
PERAN *GUEST RELATION OFFICER* DALAM BERINTERAKSI TERHADAP TAMU VIP DI HOTEL THE WESTIN JAKARTA

Rd Rita Ritasari¹⁾, Steffani Ester Renitje T.²⁾

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Jakarta
stefannyester77@gmail.com

ABSTRACT

Social interaction is an exchange between two or more individuals. In hotelier interact with guests is the most important thing as a Guest Relation officer, with interaction Guest Relation will know what is the guest wants. However, Guest Relation officer may have experienced some obstacle when they interact with guest. This study aims to determine Guest Relation role in interact with vip guest, and to determine the efforts undertaken from Guest Relation officer to increase their interaction skill. In the collection and explanation of the data, this study used descriptive qualitative and triangulation methods, in which the authors describe and compare the situation on the topic of discussion in The Westin Jakarta and the data results obtained. Guest Relation officer interaction is good, this addressed by the average recapitulation of vip guests respondents is 4,23 which is rounded to 4 so categorized good due to most of the respondents agree with the statements (5 = strongly agree, 4 = agree, 3 = quite agree, 2 = less agree, 1 =strongly disagree). Vip guest opinion about Guest Relation is good as well, this addressed by the average recapitulation of vip guests respondents is 4,2 which is rounded to 4 categorized good due to most of the respondents agree with the statements (5 = strongly agree, 4 = agree, 3 = quite agree, 2 = less agree, 1 = strongly disagree). In addition, the efforts undertaken by the Guest Relation officer has been enough to interact with vip guest.

ABSTRAK

Interaksi sosial adalah pertukaran antara dua atau lebih individu. Di hotelier berinteraksi dengan tamu adalah hal yang paling penting sebagai petugas hubungan tamu, dengan interaksi Guest Relation akan tahu apa yang diinginkan tamu. Namun, petugas hubungan tamu mungkin mengalami beberapa kendala ketika mereka berinteraksi dengan tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Guest Relation dalam berinteraksi dengan tamu vip, dan untuk mengetahui upaya yang dilakukan dari Guest Relation officer untuk meningkatkan keterampilan interaksinya. Dalam pengumpulan dan penjelasan data, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan triangulasi, di mana penulis menggambarkan dan membandingkan situasi pada topik diskusi di The Westin Jakarta dan hasil data yang diperoleh. Interaksi petugas hubungan tamu baik, ini ditangani oleh rekapitulasi rata-rata tamu vip responden adalah 4,23 yang dibulatkan menjadi 4 sehingga dikategorikan baik karena sebagian besar responden setuju dengan pernyataan (5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = cukup setuju, 2 = kurang setuju, 1 = sangat tidak setuju). Vip guest opinion tentang Guest Relation juga baik, hal ini dialamatkan oleh rekapitulasi rata-rata tamu vip responden adalah 4,2 yang dibulatkan menjadi 4 berkategori bagus karena sebagian besar responden setuju dengan pernyataan (5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = cukup setuju, 2 = kurang setuju, 1 = sangat tidak setuju). Selain itu, upaya yang dilakukan oleh petugas hubungan tamu sudah cukup untuk berinteraksi dengan tamu vip..

Keywords: Interaction, Guest Relation Officer, VIP Guest.

Riwayat Artikel :

Diajukan: 27 Juni 2019

Direvisi: 29 Juni 2019

Diterima: 14 Juli 2019

P E N D A H U L U A N

L a t a r B e l a k a n g

Hotel merupakan bentuk dari akomodasi yang dikelola secara profesional dan komersial yang mempunyai tujuan utama yaitu menyediakan tempat untuk menginap, akan tetapi di jaman modern ini hotel memiliki banyak fasilitas didalamnya antara lain *function room, spa, gym, swimming pool* dan *restaurant*. Salah satu hotel di Jakarta yang mempunyai fasilitas tersebut adalah hotel The Westin Jakarta, hotel The Westin Jakarta merupakan salah satu hotel ber-bintang 5 yang ada di Jakarta, pada hotel The Westin Jakarta terdapat banyak *department* yang membantu berlangsungnya operasional hotel. Salah satunya *Front office department*. *Front office* merupakan tempat yang akan dituju oleh tamu saat pertama kali datang ke hotel. Pada hotel The Westin sendiri pada saat kedatangan tamu VIP biasanya akan disambut khusus oleh *Guest Relation Officer*.

Guest Relation Officer merupakan salah satu bagian dari *department Front office* yang bertugas untuk menangani tamu VIP. *Guest Relation Officer* merupakan salah satu bagian di hotel yang memiliki kecenderungan paling tinggi untuk berinteraksi dengan tamu terutama tamu VIP. maka dari itu menjadi seorang *Guest Relation Officer* harus memperhatikan penampilan dirinya, apakah uniform yang dipakai dalam keadaan bersih, sudah dipakai secara benar, apakah sepatu sudah selaras dengan uniform, dan apakah rambut sudah disisir dengan rapi. Di samping itu harus diperhatikan pula tentang personal behavior atau tingkah laku pribadi pada saat berinteraksi dengan tamu VIP. Seorang *Guest Relation Officer* harus ramah, mudah tersenyum, dan dapat berinteraksi dengan baik dan profesional.

Interaksi merupakan hubungan antara dua orang atau lebih yang aksi dari seorang individu dapat mempengaruhi individu lainnya. Dengan berinteraksi seorang *Guest Relation Officer* dapat mengetahui semua kebutuhan dan keinginan tamu selama menginap di hotel. Dengan berinteraksi, tamu juga akan merasa sangat di perhatikan. seperti dengan memanggil nama tamu VIP setiap kali seorang *Guest Relation Officer* berpapasan dengan tamu. Dalam berinteraksi dengan tamu VIP seorang *Guest Relation Officer* harus mempunyai wawasan yang luas tentang product knowledge hotel dan area internal ataupun external di sekitar hotel dengan mempunyai wawasan yang luas, pada saat tamu bertanya maka seorang *Guest Relation Officer* dapat menjawab dan membantu tamu VIP dan dengan begitu akan mempermudah interaksi antara *Guest Relation Officer* dengan tamu VIP dan tamu pun akan merasa puas dan terbantu saat pertanyaan yang diajukan mempunyai solusi atau jawaban yang memuaskan. Maka dari itu setiap tamu VIP yang datang seharusnya didampingi oleh *Guest Relation Officer* dan disambut dari saat kedatangan hingga saat *check out* pun tamu VIP masih berhubungan dengan *Guest Relation Officer* untuk membantu proses *check out* dan sekaligus berinteraksi dengan tamu untuk mencari tahu apakah tamu VIP puas selama menginap di hotel dan dalam berinteraksi seorang *Guest Relation Officer* juga harus bisa meyakinkan tamu VIP untuk bisa kembali untuk datang dan menginap di hotel.

R u m u s a n M a s a l a h

1. Bagaimana Peran *Guest Relation Officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP?
2. Upaya apa saja yang dilakukan oleh *Guest Relation Officer* agar dapat berinteraksi dengan tamu VIP?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *Guest Relation Officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh *Guest Relation Officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian hotel menurut Ajeng Rahmasari (2006: 20) adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sedangkan (SK Menteri Perhubungan No: Pm 10/Pw 301/Phb 87) definisi hotel: "hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersil, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum. Hotel adalah studi dan praktek efektif serta seni untuk menjalankan bisnis hotel, restoran dan bisnis pariwisata lainnya yang berhubungan dengan bidang perjalanan supaya lebih lancar, nyaman, berkualitas sehingga memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen yang pada tujuannya adalah menghasilkan margin keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan. Tanpa manajemen perhotelan yang efektif, tidak akan ada standar untuk pelayanan di hotel atau agen perjalanan. Manajemen hotel melibatkan kombinasi berbagai keterampilan seperti manajemen pemasaran, pengembangan SDM, manajemen keuangan, keterampilan hubungan antar manusia, ketangkasan, dll. Hotel merupakan generator utama di industri pariwisata. Manajemen hotel

memastikan melibatkan semua operasi termasuk akomodasi, makanan dan minuman dan layanan hotel lainnya dapat berjalan lancar.

Menurut Drs. A. Bambang Sujatno CHA (*Front office Operation*, 194), *Guest Relation Officer* atau yang bisa disebut dengan GRO adalah orang yang bekerja pada suatu hotel tertentu dan bertugas sebagai penghubung antara hotel dengan tamu hotel, menerima semua kritik, saran dan keluhan tamu untuk perbaikan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan tamu hotel. Tugas Utama *Guest Relation Officer* yaitu, *Escorting The Guest*, *Check in* khusus VIP, *Check out* khusus, *Courtesy call*.

Interaksi sosial dalam lingkungan hotel merupakan syarat dalam memberikan pelayanan jasa. Menurut Bonner (dalam Gerungan, 2004) interaksi sosial diartikan suatu interaksi antara dua atau lebih individu, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya. Interaksi sosial menurut Newcomb (dalam Santoso, 2010) mendefinisikan, interaksi sosial adalah peristiwa yang kompleks, termasuk tingkah laku yang berupa rangsangan dan reaksi keduanya, dan yang mungkin mempunyai arti sebagai rangsangan dan yang lain sebagai reaksi. Interaksi sosial menurut Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2007:55) merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian Dan Unit Analisis

Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki

langkah-langkah yang sistematis. Sugiyono (2015 : 2) menyatakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Variabel, Pengukuran Dan Unit Analisis Operasional Variabel

Variabel dan pengukuran variabel Menurut Sugiyono (2015:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah interaksi. Interaksi didefinisikan sebagai objek penting untuk berkomunikasi langsung dengan tamu.

Gambar 1.

Penilaian dalam skala likert.

<u>Bobot</u>	<u>Keterangan</u>
1	<u>Sangat Tidak Setuju</u>
2	<u>Tidak setuju</u>
3	<u>Kurang Setuju</u>
4	<u>Setuju</u>
5	<u>Sangat Setuju</u>

PROSEDUR PENARIKAN SAMPEL

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel agar didapatkan masukan dari tamu VIP dan karena keterbatasan waktu dan biaya apabila melakukan pada seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2015:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Menurut Sugiyono (2015:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi baru representatif (mewakili)”.

Pada penelitian ini, jumlah populasinya adalah sebanyak 165 selama 6 bulan terakhir di tahun 2018 dapat dilihat di tabel 1.1. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik slovin untuk mendapatkan sampel menurut Sugiyono (2015:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel/jumlah responden
- N = Ukuran populasi
- e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20 %

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 165 tamu VIP, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{165}{1 + 165(0,1)^2}$$

$$n = \frac{165}{1 + 165(0,01)^2}$$

$$n = \frac{165}{1 + 1,65}$$

$$n = \frac{165}{2,65}$$

$$n = 62,2$$

Dari total hasil perhitungan adalah sebanyak 62,2 dibulatkan menjadi 62 tamu VIP.

- *Guest Relation Officer* : 5 orang (wawancara)
- Tamu VIP : 62 orang

PROSEDUR PENGUMPULAN DATA

Prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui prosedurnya, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan standar data yang telah ditetapkan dan untuk dapat menghasilkan data yang dibutuhkan maka diperlukan teknik yang sesuai. Dan dalam penelitian ini peneliti

menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik yang dipakai dalam proses pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu dokumentasi, studi pustaka, internet searching.

Gambar 2.

Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

<u>Jenis Data</u>	<u>Sumber Data</u>	<u>Teknik Pengambilan Data</u>	<u>Keterangan</u>
Data Primer	The Westin Jakarta	Observasi	Sejarah, fasilitas, tipe kamar
	Guest Relation Officer	Wawancara	Wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara GRO berinteraksi dengan tamu
	Tamu VIP	Interview dan Kuesioner	untuk mengetahui pendapat tamu vip saat menginap di hotel The Westin Jakarta dan mengetahui respon tamu mengenai upaya GRO dalam berinteraksi
Data Sekunder	Buku Referensi	Studi Pustaka	Teori-teori mengenai GRO dan interaksi
	Dokumentasi	Dokumentasi	Dokumen, Gambar(foto), Rekaman Suara

METODE ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono (2015:244), Analisis data adalah “Proses mencari dan

menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data dilakukan menggunakan versi Miles dan Huberman, dalam Sugiyono (2015: 337) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Aktivitas meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) dan penarikan kesimpulan (verification).

WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian dari bulan April - July 2018 di hotel The Westin Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

The Westin Jakarta adalah hotel Westin pertama di Jakarta yang berlokasi di kawasan Kuningan, Jakarta Selatan. Lokasi dari The Westin Jakarta ini terbilang strategis karena kawasan Kuningan merupakan center kawasan bisnis di Jakarta. Hotel ini berada di gedung Gama Tower yang merupakan gedung pencakar langit dengan ketinggian 285 meter sehingga menjadikan hotel ini tertinggi di Jakarta. Kamar hotel The Westin Jakarta berada di lantai 52-66 dengan memperlihatkan pemandangan kota Jakarta. The Westin Jakarta dibuka pada bulan Agustus 2016. Hotel ini didesain oleh Paula O’Callaghan yang merupakan Senior Director Designer dari Hirsch Bedner Associate (HBA)

Singapore. Pemilik hotel ini adalah Martua Sitorus dan Ganda Sitorus yang merupakan pebisnis ulung bersaudara di Indonesia. The Westin Jakarta mempunyai total 272 kamar yang terbagi menjadi 7 tipe kamar yang berbeda, yaitu:

Gambar 3.
Tipe Kamar.

No	Tipe Kamar	Banyak Kamar	Luas M ²
1	Westin	177	46-48
2	Premium	40	56-59
3	Westin Club	19	46-48
4	Renewal King	23	58
5	Excutive Suite	1	94
6	Westin Suite	1	166
7	Presidential Suite	1	270

Sumber: Data olah primer (2018)

Deskripsi Hasil Survey

The Westin Jakarta mempunyai 3 orang *Guest Relation Officer*, 1 *Guest Relation Supervisor*, dan 1 orang *Guest Relation Manager*. Penulis melakukan wawancara ke 5 karyawan dan penulis membagikan kuisioner profil responden kepada 62 tamu VIP yang merupakan data pribadi masing-masing responden yang mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan alasan menginap di hotel the westin.

Pertama, penulis akan menguraikan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 4.
Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Laki laki	40	64,5%
Perempuan	22	35,5%
Total	62	100%

Sumber : hasil olah data penulis (2018)

Data diatas menunjukan bahwa dari tamu VIP yang menginap di Westin Jakarta 64,5 % adalah laki laki dan sisanya adalah perempuan.

Kedua, tamu hotel terdiri dari berbagai macam umur dari yang muda hingga yang tua. Maka dari itu, penulis akan menguraikan komposisi responden berdasarkan usia.

Gambar 5.
Komposisi Responden Berdasarkan Usia.

Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
≤25 Tahun	9	14,5%
26 – 30 Tahun	17	27,4%
31 – 35 Tahun	16	25,8%
36 – 40 Tahun	10	16,1%
>40 Tahun	10	16,1%
Total	62	100%

Sumber : hasil olah data penulis (2018)

Data diatas menunjukan bahwa tamu VIP di hotel The Westin Jakarta didominasi oleh tamu berusia 26 – 30 tahun ke atas dengan presentase 27,4%, dan selanjutnya oleh usia 31 – 35 tahun, diposisi ketiga oleh usia 36 – 40 tahun keatas dengan jumlah sama rata, posisi terakhir dibawah 25 tahun.

Ketiga, tamu hotel juga mempunyai berbagai macam pekerjaan. Dibawah ini peneliti akan menguraikan komposisi responden berdasarkan status pekerjaan.

Gambar 6.
Komposisi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.

Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Pegawai Negri Sipil/Pemerintahan	9	14,5%
Businessman/Woman	35	56,5%
Wirausaha	13	21%
Lainnya	5	8%
Total	62	100%

Sumber: Hasil olah data penulis (2018)

Dari data diatas menunjukan bahwa status pekerjaan tamu di hotel didominasi oleh karyawan swasta dengan presentase 56,5%, selanjutnya diposisi kedua oleh wirausaha, diposisi ketiga oleh pegawai negri sipil/pemerintahan, dan terakhir oleh lainnya.

Tamu hotel menginap di suatu hotel sudah pasti mempunyai beberapa alasan. Berikut adalah uraian mengenai komposisi responden berdasarkan alasan menginap di hotel The Westin Jakarta.

Gambar 7.
Komposisi Responden Berdasarkan Alasan Menginap Di Hotel The Westin Jakarta

Alasan Menginap	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Bisnis	39	62,9%
Liburan	10	16,1%
Merayakan <i>Anniversary</i>	8	12,9%
Merayakan Ulang Tahun	4	6,5%
Lainnya	1	1,6%
Total	62	100%

Sumber: Hasil olah data penulis (2018)

Dari data diatas terlihat bahwa alasan menginap para tamu VIP yang mendominasi adalah untuk bisnis dengan presentase lebih dari setengah nya yaitu 62,9% dan selanjutnya untuk liburan dengan presentase 16,1%, diposisi ketiga untuk merayakan anniversary 12,9%, keempat untuk merayakan ulang tahun 6,5% , kelima adalah lainnya 1 responden menulis “mengadakan resepsi pernikahan” 1,6%.

Terakhir, penulis memaparkan profil karyawan *Guest Relation* dari tingkat Manager, Supervisor dan *Officer* seperti tertera dibawah ini:

Gambar 8.
Profil Karyawan *Guest Relation* di Hotel The Westin Jakarta

Jabatan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pengalaman bekerja di hotel
<i>Guest Relation Manager</i>	Wanita	31 – 35 Tahun	D3	5 Tahun
<i>Guest Relation Supervisor</i>	Wanita	26 – 30 Tahun	SMA/SMK	10 Tahun
<i>Guest Relation Officer 1</i>	Wanita	26 – 30 tahun	D4	4 Tahun
<i>Guest Relation Officer 2</i>	Wanita	≤ 25 Tahun	S1	2,5 Tahun
<i>Guest Relation Officer 3</i>	Wanita	≤ 25 Tahun	S1	1 Tahun

Sumber: Hasil olah data penulis (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat pengalaman kerja *Guest Relation* selama di dunia hotel paling lama adalah 10 tahun, dan sisanya dibawah 5 tahun.

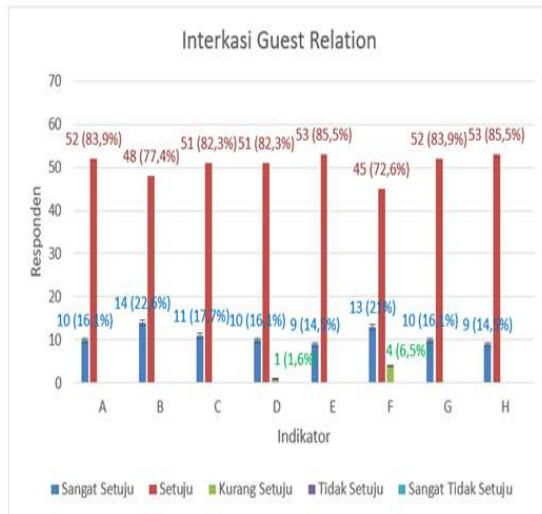
HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian Mengenai Interaksi *Guest Relation* Terhadap Tamu VIP

Berinteraksi merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh *Guest Relation officer* karena dengan berinteraksi *Guest Relation* membangun hubungan dengan tamu dan dapat menggali informasi tentang tamu. Penulis mengambil

data dengan menyebarkan kuisisioner kepada tamu yang menginap di hotel The Westin Jakarta sebanyak 62 tamu VIP. Interaksi yang dimaksud adalah merupakan aspek yang mendasari interaksi sosial yaitu komunikasi, sikap, tingkah laku dan adanya kontak sosial. Data berikut dibawah ini penulis memaparkan data yang diperoleh.

Gambar 9.
Interaksi *Guest Relation*



Sumber: Hasil olah data penulis (2018)

Gambar 10.
Keterangan Jumlah Responden Kuesioner
Interaksi *Guest Relation*

INDIKATOR	SS	S	KS	TS	STS
A	10	52			
B	14	48			
C	11	51			
D	10	51	1		
E	9	53			
F	13	45	4		
G	10	52			
H	9	53			

Sumber: Hasil olah data penulis (2018)

Keterangan:

- Komunikasi
 - A = Kemampuan karyawan GRO dalam membuka percakapan sangat baik
 - B = Kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi sangat mudah dimengerti
- Sikap
 - C = Sikap dan cara berbicara karyawan saat berinteraksi sangat baik
 - D = Saat menerima komplain karyawan dapat bersikap empati dan memberikan solusi dengan cepat
- Tingkah Laku
 - E = Saat mengescourt menjelaskan dengan sangat baik

- F = karyawan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan tamu
- d. Adanya kontak sosial
 - G = Daya ingat karyawan terhadap tamu sangat baik
 - H = Perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada tamu sangat baik

Setelah penulis menghitung kuisioner hasil penilaian dari tamu VIP yang menginap terhadap interaksi *Guest Relation officer* seperti yang tertera oleh gambar 4.1 dan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa dari keseluruhan indikator membuahkan hasil yang baik dan disetujui oleh tamu VIP dengan nilai mayoritas memilih setuju (4). Pertama pada aspek komunikasi, tamu VIP menilai setuju bahwa komunikasi dua arah antara *Guest Relation officer* dan tamu VIP sangat baik yaitu masing-masing sebanyak 52 orang dengan presentase 83,9% dan sebanyak 48 orang dengan presentase 77,4%. Kedua pada aspek sikap, tamu VIP menilai setuju bahwa sikap dan cara berinteraksi *Guest Relation officer* sangat baik yaitu masing-masing sebanyak 51 orang dengan presentase 82,3% dan sebanyak 51 orang dengan presentase 82,3%. Ketiga pada aspek tingkah laku, tamu VIP menilai setuju bahwa tingkah laku *Guest Relation* saat berinteraksi sangat baik yaitu masing-masing sebanyak 53 orang dengan presentase 85,5% dan sebanyak 45 orang dengan presentasi 72,6%. Keempat pada aspek adanya kontak sosial, tamu VIP menilai setuju bahwa tingkah laku *Guest Relation* saat berinteraksi sangat baik yaitu masing-masing sebanyak 52 orang dengan presentasi 83,9% dan sebanyak 53 orang dengan presentase 85,5%.

Dari data yang didapat mengenai interaksi *Guest Relation officer* seperti yang tertera pada gambar 4.1 dan table 4.7, bahwa *Guest Relation officer* dalam berinteraksi kepada tamu VIP sangatlah baik selama bekerja. Tentu nya akan membuat para tamu VIP merasa diperhatikan dan puas dengan interaksi yang diberikan oleh *Guest Relation* dan

membuat tamu VIP ingin kembali menginap di hotel. Disamping penulis membagikan kuisisioner tentang interaksi kepada tamu VIP, penulis juga membagikan kuisisioner mengenai

keseluruhan pengalamantamu VIP selama menginap di hotel The Westin Jakarta dengan 8 pernyataan. Berikut penulis memaparkan data-data tersebut.

Gambar 11
Tamu VIP



Sumber: hasil olah data penulis, 2018.

Gambar 12.

Keterangan Jumlah Responden Tamu VIP

INDIKATOR	SS	S	KS	TS	STS
A	11	49	2		
B	15	47			
C	9	46	7		
D	9	53			
E	10	52			
F	11	51			
G	7	55			
H	9	53			

Sumber: hasil olah data penulis, 2018.

Keterangan:

- A. Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan
- B. Saya senang dengan keramah tamahan karyawan
- C. Anda memiliki pengalaman yang tak terlupakan dengan staff GRO
- D. Pengalaman *check in* yang menyenangkan dan berjalan lancar
- E. Mendapatkan sambutan yang hangat dan menyenangkan dari staff GRO
- F. Anda akan kembali menginap sebagai tamu VIP di hotel The Westin Jakarta

G. Mendapatkan complimentary special treatment sebagai tamu VIP

H. Mendapatkan pelayanan yang istimewa dengan menjadi tamu VIP

Setelah penulis menghitung kuisisioner hasil penilaian dari tamu VIP yang menginap terhadap pendapat tamu VIP selama menginap di hotel The Westin Jakarta maka seperti yang tertera oleh gambar 4.2 dan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa dari keseluruhan indikator membuahkan hasil yang baik dan disetujui oleh tamu VIP dengan nilai mayoritas memilih setuju (4). Pertama, tamu VIP setuju dengan pernyataan puas pada pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Guest Relation officer* yaitu sebanyak 49 orang dengan presentase 79%. Kedua, tamu VIP setuju dengan pernyataan senang dengan keramah tamahan karyawan yaitu sebanyak 47 orang dengan presentase 75,8%. Ketiga, tamu VIP setuju bahwa mereka memiliki pengalaman yang tidak terlupakan dengan *Guest Relation officer* yaitu sebanyak 46 orang dengan presentase 74,2%. Keempat, tamu VIP setuju bahwa mereka memiliki pengalaman *check in* yang menyenangkan dan berjalan lancar yaitu sebanyak 53

orang dengan presentase 85,5 %. Kelima, tamu VIP setuju bahwa kedatangan mereka disambut dengan baik oleh para *Guest Relation officer* yaitu sebanyak 52 orang dengan presentase 83,9%. Keenam, tamu VIP setuju bahwa mereka akan kembali menginap di hotel The Westin Jakarta yaitu sebanyak 51 orang dengan presentase 82,3%. Ketujuh, tamu VIP setuju bahwa mereka mendapatkan *complimentary special treatment* sebagai tamu VIP yaitu sebanyak 55 orang dengan presentase 88,7%. Kedelapan, tamu VIP setuju bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang istimewa dengan menjadi tamu VIP yaitu sebanyak 53 orang dengan presentase 85,5%.

Hasil Penelitian Wawancara Kepada *Guest Relation Officer* Mengenai Upaya Yang Dilakukan Dalam Berinteraksi Terhadap Tamu VIP

Penulis mengambil data dengan mewawancarai 3 orang *Guest Relation officer*, 1 orang supervisor *Guest Relation* dan 1 orang manager *Guest Relation*.

a. *Guest Relation Manager*

Penulis akan menjelaskan dan menyimpulkan jawaban-jawaban yang didapatkan saat wawancara. Dalam seni tata saji, warna merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Pertanyaan pertama yang penulis tanyakan adalah “bagaimana cara *Guest Relation* agar bisa berinteraksi dengan tamu?” menurut terwawancara, cara agar dapat berinteraksi dengan tamu adalah tersenyum ramah sebelum memulai interaksi dan membaca dari situasi dan tanda-tanda kecil yang sedang terjadi kepada tamu pada saat itu juga agar dapat dijadikan bahan pembicaraan sekaligus dapat menggali informasi tentang tamu tersebut contohnya seperti, saat tamu

memesan kendaraan hotel untuk menjemput dia di bandara ke hotel, kita dapat menanyakan “*how was your flight sir/madam?*” seperti itu.

Pertanyaan kedua yang penulis tanyakan adalah “Apakah dengan berinteraksi, *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu?” menurut terwawancara, memang benar bahwa dengan berinteraksi *Guest Relation* dapat mengetahui kebutuhan tamu karena dengan berinteraksi *Guest Relation* bisa membuka topik pembicaraan dan mengetahui detail tentang apa kebutuhan tamu selama menginap di hotel.

Pertanyaan ketiga “Apakah performance *Guest Relation officer* sudah sesuai standart *grooming?*” terwawancara mengatakan bahwa responden tidak memiliki keraguan terhadap *Guest Relation* lainnya dan dirinya sendiri tentang *grooming* standart yang sudah ditetapkan, semua di ikuti dengan sangat baik.

Pertanyaan keempat “Perlu kah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan?” Menurut terwawancara, perlu karena meskipun para *Guest Relation* sudah berpengalaman tetap harus diadakan pelatihan karena dibutuhkan keahlian khusus dalam *communication skill*, *Guest Relation* tidak hanya untuk melayani *check in* dan *check out* saja tetapi lebih kepada membangun personal relationship dengan tamu untuk tau apa kesukaan tamu dan apa tujuan tamu, dan *skill* itu harus di *training*.

Pertanyaan kelima “apakah *Guest Relation officer* sering mendapatkan komplain dari tamu? Dan bagaimana cara menghadapinya?” menurut terwawancara itu adalah hal yang sering dan sudah pasti karena pekerjaan *Guest Relation* salah satunya adalah menangani komplain, cara pertama menangani *complain* adalah tetap tenang, mendengarkan dengan baik sampai selesai, pasang mimik muka tergantung tentang apa yang dirasakan oleh tamu pada saat itu, setelah itu meminta maaf jika memang salah dari pihak hotel dan setelah

itu *offering any solution* dan pilih solusi yang related dengan komplain yang terjadi dengan tamu.

Pertanyaan keenam “Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan *Guest Relation officer* yang memuaskan?” terwawancara menjawab iya pernah dengan cara kita bisa menyentuh hati mereka selama menginap dan membantu kebutuhan yang mereka perlukan selama menginap dan untuk hotel sendiri biasanya mengejar rating di sosial media. Dan terkadang ada beberapa tamu yang juga senang dan mention nama-nama *Guest Relation* yang membantu selama menginap dan langsung mengirim email kepada general manager.

Pertanyaan ketujuh “perluakah selalu diadakan *briefing* setelah selesai operasional?” menurut terwawancara, perlu dan sangat penting karna untuk mengetahui apa yang terjadi di shift sebelumnya dan shift selanjutnya bisa bersiap-siap dan selalu mengetahui apa saja masalah dan yang sudah terjadi dan pada saat *briefing* biasanya para *duty manager* memberikan training tentang *product knowledge* hotel atau training training sikat berupa cara mengangkat telfon dengan benar, cara *greeting* dengan benar dan lain lain.

Pertanyaan kedelapan “materi pelatihan apa saja yang telah diberikan kepada *Guest Relation officer*?” terwawancara menjawab, dari beberapa banyak pelatihan yang paling penting untuk *Guest Relation* adalah *personalized service* yaitu seperti mencari tahu informasi apa kesukaan mereka, membuat *surprise* yang bisa membuat hati tamu tersentuh. Membuat sesuatu yang *personalized* untuk tamu tersebut dan *pure* dari hati. dan satu lagi yang terpenting adalah *communication skill* seperti tanpa disuruh *Guest Relation* sudah mendekati tamu, menyapa, berinteraksi.

Pertanyaan kesembilan “Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja *Guest Relation officer* dalam bekerja?” terwawancara menjawab, sangat perlu, jika

tidak disiplin maka akan mempengaruhi operasional saat kerja.

Pertanyaan kesepuluh “Apakah pelatihan dapat membantu *Guest Relation* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik?” terwawancara menjawab, iya tentu saja, *Guest Relation* jadi lebih mengetahui apa yang harus mereka lakukan.

Pertanyaan kesebelas “Apa dalam standar kerja *Guest Relation officer* sudah sesuai dengan SOP?” terwawancara menjawab, sejauh ini memang sudah sesuai dengan SOP tetapi masih banyak hal hal yang harus di kembangkan, tetapi untuk sekarang cukup.

b. *Guest Relation Supervisor*

Penulis melakukan wawancara dengan supervisor *Guest Relation officer*.

Pertanyaan pertama yang penulis tanyakan adalah “bagaimana cara *Guest Relation* agar bisa berinteraksi dengan tamu?” Caranya, Jika tamu tersebut adalah *1st timer guest* maka yang harus kita lakukan adalah mengenali tamu tersebut dengan bertanya *preferences* tamu tersebut sebagai contohnya: apa tamu tersebut memiliki alergi terhadap bulu, atau mungkin tamu tersebut vegetarian, dll. Jika tamu tersebut adalah *returning guest* maka yang harus kita tanyakan adalah kabar, ingatkan mereka bahwa semua keperluan nya sudah di set up sesuai dengan *preferences* nya dan tanyakan hal hal yang di butuhkan tamu selama ia menginap.

Pertanyaan kedua yang penulis tanyakan adalah “Apakah dengan berinteraksi, *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu?” menurut terwawancara, ya sangat benar dengan berinteraksi dan berkomunikasi dengan tamu banyak hal yang dapat digali dari tamu tersebut, seperti warna kesukaan nya, makanan favoritnya, dan tentunya semua yang mereka suka dan tidak suka.

Pertanyaan ketiga “Apakah performance *Guest Relation officer* sudah sesuai standart *grooming*?” terwawancara

mengatakan bahwa dari performance sudah sesuai dengan standart
Pertanyaan keempat “Perluakah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan?” Menurut terwawancara, sangat perlu karena dengan di adakan nya pelatihan untuk *Guest Relation* akan menambah pengetahuan dan membuat para karyawan lebih terampil lagi dalam bekerja.

Pertanyaan kelima “apakah *Guest Relation officer* sering mendapatkan komplain dari tamu? Dan bagaimana cara menghadapinya?” menurut terwawancara itu adalah hal yang sering dan setiap tamu selalu mempunyai sifat dan kebiasaan yang berbeda. Siapapun tamu tersebut apabila mereka *complaint* langkah yang pasti lakukan adalah mendengarkan, empati terhadap permasalahan yang mereka hadapi, memberikan win win solusi yang menguntungkan kedua belah pihak, dan yang terakhir *apology to guest if necessary* dan jika memang setelah investigasi komplek tersebut bukan berasal dari pihak hotel makawe *dont have to apologize*, tetapi memastikan bahwa hal itu tidak akan terjadi di kemudian hari.

Pertanyaan keenam “Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan *Guest Relation officer* yang memuaskan?” terwawancara menjawab pasti, apabila *service* yang diberikan tersampaikan dengan baik maka otomatis tamu tersebut akan memberikan *feedback* kepada kita.

Pertanyaan ketujuh “Perluakah selalu diadakan *briefing* setelah selesai operasional?” menurut terwawancara, sangat perlu karna untuk mengetahui apa yang terjadi sebelum memulai pekerjaan di shift selanjutnya, dan biasanya ada monthly meeting untuk mereview kinerja selama satu bulan khusus untuk *Guest Relation officer*.

Pertanyaan kedelapan “materi pelatihan apa saja yang telah diberikan kepada *Guest Relation officer*?” terwawancara menjawab, materi pelatihan yang diberikan ada banyak sekali beberapa contoh nya adalah

tentang benefit sebagai spg member, bagaimana menghandel komplain, proses *check in* dan *check out*, pembelajaran mengenai 6 pillars of westin yang akan selalu ditanyakan bila seorang penyelidik dari marriot datang. Tetapi untuk hal yang penting untuk pelatihan *Guest Relation* adalah *personalized skill* dan *communication skill* karena kami berhubungan langsung dengan tamu-tamu VIP.

Pertanyaan kesembilan “Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja *Guest Relation officer* dalam bekerja?” terwawancara menjawab, sangat perlu, tepat dalam waktu adalah hal yang paling penting .

Pertanyaan kesepuluh “Apakah pelatihan dapat membantu *Guest Relation* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik?” terwawancara menjawab, tentu saja, latihan membantu karyawan lebih memahami apa yang mereka lakukan dan harus dilakukan dan akan menghasilkan kebaikan kedepannya untuk hotel jika *service* yang kita berikan sangat memuaskan.

Pertanyaan kesebelas “Apa dalam standar kerja *Guest Relation officer* sudah sesuai dengan SOP?” terwawancara menjawab, sudah sesuai untuk saat ini.

c. *Guest Relation Officer* 1

Penulis melakukan wawancara dengan 1 dari 3 *Guest Relation officer* menyimpulkan semua jawabannya.

Pertanyaan pertama yang penulis tanyakan adalah “bagaimana cara *Guest Relation* agar bisa berinteraksi dengan tamu?” Caranya adalah dengan melihat apa yang sedang dilakukan oleh tamu hal yang paling sering untuk memulai adalah dengan pertanyaan “*how are you?*” tetapi untuk mendukung agar kita dapat dengan mudah berinteraksi adalah dengan memiliki ketrampilan dalam berkomunikasi yang baik.

Pertanyaan kedua yang penulis tanyakan adalah “Apakah dengan berinteraksi,

Guest Relation officer dapat mengetahui kebutuhan tamu?” menurut terwawancara, ya sangat benar dengan komunikasi langsung atau tidak langsung seperti saat melihat gesture tamu, jika sudah melihat tamu tampak lelah dan sakit kami akan menawarkan mereka obat-obatan bahkan sebelum mereka bertanya.

Pertanyaan ketiga “Apakah performance *Guest Relation officer* sudah sesuai standart *grooming*?” terwawancara mengatakan bahwa ya sudah, performa kami adalah bayangan dari standart *grooming* kami yang mana professional, rapih dan mengikuti standart hotel.

Pertanyaan keempat “Perluakah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan?” Menurut terwawancara, sangat perlu training adalah sesuatu yang sangat harus dilakukan paling tidak seminggu sekali, sangat bagus untuk mendapatkan pengetahuan baru and juga mengecek apakah kita sudah mendapatkan semua skill yang dibutuhkan dalam bekerja.

Pertanyaan kelima “apakah *Guest Relation officer* sering mendapatkan komplain dari tamu? Dan bagaimana cara menghadapinya?” menurut terwawancara itu adalah hal itu adalah hal yang sering tapi untuk saya sendiri saya tidak terlalu sering mendapatkan komplain, untuk menghadapi komplain kita perlu skill mendengarkan yang baik dan mempunyai skill dalam memecahkan masalah dengan cepat.

Pertanyaan keenam “Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan *Guest Relation officer* yang memuaskan?” terwawancara menjawab pasti, beberapa dari mereka memposting pujian nya disosial media atau *online travel agent*.

Pertanyaan ketujuh “Perluakah selalu diadakan *briefing* setelah selesai operasional?” menurut terwawancara, sangat perlu karna untuk mendiskusikan masalah yang sedang terjadi sebelum shift berganti dan untuk *over handling* sisa dari

pekerjaan yang belum bisa diselesaikan oleh shift sebelumnya.

Pertanyaan kedelapan “materi pelatihan apa saja yang telah diberikan kepada *Guest Relation officer*?” terwawancara menjawab, materi pelatihan yang diberikan ada banyak sekali beberapa contohnya adalah cara membalas email tamu dengan baik, *communication skill*, *courtesycall*, *elite guest greeting course*, cara memberikan *check in experience* yang baik, pelajaran tentang bahasa yang baik digunakan saat berinteraksi, amenities program untuk para VIP, dan pelatihan in *room check in*.

Pertanyaan kesembilan “Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja *Guest Relation officer* dalam bekerja?” terwawancara menjawab, sangat perlu, *Guest Relation* harus mengikuti SOP yang dibuat oleh hotel untuk mendapatkan kepuasan dari tamu.

Pertanyaan kesepuluh “Apakah pelatihan dapat membantu *Guest Relation* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik?” terwawancara menjawab, tentu saja, latihan yang dilakukan secara regural sangat penting untuk mendapatkan knowledge baru dan untuk melatih pengetahuan yang sudah didapat.

Pertanyaan kesebelas “Apa dalam standar kerja *Guest Relation officer* sudah sesuai dengan SOP?” terwawancara menjawab, ya kami mengikuti SOP setiap saat untuk mendapatkan hasil yang baik dari tamu.

d. *Guest Relation Officer 2*

Penulis melakukan wawancara dengan *Guest Relation officer* kedua yang akan dirangkum dibawah ini.

Pertanyaan pertama yang penulis tanyakan adalah “bagaimana cara *Guest Relation* agar bisa berinteraksi dengan tamu?” terwawancara menjawab bahwa untuk memulai percakapan dengan tamu adalah dengan melihat dan tersenyum kepada tamu dan menawarkan bantuan atau menanyakan kabar, maka dengan seterusnya percakapan akan terus berkembang tergantung dari tamu nya itu

sendiri, karena terkadang ada tamu yang memang tidak suka diajak bicara maka kita harus pintar juga membaca gesture tamu.

Pertanyaan kedua yang penulis tanyakan adalah “Apakah dengan berinteraksi, *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu?” menurut terwawancara, ya sangat benar dengan berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik maka akan mendapatkan informasi yang kita butuhkan dari tamu dan mendapatkan hal apa yang dibutuhkan oleh tamu.

Pertanyaan ketiga “Apakah performance *Guest Relation officer* sudah sesuai standart *grooming*?” terwawancara mengatakan bahwa ya sudah, kami sangat mengikuti SOP yang diberikan oleh hotel.

Pertanyaan keempat “Perluakah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan?” Menurut terwawancara, ya perlu sekali karena dengan training bisa menambah wawasan dan pengetahuan seorang *Guest Relation*.

Pertanyaan kelima “apakah *Guest Relation officer* sering mendapatkan komplain dari tamu? Dan bagaimana cara menghadapinya?” menurut terwawancara, ya itu hal yang biasa untuk *Guest Relation* karena kami yang langsung berhubungan dengan tamu secara personal. Untuk menghadapinya yaitu *dengan listen carefully with an empathy*, meminta maaf jika memang itu kesalahan dari pihak hotel dan mencari solusi terbaik untuk tamu.

Pertanyaan keenam “Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan *Guest Relation officer* yang memuaskan?” terwawancara menjawab pasti, karna target pertama kami adalah untuk mendapatkan komplimen yang baik dan persentase yang baik di elite loyalty member yang berada di *guest survey satisfaction (GSS)* untuk tamu tamu yang sudah sering menjadi *repeater* dan beberapa ada juga yang memberikan komplimen di sosial media.

Pertanyaan ketujuh “Perluakah selalu diadakan *briefing* setelah selesai

operasional?” menurut terwawancara, sangat perlu karna mengetahui apa saja yang terjadi di shift sebelum nya agar kita dapat bekerja dengan lancar dikemudian shift karena sudah mengetahui informasi-informasi yang di *share* saat *briefing*.

Pertanyaan kedelapan “materi pelatihan apa saja yang telah diberikan kepada *Guest Relation officer*?” terwawancara menjawab, untuk materi pelatihan yang diberikan sangat banyak sekali tetapi yang paling penting menurut saya adalah *two-ways communication skill* dan *in room check in* dan pelatihan mengenai amenities pada setiap tamu VIP yang berbeda sesuai dengan kategorinya.

Pertanyaan kesembilan “Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja *Guest Relation officer* dalam bekerja?” terwawancara menjawab, sangat perlu, seorang *Guest Relation* harus sangat disiplin untuk kelancaraan pekerjaan.

Pertanyaan kesepuluh “Apakah pelatihan dapat membantu *Guest Relation* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik?” terwawancara menjawab, iya, karena pelatihan tentang pengetahuan yang penting untuk *Guest Relation* akan sangat bermanfaat untuk kepuasan tamu yang datang ke hotel.

Pertanyaan kesebelas “Apa dalam standar kerja *Guest Relation officer* sudah sesuai dengan SOP?” terwawancara menjawab, ya standar kerja kami sudah sesuai dengan SOP hotel.

e. *Guest Relation 3*

Penulis melakukan wawancara dengan *Guest Relation* yang terakhir dan sudah dirangkum secara singkat seperti dibawah ini.

Pertanyaan pertama yang penulis tanyakan adalah “bagaimana cara *Guest Relation* agar bisa berinteraksi dengan tamu?” menurut terwawancara adalah dengan mendekati tamu dimulai dari *greeting by name* untuk tamu yang sudah regural atau tamu yang menginap dan bertanya pertanyaan umum secara ramah dan

tersenyum. Pertanyaan umum bisa dari “*is this your first time in the westin atau is this your first time in Jakarta?*” untuk *first timer guest* atau “*how was your work today Mr..... is everything went out smoothly today?*” setelah itu akan mudah untuk menggali informasi dan berinteraksi karena kita sudah membuka percakapan dengan ramah.

Pertanyaan kedua yang penulis tanyakan adalah “Apakah dengan berinteraksi, *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu?” menurut terwawancara, ya sangat benar dengan berinteraksi *Guest Relation* dapat menggali informasi apa saja yang dibutuhkan oleh tamu.

Pertanyaan ketiga “Apakah performance *Guest Relation officer* sudah sesuai standart *grooming?*” terwawancara mengatakan bahwa ya sudah sesuai dengan standart *grooming*.

Pertanyaan keempat “Perluakah diadakan pelatihan guna menambah pengetahuan dan keterampilan?” Menurut terwawancara, perlu dan sangat penting karena dengan terus melatih dan menambah pengetahuan dan keterampilan *Guest Relation* akan bekerja dengan maksimal.

Pertanyaan kelima “apakah *Guest Relation officer* sering mendapatkan komplain dari tamu? Dan bagaimana cara menghadapinya?” menurut terwawancara itu adalah hal yang sering karena itu adalah salah satu tugas *Guest Relation* yaitu menangani komplain, untuk menghadapinya adalah mendengarkan dengan baik keluh kesah tamu, meminta maaf, menginvestigasi permasalahan dan memberikan solusi terbaik.

Pertanyaan keenam “Pernahkah tamu memuji terhadap pelayanan *Guest Relation officer* yang memuaskan?” terwawancara menjawab, pernah dan pasti akan memberikan *compliment* jika memang mereka puas dengan apa yang di harapkan. Pertanyaan ketujuh “Perluakah selalu diadakan *briefing* setelah selesai

operasional?” menurut terwawancara, perlu karena untuk meng-*over handel* apa saja yang terjadi dishift sebelum nya dan apa saja yang belum dapat terselesaikan dari shift sebelumnya agar dapat di *follow up* oleh shift berikutnya dan untuk memberikan materi materi singkat tentang pengetahuan yang berguna di *front office department*.

Pertanyaan kedelapan “materi pelatihan apa saja yang telah diberikan kepada *Guest Relation officer?*” terwawancara menjawab, materi yang diberikan ada *check in experience, in room check in proces, communication skill, personalized skill, product knowledge* hotel, dan *how to handel complain*, dan bagaimana memberikan *service* kepada tamu dari hati. Pertanyaan kesembilan “Perluakah menjunjung tinggi disiplin kerja *Guest Relation officer* dalam bekerja?” terwawancara menjawab, ya sangat perlu karena disiplin akan melancarkan pekerjaan antar karyawan.

Pertanyaan kesepuluh “Apakah pelatihan dapat membantu *Guest Relation* dalam melakukan pekerjaan lebih cepat dan baik?” terwawancara menjawab, ya tentu saja, semakin banyak pelatihan yang diberikan dan berhubungan dengan *Guest Relation* akan semakin baik untuk kinerja *Guest Relation* dan akan memberikan kepuasan kepada tamu karena mereka puas dengan pelayanan *Guest Relation*.

Pertanyaan kesebelas “Apa dalam standar kerja *Guest Relation officer* sudah sesuai dengan SOP?” terwawancara menjawab, iya kami sudah menjalankan sesuai dengan SOP yang ditentukan.

Dari data wawancara yang didapat oleh penulis di atas maka penulis akan menyimpulkan informasi tentang upaya-upaya apa saja yang dilakukan oleh *Guest Relation officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP di hotel The Westin Jakarta diantaranya adalah:

1. Memulai interaksi dengan ramah tamah dan senyuman dan

- memperhatikan dari hal kecil yang berada disekitar tamu untuk memulai percakapan yang hangat.
2. Dengan berinteraksi *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu VIP
 3. Selalu diadakan training untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan *Guest Relation officer* agar dapat bekerja maksimal dan memberikan kepuasan kepada tamu terutama *communication skill* dan *personalized skill* yang dibutuhkan agar dapat berinteraksi dengan baik terhadap tamu VIP
 4. Dalam menghadapi komplain saat berinteraksi langsung dengan tamu harus bisa mendengarkan dengan baik dan memberikan mimik wajah yang empati agar tamu merasa seperti di perhatikan dan didengarkan keluhan nya dan juga setelah mendengarkan harus bisa memberikan solusi yang baik dan cepat.
 5. Jika *Guest Relation* memberikan pelayanan dan berinteraksi dengan baik sampai bisa menyentuh hati tamu VIP atau tamu VIP merasa puas maka tamu akan memberikan pujian kepada *Guest Relation*.
 6. *Guest Relation officer* bekerja dengan disiplin sesuai dengan SOP hotel agar dapat memberikan yang terbaik bagi tamu VIP

PEMBAHASAN

Pembahasan Mengenai Interaksi *Guest Relation Officer* Terhadap Tamu VIP

Dari hasil penelitian yang tertera, secara keseluruhan penilaian mengenai interaksi *Guest Relation officer* memiliki penilaian yang baik. Akan tetapi dari ke-4 indikator ada beberapa tamu VIP yang menilai kurang setuju dengan pernyataan

yang diberikan. Pertama adalah pernyataan D yaitu mengenai sikap *Guest Relation* saat menerima komplain dapat bersikap empati dan memberikan solusi yang tepat, kurang di setuju oleh 1 responden dengan presentase 1,6%. Kedua adalah pernyataan F yaitu mengenai karyawan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan tamu, kurang di setuju oleh 4 responden dengan presentase 6,5%.

Dari data mengenai Tamu VIP selama menginap dihotel The Westin Jakarta, untuk secara keseluruhan tamu VIP menjawab pernyataan yang baik dengan setuju. Akan tetapi ada terdapat sebagian kecil tamu yang masih merasa kurang setuju selama menginap dihotel di westin, yaitu pada pernyataan A terdapat 2 responden dengan presentase 3,2% yang kurang setuju bahwa mereka puas dengan pelayanan yang diberikan. Dan pada pernyataan C, terdapat 7 responden dengan presentase 11,3% yang kurang setuju bahwa mereka mempunyai pengalaman yang tak terlupakan dengan *Guest Relation officer*.

Pembahasan Mengenai Upaya-upaya Yang Dilakukan Oleh *Guest Relation Officer*

Secara keseluruhan upaya-upaya yang dilakukan oleh *Guest Relation officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP sudah baik, akan tetapi ada beberapa upaya-upaya yang masih kurang/belum dilakukan oleh *Guest Relation Officer* dalam berinteraksi terhadap tamu VIP diantaranya:

- a. Kurang diterapkan *briefing* khusus untuk *Guest Relation officer* agar dapat me-review kinerja *Guest Relation officer* dalam berinteraksi.
- b. Belum adanya *record* untuk mengetahui dengan siapa *Guest Relation officer* berinteraksi selama shift kerjanya dan *feedback* penting apa saja

yang didapatkan selama berinteraksi dari tamu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Interaksi *Guest Relation officer* adalah baik karena mayoritas pernyataan disetujui oleh tamu VIP. Hal ini ditunjukkan dari hasil rata-rata rekapitulasi responden tamu VIP adalah sebesar 4,17 yang dibulatkan menjadi (4) sehingga dikategorikan baik. Hal ini dibuktikan dengan tabel 4.6 dan lampiran yang berada di halaman 91.
2. Dan untuk tamu VIP selama menginap di Hotel The Westin adalah baik karena mayoritas pernyataan di setujui oleh tamu VIP. Hal ini ditunjukkan dari hasil rata-rata rekapitulasi responden tamu VIP adalah sebesar 4,15 yang di bulatkan menjadi (4) . hal ini dibuktikan dengan tabel 4.7 dan lampiran yang berada di halaman 91.
3. Upaya-upaya yang dilakukan *Guest Relation officer* untuk berinteraksi dengan baik yang sudah tertera pada halaman 83 dan 84, sudah cukup untuk tamu VIP di hotel The Westin Jakarta, diantaranya:
 - a. Memulai interaksi dengan ramah tamah dan senyuman dan memperhatikan dari hal kecil yang berada disekitar tamu untuk memulai percakapan yang hangat.
 - b. Dengan berinteraksi *Guest Relation officer* dapat mengetahui kebutuhan tamu VIP.
 - c. Selalu diadakan training untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan *Guest Relation officer* agar dapat bekerja maksimal dan memberikan kepuasan kepada tamu terutama *communication skill* dan *personalized skill* yang dibutuhkan

agar dapat berinteraksi dengan baik terhadap tamu VIP.

- d. Dalam menghadapi komplain saat berinteraksi langsung dengan tamu harus bisa mendengarkan dengan baik dan memberikan mimik wajah yang empati agar tamu merasa seperti di perhatikan dan didengarkan keluh kesah nya dan juga setelah mendengarkan harus bisa memberikan solusi yang baik dan cepat.
- e. Jika *Guest Relation* memberikan pelayanan dan berinteraksi dengan baik sampai bisa menyentuh hati tamu VIP atau tamu VIP merasa puas maka tamu akan memberikan pujian kepada *Guest Relation*.
- f. *Guest Relation officer* bekerja dengan disiplin sesuai dengan SOP hotel agar dapat memberikan yang terbaik bagi tamu VIP.

Saran

1. Penulis memberikan saran mengenai interaksi *Guest Relation officer* terhadap tamu VIP, yaitu:
 - a. Pada sub variabel sikap:
Saat menerima komplain sebaiknya lebih mendengarkan lebih baik dan memberikan mimik yang berempati kepada tamu, dan sebaiknya diadakan lebih untuk *training how to handle guest complain*.
 - b. Pada sub variabel tingkah laku :
Lebih cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan tamu jika tamu meminta sesuatu sebaiknya segera dilakukan dan selalu di *follow up* dan *courtesy* kepada tamu apakah keinginan nya sudah terpenuhi atau belum, dan selalu menawarkan bantuan setelahnya.
 - c. Tamu VIP
Lebih memperhatikan dan menggali lebih dalam lagi dengan berinterkasi untuk mengetahui

- keperluan tamu dan kesukaan tamu selama menginap agar tamu mendapatkan pelayanan yang puas dan menyenangkan selama menginap di hotel The Westin Jakarta.
2. Penulis juga memberikan saran untuk *Guest Relation officer* untuk meningkatkan upaya-upaya dalam berinteraksi dengan tamu VIP, diantaranya:
 - a. Diterapkan nya secara berkala *briefing* untuk *Guest Relation officer* setidaknya sebulan satu kali, untuk *me-review* pekerjaan *Guest Relation officer* dalam berinteraksi dengan tamu VIP.
 - b. Membuat record interaksi dengan tamu VIP setiap harinya per-shift, apa yang dibicarakan (kesukaan tamu, informasi tamu tentang *special occasion*-nya, apa yang ingin tamu lakukan selama berada dihotel) dan feedback apa saja yang didapatkan dari tamu VIP selama berinteraksi. Lebih banyak membangun interaksi yang lebih dekat secara professional pada tamu atau biasa disebut dengan “*service from the heart*” agar tamu VIP bisa mempunyai pengalaman yang tak terlupakan atau mengesankan dari *Guest Relation officer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Soenarno, 2006. *Front office Management*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ajeng Rahmasari, 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Anorogo, P dan Widiyanti. 1990. *Psikologi Dalam Perusahaan*. Jakarta: Rineka
- Drs. A. Bambang Sujatno CHA, 2008. *Front office Operation*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gerungan, W. A. 2004. *Psikologi Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Slamet. 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sarwono, Sarlito. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiarto, 2002. *Psikologi Pelayanan dan Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.

Yulia Permata Sari, Agus Solikin dan Kris Cahyani, 2014. *Pengaruh Guest Relation Officer Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan*

Informasi Terhadap Kepuasan Tamu di Front office Department Plaza Hotel Kota Bukit Indah Purwakarta [Online] 9 (2), 25 halaman Tersedia: <http://jurnal.stpps.ac.id/index.php/JPI/article/view/57/0>[17 Juni 2018]