, A., Bitner, Jo., Gremler, D., 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education
- Thung, F. M., Tjahjowidodo, T, B., Wijaya, S. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Bintang 2 dan Bintang 5 di Surabaya: Penerapan *text-mining* atas Ulasan Daring Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15 (1), 6.
- Bagyono. (2020). *Teori dan Praktik ; Hotel Front office*, Jakarta : Alfabeta.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan pelanggan*. Surabaya : unitomo press.
- Djakaria, P. Y. M., Hidayat. D., Prajana. M. A. (2023). Jurnal Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Laundry Djak Clean. *Jurnal e-Proceeding of Art & Design*, 10(2), 1977.
- Dedy, A., Alfandi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4 (1), 20.
- Sitorus, H, D. Ardiyanti, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelayanan dan Loyalitas terhadap Kepuasan Pemakai Jasa, 5 (3), 1047.
- Sudana, K., Anggreni, Y., Indrawan, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kober Mie Setan, 22 (2), 557
- Prinia, D., Fatih, I., Rahmawati, D., (2022). Literature Review *word of mouth* dalam membentuk minat pembelian ulang: Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3, 229.
- Dr, Chandra,T., Chandra, S., Hafni. L., (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan consumer loyalty: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto : CV IRDH.
- Saputri, D. S. R., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Jurnal of Strategic Communication*, 10(1), 48.
- Kotler, P., Keller, L. K., dkk. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Noor, V. F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*, 28.
- Prananda, Y., Lucitasari, R. Khannan, S. (2019). Penerapan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal OPSI*, 12 (1), 1 & 10 - 11.
- Gunawan, E., Sebastian, O. G., Harianto, A. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat *Virtual Hotel Operator* di Surabaya. *Jurnal of Indonesian Tourism Hospitality and Recreation*, 2 (2), 145 & 153.
- Andini, B. F., Amaliasari, N. E., (2019). Analisa Dimensi Pelayanan Butler Dalam Melayani Tamu VIP Pada Hotel X. *Jurnal Eduturisma: Edisi 7*, 4 (1) ; 64 & 81 - 82.
- Julita. P. H., dkk. (2022). Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Generasi Z dalam Menginap di Hotel Four Points, Bali. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1 (1), 8 & 12.
- Apsari, A. F., Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Dimensi Servqual terhadap Loyalitas Tamu Hotel Saraswati. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3 (3), 107 & 116 - 117.