Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan
Volume 11, Nomor 3 Desember 2020
p-ISSN: 2086-3306 e-ISSN: 2809-8862

Aktivitas *receptionist* dalam memberikan pelayanan kepada tamu di Luxton Hotel Bandung

[1]Swastono Putro Pirastyo, [2]Astuti
[1,2] Akademi Pariwisata Nasional Indonesia
[1]swastono.p@gmail.com, [2]astutise31@gmail.com

Abstrak

Front Office Department yaitu salah satu department dari hotel yang melayani semua proses mulai dari tamu datang ke hotel baik sebelum check in sampai tamu menyelesaikan pembayaran waktu check out. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas Reception dalam memberikan pelayanan kepada tamu di Luxton Hotel Bandung. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian didapatkan aktivitas receptionist pada saat melayani tamu khususnya check-in dan check out sudah baik tetapi fasilitas atau alat bantunya masih belum mendukung. Sehingga dapat dikatakan aktivitas receptionist di Luxton Hotel Bandung masih belum sesuai dengan standart hotel berbintang dikarenakan masih dalam proses grand opening jadi sistem belum berjalan dengan semestinya, sehingga diharapakan kualitas aktivitas receptionist saat pelayanan yang diberikan oleh karyawan reception kepada tamu tetap dipertahankan dan lebih dioptimalkan untuk kepuasan tamu terhadap pelayanan yang diberikan.

Kata kunci: Houseman, Penataan, Pembersihan

Abstract

The Front Office Department is a department of the hotel that serves all processes starting from the guest arriving at the hotel before checking in until the guest completes payment at check out time. The purpose of this research is to determine Reception activities in providing services to guests at the Luxton Hotel Bandung. The research method uses a qualitative descriptive method. Data sources are primary data and secondary data. Data collection methods are observation, interviews and documentation. The research results showed that the receptionist's activities when serving guests, especially check-in and check-out, were good but the facilities or tools were still not supportive. So it can be said that receptionist activities at the Luxton Hotel Bandung are still not in accordance with star hotel standards because they are still in the grand opening process so the system is not yet running properly, so it is hoped that the quality of receptionist activities when the service provided by reception employees to guests is maintained and further optimized for satisfaction. guests regarding the services provided.

Keywords: *Houseman, Organizing, Cleaning*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu proses berpergian sementara waktu baik dari seseorang maupun lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan keperluan berlibur, kepentingan politik, ekonomi, sosial, budaya, kesehatan maupun hal lain karena ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Sekarang ini banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang dunia hotel dan banyak yang menilai negatif tentang hotel. Sekarang hotel mudah dijumpai dimana-mana mulai dari hotel berbintang satu sampai hotel berbintang lima yang bertujuan memudahkan para wisatawan dalam berpariwisata.

Dunia pariwisata saat ini sangat

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

berkembang pesat, banyak tempat-tempat pariwisata dan jasa-jasa yang dijual untuk orang yang melakukan perjalanan wisata baik dalam negeri maupun luar negeri. Orang yang berpariwisata pasti membutuhkan jasa penginapan atau sering disebut HOTEL. Pengertian hotel menurut Prof. Fred Lawson adalah sebagai tempat tinggal untuk para pengunjung atau pelancong dengan membayar sejumlah uang, dengan dua pelayanan dasar yaitu akomodasi makanan dan minuman. Banyak hotel-hotel besar yang dibangun dengan fasilitas-fasilitas yang mewah.

Front Office Department yaitu salah satu *department* dari hotel yang melayani semua proses mulai dari tamu datang ke hotel baik sebelum *check in* sampai tamu menyelesaikan pembayaran waktu *check out*. Hampir semua kegiatan yang ada di *Front Office* berhubungan dengan tamu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu *Front Office* memiliki fungsi dan aktivitas penting dalam operasional sebuah hotel maupun pengaruh pada *image* perusahaan karena didalamnya mencerminkan baik buruknya perusahaan, baik yang berupa *grooming, greeting* kepada *guest*, sikap kepada *guest* sampai dengan kecepatan dan ketepatan dalam menangani suatu masalah. Karena *Front Office* adalah kesan pertama dari suatu hotel dan bagian yang sangat penting di hotel tersebut. *Front Office* memiliki berbagai macam bagian, seperti bagian pemesanan kamar (*reservation*), pelayanan barang- barang tamu (*bell boy*), pelayanan informasi (*concierge*), pelayanan pembayaran (*cashier*), pelayanan jasa keseketariatan (*business center*) dan yang paling penting penerimaan tamu (*reception*).

Front Office Department khususnya *reception* memiliki peranan penting dalam menunjang kinerja dan besar sekali peranannya terhadap suatu hotel karena seorang *receptionist* adalah bagian operasional sebuah hotel yang tugas utamanya menerima dan melayani tamu yang akan *check-in* dan memprosesnya hingga memperoleh kamar yang diinginkan dengan cara yang menyenangkan. Aktivitas dan kinerja *receptionist* secara operasional berhubungan langsung dengan tamu untuk memberikan pelayanan yang optimal. Pelayanan yang pertama kali diberikan oleh hotel kepada tamu atau konsumen yang datang ke hotel merupakan tugas utama yang dilaksanakan oleh petugas *receptionist*. Petugas *receptionist* tersebut menjadi sangat penting kedudukannya karena dapat menjadi cerminan hotel terhadap para tamu, karena selain memainkan sebagian peran di dalam penyajian jasa, juga mempengaruhi persepsi konsumen dengan cara pelayanan yang diberikan pada tamu.

Menurut pengamatan penulis pelayanan *reception* di *Luxton Hotel Bandung* belum prima baik dari *standart grooming* karyawan, kecekatan karyawan maupun kelengkapan fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada tamu karena masih dalam tahap *grand opening*.

Berdasarkan asumsi tersebut maka diperlukan suatu kajian dan analisis tentang pelayanan yang diberikan oleh staf penerimaan tamu (*reception)* kepada tamu, dalam hal ini diambil kasus di Luxton Hotel Bandung. Kajian serta analisis pelayanan dilakukan di semua segi penerimaan tamu (*reception)* di Luxton Hotel Bandung. Analisis ini dilakukan baik terhadap hal-hal yang sudah bagus dan harus dipertahankan, antara lain cara memberi pelayanan kepada tamu pada saat tamu datang (*check-in)* maupun penanganan keluhan-keluhan terhadap kondisi kamar, pendekatan secara personal kepada tamu, ucapan selamat (*greeting*). Analisis ini juga dilakukan apa saja hal-hal yang masih memerlukan peningkatan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah deskriptif kualitatif Jenis data yang digunakan dalam penulisan adalah dengan kualitatif yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan membaca buku, literature dan tulisan yang berkaitan dengan tata cara/tugas pelayanan bagian *receptionist Front Office Department* yang terkait dengan masalah yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dari buku-buku teori, perpustakaan maupun informasi dari Luxton Hotel Bandung. Sumber data menggunakan data primer dan data

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dan observasi serta data sekunder menggunakan telaah dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara antara pihak peneliti dengan pihak internal hotel yaitu Bapak Abdul Khan sebagai *Night Coordinator* bertempat di *Luxton Hotel Bandung* Jl. Ahmad Yani, Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60235. Pembahasan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mengenai jumlah karyawan yang bekerja di *Luxton Hotel Bandung* dan menurut beliau karena ini masih dalam tahap *grand opening* perekrutan karyawan belum terlalu banyak, sistem belum berjalan dengan semestinya jadi karyawan yang bekerja pada hotel ini masih sekitar 80 orang yakni staf mencapai 60 orang dan sisanya adalah *daily worker*.Jumlah kamar yang ada di *Luxton Hotel Bandung* dan fasilitas yang ada di *Luxton Hotel Bandung* memiliki 226 kamar yang dapat dibagi menjadi yaitu : *Deluxe Double / queen* = 66 kamar; *Deluxe Twin* = 144 kamar; *Deluxe Double Connecting* = 18 kamar; *Deluxe Twin Connecting* = 20 kamar; *Superior* = 12 kamar; *Suite* = 4 kamar Perbedaan antara jenis kamar berikut ini adalah bentuk, luas bangunan dan fasilitas yaitu *Bed (Twin, Double, Single*).

Luxton Hotel Bandung memiliki berbagai fasilitas lain yang menunjang hotel seperti *Mariposa Restaurant, Swallow Tail Café and Lounge, Leopard Gym Fitness Center, Bantimurung Sky Pool and Lounge, Parking Basement, Business Center, Spa, Lobby Lounge*

Proses penjualan kamar di *Luxton Hotel Bandung* juga dibagi menjadi dua yaitu tamu yang berasal dari agen dan tamu personal yaitu tamu yang datang langsung atau reservasi langsung melalui telepon.

Struktur organisasi dan *job description* masih belum dapat diimplementasikan dengan baik, ada beberapa bagian terdapat ketidakkonsistenan, seperti pada bagian *Front Office* terkadang *receptionist* menggantikan *bell driver* sehingga perangkapan tugas masih ada di hotel ini. Sistem penjualan kamar di *Luxton Hotel Bandung* juga dilakukan secara manual, belum memakai sistem komputer jadi semuanya masih dilakukan secara manual

Terkait dengan permasalahan yang biasanya dialami oleh hotel mengenai penjualan kamar yaitu adalah dokumen penjualan, sering adanya dokumen yang terselip sehingga terjadi kesulitan dalam mencarinya. Rangkapan dari dokumen kurang memadai, sehingga perlu dilakukan print berulang. Hal ini akan sangat menyulitkan bagi pihak yang memerlukan dokumen tersebut dalam mengolah data dan membuat waktu tidak efisien. Sering terjadi kesalahan hasil pencatatan penjualan sehingga dalam hasil perhitungan dan laporannya pun tidak seimbang, maka sering dilakukan penyesuaian dan jurnal pembalik. Hal ini tentunya membuat hasil laporan tidak efektif dan efisien. Adanya tamu yang tidak mengakui pembelian pada mini bar dan kerusakan pada barang di kamar hotel sehingga pihak Hotel hanya mampu mentoleransi. Hal ini berdampak pada kerugian hotel.

Aktivitas *Receptionist* di *Luxton Hotel Bandung*

Aktivitas *receptionist* dalam meningkatkan mutu kerja dengan bagian-bagian lain di *Luxton Hotel Bandung* sangat besar pengaruhnya bagi laku tidaknya produk yang terjual di hotel tersebut. Menurut Darsono. *Front Office* lokasinya berada pada bagian depan hotel agar mudah ditemui oleh pihak tamu yang menyatu dengan ruang tunggu hotel atau sering disebut *lobby* hotel. *Front Office* seing diumpamakan sebagai pusat kegiatan hotel (*nerve centre*), sumbu dan hati (*heart*) daripada hotel. Hal tersebut memberi petunjuk betapa pentingnya peranan *Front Office* dari segi pelayanan hotel. Tamu menginap di hotel untuk memperoleh kepuasan yang tidak mereka dapatkan di tempat lain kecuali memalui *Front Office* yang mengkoordinir pelayanan terhadap tamu yang membutuhkan. Jadi kerjasama antar *department*/bagian ini sangat penting dan *Front Office* mengkoordinir pelayanan ini agar tamu merasakan kepuasan karena pelayanan yang cepat dan menyenangkan. Tanpa adanya kerjasama yang baik dalam memberikan pelayanan niscaya pelayanan

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

itu tidak akan memuaskan.

Prosedur *Reception* Dalam Menerima Tamu

Betapa pentingnya peranan seorang *receptionist* dalam menyambut tamu tiba. *Reception* adalah sebagai salah satu dari pimpinan hotel segala pelayanan yang di sajikan mencerminkan pelayan seorang pimpinan. Seorang *receptionist* selalu siap memberikan pelayanan terhadap tamu yang memerlukan bantuan. Senyum dan tata sapa yang menyenangkan selalu harus dimilliki oleh seorang *recepsionist*, terutama terhadap tamu yang baru tiba, sudah barang tentu mereka dalam keadaan lelah dari melakukan perjalanan jauh yang ingin mendapatkan tempat dengan segera. Beberapa hal penting yang perlu diingat sebagai pedoman dalam melayani atau menerima tamu tiba bagi seorang *receptionist* di antaranya adalah:

1. Selalu menyapa tamu dengan penuh senyum menyambut dengan ucapan selamat pagi/siang/sore/ malam sesuai dengan situasi kepada bapak–ibu tamu yang baru tiba.
2. Bila sedang sibuk bekerja atau melayani tamu atau tamu lain yang datang menghampiri *receptionist* jangan lupa menegurnya bahwa akan melayani dengan segera.
3. Usahakan menyapa tamu dengan menyebutkan nama tamu sehingga *receptionist* akan kelihatan lebih akrap dengan tamu.

Adapun beberapa prosedur dalam penerimaan tamu pada saat *reservation* adalah sebagai berikut:

1. Prosedur penerimaan tamu tiba tanpa melalui pemesanan kamar.
   a. Menyambut dan menerima tamu tiba.
      1) Menyapa tamu
      2) Tawaran bantuan
      3) Tanyakan jenis kamar yang diperlukan
      4) Menjelaskan Harga dan sistem pembayaran
      5) Lokasi kamar yang diperlukan
   b. Pendaftaran
      1) Tawarkan bullpen
      2) Membantu pengisian formulir pendaftaran bila diperlukan.
   c. Menentukan Kamar
      1) Tentukan nomor kamar.
      2) Persiapkan kartu tamu dan kunci tamu
      3) Tawarkan pelayanan yang lain, selain kamar seperti : *restaurant*, Bar, Salon, dll.
   d. Memproses data
      1) Membuat slip.
      2) Membuat rekening tamu.
      3) Mencatat pada buku tiba dan berangkat.
2. Proses menerima tamu tiba melalui pemesanan kamar.
   1) Menyapa tamu.
   2) Tawarkan bantuan.
   3) Memeriksa pada slip tamu yang diharapkan tiba.
   4) Tawarkan tamu mengisi kartu pendaftaran.
   5) Berikan tanda kamar yang telah ditentukan.
   6) Persiapkan kartu tamu dan kunci kamar.
   7) Tawarkan pelayanan lainnya selain kamar.
   8) Panggil pelayan *bell boy* agar tamu diantar ke kamar kepada *bell boy*
   9) Memproses data yang sudah dilengkapi.

Keberhasilan atau kemampuan menjual kamar adalah tugas utama dari pada petugas *Front Office* yaitu *receptionist* yang diukur melelui kemampuan menjual kamar dengan hasil yang maksimal. Mengingat kamar sebagai sumber penghasilan terbesar dituntut adanya kemampuan menjual kamar bagi setiap *receptionist* mulai dari penerimaan pemesanan kamar untuk masa yang akan datang, menerima dan menentukan kamar tamu yang tiba tanpa pemesanan dan memastikan harga kamar yang disepakati oleh tamu. Untuk itu diperlukan adanya suatu sistem guna mempermudah dan memperlancar pelayanan terhadap tamu yang berkaitan dengan pemesanan kamar baik secara

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

langsung ataupun beberapa cara pemesanan kamar (Reservasi) adalah sebagai berikut :

1. Sarana Komunikasi:
   a. Telephone
   b. Telegram
   c. Telex
2. Verbal. Yaitu perorangan datang ke hotel dan membuat pemesanan kamar.
3. Surat Pemesanan. Surat pemesanan ini ditunjukan langsung ke *reception* dari *travel agent*, Instansi, perusahaan.
4. Kerjasama antar Hotel dalam reservasi.
5. Perwakilan Hotel itu sendiri (*sales representative*)

Adapun sumber-sumber pemesanan kamar dibedakan menjadi :

1. Individual (Perorangan)

Pemesanan langsung datang ke hotel untuk membuat *reservation* atas nama diri sendiri atau orang lain (tamunya, relasi, famili), dan membayar langsung lewat rekeningnya waktu meninggalkan hotel. Suatu perhatian khusus diperlukan oleh reception karena harus mempergunakan informasi dan teknik yang tepat dalam usaha meyakinkan tamu dan meniungkatkan penghasilan hotel.

2. *Travel Agent* (Biro Perjalanan).

Travel memberikan Hotel *reservation* maupun langganannya baik untuk individu maupun untuk group. Jadi tamu akan diberikan *voucher* oleh *travel agent* yang sudah mengadakan kerjasama atau kontrak dengan pihak hotel tersebut sebagai surat jaminan berhak mendapatkan pelayanan sesuai isi voucher tersebut.

3. Perusahaan-perusahaan angkutan (udara, darat, laut)

Disamping sebagai angkutan yang sangat penting dalam kegiatan wisata, juga sebagai *partner* hotel untuk membantu menambah tingkat penghunian kamar. Tamu dapat melakukan reservasi melalui perusahaan penerbangan disamping pelayanan tiket, baik secara individual, rombongan maupun dalam bentuk paket (*package tour*). Biasanya untuk staff atau penumpangannya.

4. Perusahaan-perusahaan swasta asing negara.

Perusahaan-perusahaan swasta, asing, negara yang dimaksudkan perusahaan dalam hal ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang usaha komersial, baik swasta maupun perusahaan negara, wiraswasta dan kantor pemerintah. Tamu perusahaan ini biasannya sedang melakukan perjalanan untuk urusan bisnis ataupun untuk berlibur dengan keluarga.

5. Kantor-kantor instansi pemerintahan. Biasanya untuk pejabat pusat yang berkunjung ke daerah, ataupun tamu negara sahabat.
6. Organisasi-organisasi Komersil dan sosial. Yaitu dengan adanya kegiatan showbiz, olahraga dll.

Dari berbagai uraian di atas dijabarkan dengan melihat bagian organisasi di *Front Office* ini maka jelas bahwa peranan *Reception* sangat besar bagi *Front Office* dan bagi Hotel.

Reception merupakan salah satu bagian yang memiliki peran sebagai *Front of The House* dalam arena pelayanan yang secara tidak langsung juga berperan sebagai wajah Hotel, selalu berhadapan langsung dengan tamu.

Dalam operasionalnya *Reception* mempunyai peran penting dan misi untuk selalu menjaga nama baik Hotel serta nantinya diharapkan dapat menunjukkan mutu pelayanan yang *First Class*.

Teknik Menjual Kamar (*Selling Technique*).

Menurut Endar Sugiarto & Haryadi (1997 : 25) Tugas utama *Front Office* adalah menjual kamar, oleh sebab itu diperlukan keahlian dari para petugas dibagian *receptionist* sebagai pedagang yang akan menjual barangnya kepada tamu dapat menjalankannya perannya, jiwa dagang mutlak diperlukan agar dagangan dalam hal ini kamar hotel dapat laku dan terjual banyak. Peran dari para petugas Reseption untuk dapat mempengaruhi tamu dalam menentukan pilihannya adalah hal yang tidak mudah. Petugas *Reseption* harus dapat mengetahui dan mengerti akan sifat-sifat tamu, dimana tamu terdiri dari bermacam-macam bangsa yang mempunyai sifat dan kebiasaan yang berbeda-beda. Untuk menawarkan kamar kepada tamu-tamu yang akan tinggal haruslah dilakukan dengan cara

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

yang baik, sopan, ramah tamah, penuh diplomasi, sehingga dapat meyakinkan tamu-tamu untuk mengambil kamarnya. Tujuan hotel adalah kamar dapat terjual banyak, dengan harga kamar yang tinggi dan hotel akan memperoleh keuntungan yang besar. Untuk itu peran para petugas dibagian *reseption* adalah besar sekali dalam menawarkan kamar hotel kepada para tamu-tamu. Dengan keramah tamahan petugas *reseption*, dengan penuh diplomasi, senyum, sopan santun yang baik akan membuat kesan tamu dalam penyambutannya baik, sehingga tamu tidak akan ragu-ragu lagi dalam menentukan pilihannya, yaitu untuk menginap di hotel.

Beberapa langkah dalam menjual kamar dengan baik :

a. *Approach* (pendekatan kepada tamu)

Yang dimaksud dengan *approach* ialah tindakan/langkah petugas *Reception Dac* tamu menuju ke *Counter*, sambut dengan ramah, sopan, senyum dengan mengucapakan : ”selamat pagi / siang / sore / malam ataupun dengan bahasa Inggris bila tamunya orang asing.

Tujuan dari *approach* ialah untuk mendapatkan kesan yang baik dari tamu, menunjukkan bahwa kita telah siap untuk melayani tamu dengan segala keramah tamahan. Kesan pertama tamu adalah sangat penting, petugas reseption berusaha untuk dapat mendapatkan kesan yang baik dari tamunya, sebab bila kesan pertama baik akan banyak mempengaruhi kesan berikut pada *department* lainpun akan sama dimana tamu akan beranggapan bahwa pelayanan di *department* lainpun akan sama dengan pelayanan yang didapat di *Department Front Office*. *Reception* merupakan tempat pertama agar baik terhadap tamu adalah merupakan tugas yang berat dan sangat penting yang harus dilaksanakan dalam menyambut dan menerima tamu.

b. *Presentation and pricing* (penjelasan keadaan kamar dan penetapan harga kamar)

Dalam menawarkan harga kamar kepada tamu yang belum pernah menginap di hotel kita, dan baru pertama akan menginap jelaskan terlebih dahulu tentang keadaan kamar, yaitu :

- Letaknya/lokasi kamar
- Keuntungan yang diperoleh dari kamar tersebut.

Dengan penjelasan tersebut tamu tidak akan terkejut bila diberitahu harga kamarnya. Jangan memberitahukan terlebih dahulu, sebelum tamu memperoleh penjelasan, dengan memberitahukan harga kamar terlebih dahulu akan membuat tamu terkejut dimana harga kamar terlalu mahal. Selalu menawarkan tipe/harga kamar yang terbagus/ termahal, bila tamu keberatan harga kamarnya dirasakan terlalu mahal, berikan/tawarkan kamar yang harganya setingkat lebih rendah, bila harga kamar masih juga terlalu mahal tidak ada pilihan lain untuk menjual tipe/harga kamar yang paling murah. Hal yang penting adalah petugas *reception* harus dapat meyakinkan tamu bahwa harga kamar tersebut akan sesuai dengan nilai kamarnya, dengan demikian dalam menawarkan tipe/harga kamar kepada tamu adalah bermaksud untuk menjual nilai kamarnya kepada tamu dan bukan dari harga kamarnya yang dijual.

c. *Handling Objection* (mengatasi objection)

Petugas *Reseption* yang baik akan cepat menolong tamunya dalam menetukan pilihan kamarnya. Salah satu hal yang mungkin sulit untuk dijawab ialah bila tamu menanyakan ”Harga kamarnya terlalu mahal” Untuk memberikan jawaban kepada tamu, yaitu dengan mengatakan ”Ya” dan memakai teknik ”tetapi”. Sebagai contoh : ”Kami menawarkan dengan harga kamar yang tinggi tetapi Bapak/ibu belum melihat kamarnya”

Untuk mayakinkan kepada tamu maka tunjukkan kamar yang bagus untuk dilihat. Menghindari pertanyaan tamu tentang harga kamar yang mahal, maka secepatnya sodorkan dengan cepat Kartu kepada tamu untuk mengisi, atau tawarkan bantuan petugas *Reseption* untuk mengisi kartu *Registrasi*.

d. *Closing the sale* (menutup jual beli)

Langkah terbaik dalam menutup jual beli ialah dengan menyodorkan Kartu *Registrasi* untuk diisi tamu. Bila tamu telah mengisinya ucapkan terimakasih, dan bila tamu tidak jadi menginap di hotel

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

dikarenakan harga kamar dirasakan terlalu mahal bagi tamu, tetaplah bersikap baik, sopan terhadap tamu tersebut.

Menyiapkan pesanan tamu perorangan.

Petugas *Reception* dalam mentiapkan pesanan kamar tamu perorangan :

a. Meneliti dan membaca *Reservation Slip* yang ada di *Expected Arrival Rack* (bila data kurang jelas dapat dilihat di Koresponden).
b. Memberikan nomor kamar sesuai dengan pesanan tamu, dengan cara :
    1. Menaruh *Blocking Slip* di *Room Rack,* tulis nama Tamunya.
    2. *Menulis Nomor Kamar di Reservation Slip.*
    3. *Me*ngusahakan permintaan khusus tamu dapat terpenuhi, seperti : tamu minta *doubel bed* dsb.

    Usahakan mencari *Guest History Card*, tamu-tamu yang mau tiba, dimana kemungkinan tamu tersebut pernah menginap di hotel. Dengan *History Card* dapat mempercepat proses *check-in*, tamu tidak perlu mengisi secara lengkap *Registration Card*, cukup tanda tangan saja, petugas *Reception* yang akan melengkapi data lainnya berdasarkan data di *History Guest Card*.
c. Bila ada yang pernah tinggal di hotel *Guest History Card* di keluarkan, kemudian di *Reservation Slip* di tulis : ”K OUT” yang artinya : *Guest History Card/Kardex* dikeluarkan. Untuk informasi kepada petugas yang lain dalam menangani *Check-in*.
d. Melihat dan mengetahui situasi kamar pada hari tersebut, misalnya jumlah kamar yang rusak, kosong, *check-out* dsb.
e. Bila pesanan kamar tamu yang akan tiba telah diberikan nomor kamar, petugas *reception* telah siap menerima, menyambut dan mendaftar tamu *check-in*.

Menyiapkan Pesanan Kamar Group (rombongan).

Langkah yang dijalankan bila menyiapkan kamar untuk *Group*, adalah sebagai berikut:

1. Usahakan memberikan kamar dilantai yang sama.
2. **Mengetik *VIP Room Service Requestion Form* untuk *Tour Leader*. Menyiapkan:**
    a. Amplop, diketik : nama group, nama tamu, nomor kamar.
    b. *Guest Card* diketik nama .
    c. Kunci kamar dan Guest Card dimasukkan kedalam amplop.
    d. Susun amplop berurutan diatas baki / Tray.
    e. Mengetik “*Rooming List*”.

Hambatan yang dialami *Reception* dalam Memberikan *Reservation*.

Dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai *Department Front Office Luxton Hotel Bandung* tentunya bagian ini juga menemmukan beberapa kendala- kendala diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Minimnya pengetahuan tentang bahasa Inggris, sehingga sering tamu mengeluh karena apa yang diinginkan tidak sesuai dengan apa yang didapat. Sebagai contoh tamu minta soap yang artinya sabun, bisa diberi sup karena pengucapannya hampir sama. Cara penangannya pihak hotel memberikan kursus bahasa inggris pada karyawan yang kurang menguasai bahasa Inggris. (Wawancara dengan Abdul, Agustus 2015)
2. Penurunan motivasi bagi karyawan yang lama di bagian yang mereka geluti biasanya terjadi karena selama bertahun-tahun mengerjakan pekerjaan yang sama, sehingga dasar pengetahuan dalam menjalankan tugas dengan baik dan benar mulai terlupakan atau menurun intensitas dan kualitas terhadap kinerjanya. Solusinya sebaiknya ada sistem *rolling* terhadap karyawan antar *department.* (Wawancara dengan Rahma, Agustus 2015).
3. Kurangnya peralatan kerja yang memadai sehingga terjadi *complain* (terhubung minimnya peralatan kerja terjadi penumpukan barang yang bisa menyebabkan tamu *complain*, karena

e-ISSN: 2809-8862
p-ISSN: 2086-3306

pelayanan yang kurang cepat. Cara penangananya sebaiknya pihak hotel menyediakan peralatan yang cukup. (Wawancara dengan Lina A, Agustus 2015).

Adapun permasalahan-permasalahan ataupun kendala-kendala yang dihadapi di *Department Front Office Luxton Hotel Bandung* yang dijabarkan di atas bukan merupakan suatu pemasalahan yang diantara sebagai besar permasalahan atau kendala di atas karena kesiapan pihak manajemen Hotel dalam menanggapi permasalahan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas *receptionist* pada saat melayani tamu khususnya *check-in* dan *check out* sudah baik tetapi fasilitas atau alat bantunya masih belum mendukung. Sehingga dapat dikatakan aktivitas *receptionist* di *Luxton Hotel Bandung* masih belum sesuai dengan *standart* hotel berbintang dikarenakan masih dalam proses *grand opening* jadi sistem belum berjalan dengan semestinya.

DAFTAR PUSTAKA

Agusnawar. 2002. *Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel.* Jakarta : Perca Darsono, A. 1992. *Kantor Depan Hotel.* Edisi Revisi. Jakarta : Gramedia Widia Sarana Indonesia

Nasir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia Sihite, R. 2000. *Front Office (Kantor Depan)*. Surabaya : SIC

Sugiarto, E. 2004. *Operasional Kantor Depan Hotel.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sugiarto, E & Hariyadi. 2002. *Manajemen Kantor Depan Hotel.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Tarmoezi, Trizno dan Manurung. 2000. *Profesional Hotel Front Liner*. Jakarta : Visipro Kesainc Blanc