

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TAMU PADA HOTEL CABIN CABANG SUTOMO YOGYAKARTA

Sugiyah¹, Suparman HL²

¹Jurusan Administrasi Perkantoran, Universitas BSI Jakarta
Email:sugiyah.sgy@bsi.ac.id

²Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas BSI Jakarta
Email:suparman@bsi.ac.id

ABSTRACT

Hotels are important facilities that cannot be separated from the tourism sector. The role of the hotel is not only a place to stay for tourists, but also as a place to carry out office and educational activities such as meetings, seminars, marketing presentations, so that the growth of hotel development is increasing. Quality of service in the field of hospitality services is one of the considerations that are often used by guests in choosing hotels. Good service quality is closely related to the implementation of SOPs as a basis for carrying out tasks.

This qualitative descriptive study begins with the implementation of the Standard Operating Procedure (SOP) for guest services at the Sutomo Hotel Yogyakarta branch, the quality of guest services at the Yogyakarta Branch Sutomo Hotel, constraints faced and how to overcome them in providing guest services. Guest SOP services from predetermined reservations, check-in until guests check out fully. Quality of service has an impact on the sale of rooms sold. The results of the data show that during the period January - August 2018 the average number of rooms sold was 519 rooms / month.

Based on the results of the SWOT analysis with IFAS and EFAS matrices obtained strength values (Strengths) - Weaknesses (weakness) = 2.24 -1.43 = 0.81 and opportunity values (Opportunity) - Threats (Treaths) = 2.21 - 0.99 = 1, 22. Thus Cabin Sutomo Hotel has a Quadrant I position so the strategy that needs to be done to increase the number of hotel guests is an aggressive strategy. This is a situation that benefits Cabin Sutomo Hotel because it has the power and opportunity, so that it can make the most of the opportunities available and support aggressive improvement policies. In the SWOT matrix, it was found that the right strategy was the S-O strategy, namely by increasing friendly and fast service and continuing to innovate hotel products, this was supported by the increasing number of domestic and foreign tourists, so that they were potential guests at Cabin Sutomo hotel.

Keywords: Guest service quality, SOP, SWOT

PENDAHULUAN

Dewasa ini bidang pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya

kebutuhan manusia akan rekreasi dan bisnis serta program pemerintah yang melaksanakan peningkatan devisa melalui

sektor pariwisata dengan menetapkan regulasi untuk mendorong bertambahnya wisatawan baik domestik maupun luar negeri. Hal ini yang berdampak pada bisnis perhotelan salah satunya semakin berkembang dengan pesat.

Berkaitan dengan hal tersebut pembangunan sarana pariwisata sangat diperlukan untuk dapat mendukungnya. Hotel merupakan sarana penting yang tidak yang bisa dipisahkan dalam sektor pariwisata. Bahkan peran hotel bukan sekedar sebagai tempat menginap para wisatawan saja, tapi juga sebagai tempat melaksanakan kegiatan kantor dan pendidikan seperti untuk rapat, seminar, kegiatan dalam pemasaran, sehingga pertumbuhan pembangunan hotel semakin meningkat dari mulai yang standar hotel melati sampai hotel bintang 5. Berbagai fasilitas pun ditawarkan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan para tamu hotel.

Yogyakarta, sebagai kota pelajar, budaya, dan wisata dengan memiliki banyak destinasi tentunya menjadi salah kota yang menjadi target kunjungan para wisatawan. Berdasarkan data statistik Dinas Pariwisata DIY, jumlah wisata tahun 2017 mencapai 4,7 juta melampaui dari yang ditargetkan sebesar 4,5 juta jiwa. Sedangkan untuk wisatawan asing mencapai 397.000, ini juga sudah melampaui target yang ditetapkan yakni 387.000 wisatawan. Tentunya ini menjadi salah satu pendorong bisnis perhotelan menjamur di kota Yogyakarta. Di sisi lain, pertumbuhan bisnis perhotelan ini berdampak semakin ketatnya persaingan bisnis perhotelan, sehingga mendorong para pelaku bisnis untuk dapat bersaing dan terus bisa bertahan dalam bisnisnya. Banyak cara yang dilakukan pihak hotel untuk menarik para tamunya.

Faktor yang dipertimbangkan oleh para pengguna jasa dalam memilih hotel diantaranya harga, letak, dan pelayanan. Kualitas pelayanan di bidang jasa perhotelan merupakan salah satu pertimbangan yang sering digunakan oleh tamu dalam memilih hotel tersebut. Kualitas pelayanan yang baik, erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam menarik tamu dan menjaga loyalitasnya agar tetap menggunakan jasanya.

Hotel sebagai bisnis dengan produk jasanya berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas dari mulai layanan tamu reservasi sampai chek out sehingga memberikan kesan yang baik bagi tamu. Apabila tamu hotel merasakan kepuasan dalam mendapatkan pelayanan, namun sebaliknya apabila tamu hotel kecewa dalam pelayanan maka akan berdampak bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan marketingnya.

Demikian halnya dengan Hotel Cabin Cabang Sutomo merupakan salah hotel di kota Yogyakarta yang berada di tengah kota. Letaknya yang strategis saja tidak cukup tapi juga tentunya perlu didukung oleh kualitas pelayanan yang baik dari faktor sumber daya manusianya yang ramah, menguasai *product knowledge*, disiplin, dan cekatan maupun sarana dan prasarananya.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Standar Operating Procedure (SOP) pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta?
2. Bagaimana kualitas pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta?

3. Apa saja kendala yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasi dalam memberikan pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta?

TINJAUAN TEORI

Pengertian Tamu Hotel

Di era sekarang ini fungsi hotel semakin berkembang, tidak hanya sebagai tempat menginap tetapi juga digunakan sebagai sarana lain seperti tempat seminar, rapat, pelatihan dan lain-lain.

Untuk itu hotel dituntut untuk dapat memberikan pelayanan kepada para tamu-tamunya dengan baik. Menurut Agusnawar (2004) mengatakan bahwa tamu hotel merupakan bagian penting dari usaha atau bisnis hotel. Selanjutnya tamu hotel ini dibedakan :

1. *Domestic Tourist*

Adalah para wisatawan lokal atau daerah yang tinggal atau menginap pada suatu hotel, misalnya pada waktu *weekends*, *special function*, dan atau untuk aktivitas lain.

2. *FITS (Free Independent Travellers)*

Adalah tamu yang melakukan perjalanan secara sendiri (individual). dan tidak terikat dalam satu rombongan atau group. Jenis tamu ini melakukan reservasi kamar langsung ke hotel dan umumnya hanya mereservasi kamar (*room only*)

3. *GITs (Group Inclusive Tours)*

Adalah tamu hotel yang melakukan perjalanan secara bersamaan dalam suatu *package tour*. Tamu hotel ini, jika melakukan perjalanan dengan perantara *travel agent*, yang berhubungan dengan penginapan (hotel atau akomodasi), makan, minum, sudah diatur oleh *travel agent* yang

bersangkutan karena mereka sudah membeli dalam bentuk *package*.

4. *SITs (Special Interest Tours)*

Adalah jenis tamu suatu rombongan yang berkunjung ke suatu tempat, biasanya dengan tujuan khusus seperti mengunjungi tempat wisata dan lainnya.

5. *CIPs (Commercially Important Persons)*

Adalah tamu hotel eksekutif dari suatu perusahaan besar yang selalu berpergian dan menginap di hotel yang mewah. biasanya reservasi kamarnya dilakukan oleh seorang sekretaris.

6. *SPATTs (Special Attention Guests)*

adalah tamu hotel yang membutuhkan perhatian lebih atau perhatian khusus, seperti tamu yang sudah tinggal lama dalam sebuah hotel, tamu hotel yang sakit, tamu hotel yang sudah lanjut usia, atau tamu hotel yang cacat dan tamu hotel yang lainnya.

7. *VIPs (Very Important Persons)*

Adalah tamu hotel yang dianggap penting dalam sebuah hotel, seperti : celebrities, tamu-tamu yang menginap di kamar yang harganya mahal, para pejabat pemerintahan, executive dari perusahaan, tamu-tamu yang sering menginap di hotel dan lainnya.

8. *Regular Guest*

Adalah tamu hotel yang menginap di sebuah hotel umumnya tamu tersebut menginap pada sebuah hotel tanpa membuat reservasi terlebih dahulu. contohnya: *businessman* atau *business travellers*. *regular guest*

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Rangkuti (2017) berpendapat bahwa kualitas jasa diartikan sebagai penyampaian jasa yang akan

melebihi tingkat kepentingan pelanggan, yang dipengaruhi oleh jasa yang dirasakan (*perceived value*) dan jasa yang diharapkan (*expected value*)

Banyak ahli memberikan definisi tentang pelayanan. Kotler dalam Rangkuti (2017) berpendapat bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud.

Prasojo dalam Batinggi dan Badu (2011) mengatakan “Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urusan kegiatan yang Terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012) istilah *service* bisa diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Dalam hal ini ada tiga hal yang terkait bisa yaitu jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah *service* menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok). Salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*).

Konsep pelayanan

Menurut Yanti (2013) bahwa “keberhasilan dalam mengembangkan dan

melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatan *attitude, attention dan action*”, dengan mengembangkan pelayanan prima A6 :

1. Kemampuan (*Ability*)

Adalah pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan dan ditekuni untuk menunjang program layanan prima yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi

2. Sikap (*attitude*)

Prilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan

3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan seseorang baik fisik maupun non fisik yang mampu merepleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain

4. Perhatian (*attention*)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritik

5. Tindakan (*action*)

Adalah kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan

6. Tanggung jawab (*accountability*)

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindari kerugian dan ketidakpuasan pelanggan

Pelayanan yang baik atau prima bertujuan mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty* (Rahmayanty, 2013).

Pelanggan melakukan pembelotan atau berpindah umumnya dikarenakan kesalahan dalam memberikan pelayanan dan atau sistem yang digunakan dalam memberikan pelayanan.

Rangkuti (2017:254) memiliki beberapa konsep dasar pelayanan pelanggan, yaitu:

1. Pelayanan pelanggan berdasarkan konsep sikap (*attitude*);
2. Pelayanan pelanggan berdasarkan konsep perhatian (*attention*);
3. Pelayanan pelanggan berdasarkan konsep tindakan (*action*).

Norman dalam Daryanto dan Setyobudi (2014:107) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Selanjutnya menurut Rahmayanty (2013) pentingnya pelayanan prima karena, perusahaan memiliki alasan-alasan sebagai berikut :

1. Mengandung makna ekonomi, ini artinya pelanggan adalah kunci dalam meraih keuntungan.
2. Tempat berkumpulannya orang-orang dan pekerjaan
3. Persaingan yg semakin tajam
4. Pemahaman yang baik terhadap pelanggan

Menurut Parasuraman, Zethaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

reliabilitas (kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali), daya tanggap (kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera), jaminan (pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan), empati (perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman) serta bukti Fisik (penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan dan perlengkapan. Sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan).

Dalam usaha agar tamu hotel / pelanggan dapat merasakan kepuasan maka dalam konteks industri menurut Rahmayanty (2013) diperlukan beberapa kondisi dan usaha, antara lain :

1. Filosofis kepuasan pelanggan
2. Mengenal kebutuhan atau harapan pelanggan
3. Membuat standard an pengukuran kepuasan pelanggan
4. Orientasi pegawai
5. Pelatihan
6. Keterlibatan pegawai
7. Pengakuan

Sedangkan dalam konteks pegawai, unsur pokok yang harus dimiliki pegawai, yaitu:

1. Keterampilan, berdaya guna dan bermutu
2. Efisiensi
3. Ramah dan berwibawa
4. Rasa bangga dan bermental baik
5. Strategi memuaskan pelanggan
6. Bersih

Harapan Pelanggan

Untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan/ tamu atau pelanggan, maka diperlukan pelayanan yang efektif dan efisien, menemukan pelanggan yang tepat, melayani dengan baik sampai menjadi pelanggan yang loyal. Harapan pelanggan menurut Rahmayanty (2013) dibedakan:

1. Harapan pelanggan internal
Harapan ini tercermin dalam semangat kerja para karyawan, yang perlu didukung oleh perusahaan, yang meliputi:
 - a. Kebersamaan dalam semangat kerja
 - b. Struktur, sistem dan prosedur yang jelas dan efisien
 - c. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
 - d. Hubungan kerja yang sehat dan aman serta kepuasan kerja
 - e. Imbalan/penghargaan yang sesuai
2. Harapan eksternal
 - a. Kemudahan dalam memperoleh barang/jasa
 - b. Persyaratan kualitas barang atau jasa
 - c. Harga yang kompetitif
 - d. Cara pelayanan yang tepat, cepat dan ramah
 - e. Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab

Untuk itu dalam memberikan pelayanan menurut Rahmanty (2013) perlu dirancang dengan memperhatikan aspek regulasi pelayanan dan fasilitas pelayanan

Standar Pelayanan

Adapun standar pelayanan menurut Ridwan dan Sudrajat (2009) meliputi:

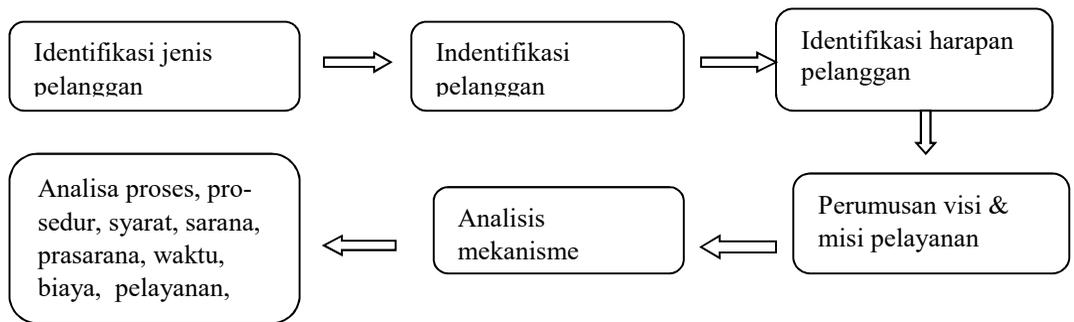
1. Prosedur pelayanan
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

2. Waktu penyelesaian
Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya pelayanan
Biaya atau tarif pelayanan termasuk rincian yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk Pelayanan
Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana
Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggaraan pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Menurut Rahmawaty (2013) mengatakan ada lima hal pokok dalam merancang pemberian pelayanan prima:

1. Regulasi layanan (*service regulation*)
Perlu menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan dan keluhan agar memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan serta berguna menyampaikan produk dan atau jasa perusahaan. Standar pelayanan tersebut disebut SOP (*Standart Operating Procedure*).
Manfaat lain SOP menurut Rahmawaty (2013) adalah :
 - a. Memberikan jaminan kepada masyarakat akan kualitas pelayanan yang dipertanggungjawabn
 - b. Memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan/masyarakat

- c. Menjadi alat komunikasi antara pelanggan dengan penyedia pelayanan dalam upaya meningkatkan pelayanan
- d. Menjadi alat untuk mengukur kinerja pelayanan serta menjadi alat memonitoring dan evaluasi kinerja pelayanan
- e. Untuk standarisasi sehingga mengurangi kesalahan dan kelalaian
- f. Membantu staf lebih mandiri
- g. Meningkatkan akuntabilitas
- h. Menciptakan ukuran standard kinerja
- i. Memperjelas persyaratan dan target pekerjaan
- j. Menyediakan mekanisme informasi dalam perumusan strategi bagi pimpinan



Sumber: Rahmawaty, 2013

Gambar 1. Langkah-langkah penyusunan SOP

2. Fasilitas-fasilitas layanan (*service facilities*)
Yaitu meliputi fasilitas utama dan pendukung, perlengkapan pelayanan, serta akomodasi, *tools*, alat bantu, *product knowledges*, mesin, peralatan, teknologi, WC, ruang, gedung dan sebagainya
3. Peranan Tim pengarah
Tim pengarah adalah penanggungjawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang public relation, atau manajer operasional yang memiliki peranan dalam manajemen pelayanan
4. Mudah, murah, cepat dan manfaat (*simple, cheap, fast-benefit*)

Menghadapi keluhan customer

Keluhan pelanggan adalah hal yang harus cepat ditangani. Apabila dibiarkan

dan berlarut-larut maka akan berdampak pada kesan yang tidak baik. Menurut Rahmayanty (2013), penanganan keluhan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

1. Berikan kesempatan kepada pelanggan mengutarakan kekecewaannya
2. Mendengarkan keluhan secara seksama
3. Ulangi keluhan itu dan dapatkan pemahaman bahwa anda telah mendengarkannya dengan tepat
4. Tunjukkan rasa empati pada pelanggan bahwa Anda mengerti akan kekecewaannya
5. Meminta maaf untuk situasi tersebut
6. Nyatakan siap untuk membantu
7. Sampaikan berapa lama waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah tersebut
8. Periksa informasi

9. Jelaskan pilihan solusi yang dapat memecahkan masalah
10. Sampaikan pada pelanggan apa yang Anda lakukan untuk masalah tersebut
11. Ucapkan terima kasih atas keluhan yang disampaikan

Selanjutnya dalam menanggapi keluhan tersebut, menurut Rahmawaty (2013) berpendapat hendaknya memperhatikan hal-hal berikut ini :

1. Tunjukkan rasa empati
2. Menyampaikan maaf
3. Keseriusan menangani keluhan
4. Ekspresi wajah
5. Gerakan
6. Intonasi suara
7. Menyelesaikan masalah
8. Mengucapkan terima kasih

Analisa SWOT

Menurut Rangkuti (2004) bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam hal ini analisis didasarkan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Sedangkan menurut Richard (2010) mengatakan analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain.

Ada dua faktor dalam SWOT yang memberikan pengaruh yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal ini

mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan/organisasi yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini meliputi lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Sedangkan faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*).

Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Eksternal			
kekuatan	X	X	
Jumlah	X	X	
Ancaman	X	X	
Jumlah	X	X	
Total	X	X	

Sumber : Rangkuti (2004:18)

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang	X	X	
Jumlah	X	X	
Ancaman	X	X	
Jumlah	X	X	
Total	X	X	

Sumber : Rangkuti (2004:18)

Menurut Utama dan Mahadewi (2012) setelah faktor strategi internal diidentifikasi maka perlu dilakukan analisis dengan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Buatlah daftar faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*)
2. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan sehingga total bobot sama dengan Satu
3. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai dengan 4 bagi masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan
4. Kalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menemukan nilai skornya
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi objek

yang dinilai. Jika nilainya 1.5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

Selanjutnya Utama dan Mahadewi (2012) jika faktor-faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman telah diidentifikasi maka selanjutnya dilakukan analisis faktor-faktor strategi eksternal (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dengan tahapan sebagai berikut :

1. Buatlah daftar faktor-faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*)
2. Lakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan sehingga total bobot sama dengan Satu
3. Memberikan peringkat (*rating*) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan

Manajemen dalam melakukan proses pengambilan keputusan strategi hendaknya mempertimbangkan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan, sehingga perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRAEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
---	--	---

Sumber : Rangkuti (2004)

Gambar 2. Diagram Matrik Swot

Berdasarkan matriks SWOT di atas maka diperoleh empat langkah strategi, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO
Adalah strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal
2. Strategi ST
Adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal
3. Strategi WO
Adalah strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal
4. Strategi WT
Adalah strategi ini yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

Fungsi SWOT

Menurut Farel dan Harline (2005) fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan: dari pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Adanya analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang membantu perusahaan mencapai tujuan atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Selanjutnya analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha menetapkan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka / panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternative dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

Jenis-jenis Kuadran SWOT

Menurut Yoeti (2007) menjelaskan jenis-jenis kuadran, meliputi berikut ini :

1. Kuadran I (Strategi Agresif)
Ini merupakan situasi dimana perusahaan dalam kondisi ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif
2. Kuadran II (Strategi Stabilitas)

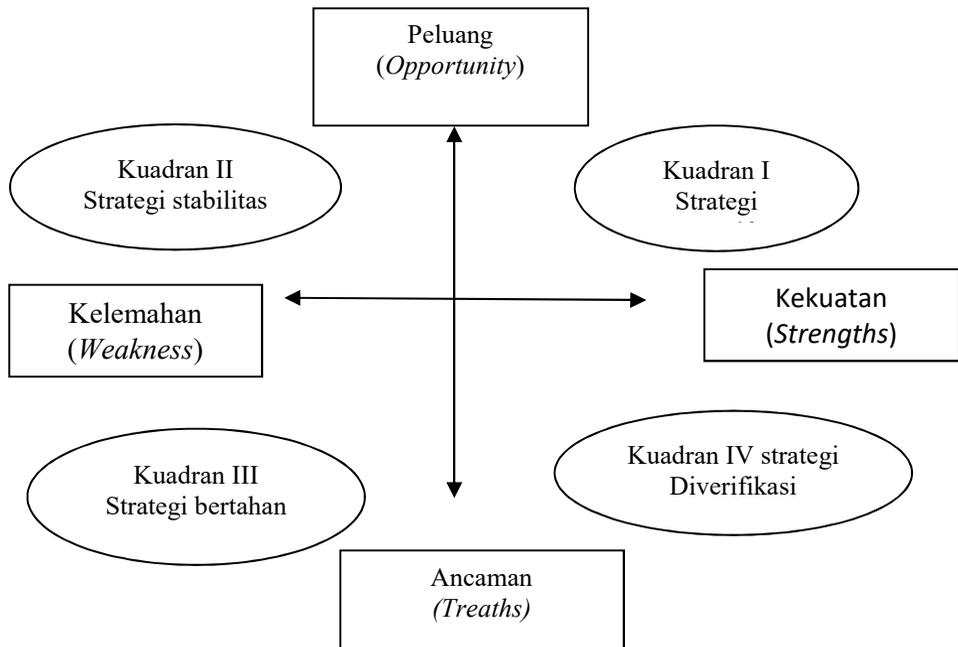
Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar tetapi di lain pihak perusahaan menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

3. Kuadran III (Strategi Bertahan)

Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan sedang menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

4. Kuadran IV (Strategi Diverifikasi)

Walaupun menghadapi berbagai ancaman perusahaan masih memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diverifikasi.



Sumber Yoeti,2007

Gambar 3. Jenis-jenis Kuadran SWOT

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta, yang beralamat di jalan Dr. Sutomo No 2 Yogyakarta.

Sedangkan untuk metode pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi (*Obsevation*)

Penulis mengamati secara langsung mulai dari proses pelayanan tamu, mulai reservasi sampai *check out*

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara tentang penerapan *Standar Operating Procedure (SOP)* pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta, kendala yang dihadapi dan

bagaimana cara mengatasi dalam memberikan pelayanan tamu.

3. Dokumentasi

Dalam metode ini penulis mendapat bahan penulisan dari membaca beberapa buku referensi dan dokumen-dokumen dari pihak hotel

Selanjutnya dalam penelitian ini dilaksanakan secara sistematis dan terukur melalui langkah-langkah secara ilmiah agar hasil penelitian yang bias dipertanggungjawabkan, sehingga memiliki nilai kebenaran cukup tinggi. Penelitian kualitatif deskriptif memiliki kajian keilmiah, prinsip-prinsip, serta asumsi-asumsi fundamental ilmu pengetahuan, memanfaatkan penalaran deduktif yang didukung informasi yang valid selanjutnya diolah untuk dianalisa secara melalui kaidah-kaidah penelitian. Data diperoleh tidak dilakukan manipulasi atau perubahan pada variabel bebas, akan tetapi menunjukkan gambaran tentang suatu keadaan dimana nyata dan terjadi di lapangan.

Penelitian deskriptif kualitatif ini, dimulai dari penerapan *Standar Operating Procedure* (SOP) pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta, pelayanan tamu di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta, kendala yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasi dalam memberikan pelayanan tamu. Selanjutnya dari data tersebut juga dilakukan analisis SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memberikan kepuasan bagi para pelanggan adalah keinginan bagi semua pelaku bisnis, karena dengan pelanggan puas maka akan menjadi loyal. Tentunya tersebut di atas dibutuhkan kualitas pelayanan secara totalitas. Hal ini yang dilakukan oleh Hotel The Cabin Sutomo

sebagai hotel yang menawarkan jasanya kepada para tamunya.

1. *Standard Operating Procedure (SOP)* di Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta

SOP disusun untuk melengkapi peraturan yang di Hotel Cabin cabang Sutomo Yogyakarta, sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para tamu hotel. Berdasarkan buku Pedoman SOP hotel Cabin Sutomo, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Standard Operating Procedure (SOP)* Etika Telepon di bagian Front Office

Etika berbicara melalui telepon:

- 1) Telepon harus sudah dijawab kurang dari tiga kali nada panggilan
- 2) Senyum meskipun Anda berada di telepon
- 3) Duduk atau berdiri tegak
- 4) Gunakan nada suara sopan
- 5) Turunkan kecepatan bicara jika penelpon berbicara terburu-buru
- 6) Hindari nada suara kasar/membentak atau terlalu pelan
- 7) Hindari ungkapan-ungkapan seperti “cek-cek” (mengecap)

Standar cara menjawab telepon:

- 1) Telepon eksternal : memberi salam sesuai dengan waktu.
- 2) Telepon tamu internal : memberi salam sesuai waktu.
- 3) Menjawab panggilan antar departemen : memberi salam, sesuai waktu
- 4) Mentransfer panggilan tamu : Sementara mentransfer panggilan tamu, maka harus mengatakan : “Mohon maaf, saya sedang mentransfer panggilan Anda.

- 5) Menempatkan panggilan tamu ditahan, maka mengatakan” Mohon maaf, ijin saya untuk “hold” panggilan Anda saya akan mencari informasi yang anda butuhkan

Dalam menjawab telepon yang harus diperhatikan adalah mendengarkan dengan seksama dan membuat catatan tertulis yang akurat ketika berbicara dengan si penelpon. Informasi yang harus dicatat meliputi :

- 1) Tanggal dan waktu panggilan
- 2) Nama orang yang dipanggil
- 3) Nama orang penelpon
- 4) Nomor telepon pemanggil
- 5) Pesan yang disampaikan

b. *Standard Operating Procedure (SOP) Kewajiban dan Larangan Front Office*

- 1) Memastikan sikap yang ramah dan sopan bagi setiap staf hotel
- 2) Menyapa semua orang yang dijumpai dengan senyum dan sapaan Ketika tamu menanyakan arah atau tempat, jadilah pemandu jalan, bukan hanya memberi arah menuju tempat tersebut
- 3) Jangan pernah mengatakan kepada tamu bahwa sedang lelah, jam kerja yang panjang atau sudah ingin pulang
- 4) Menjaga area kerja selalu bersih
- 5) Ambil kotoran-kotoran apapun, yang dilihat (di lantai atau di meja)
- 6) Lakukan tindak lanjut permintaan tamu
- 7) Dengarkan keluhan tamu/permintaan dengan hati-hati, jika diperlukan buat catatan

rincian dan jangan membantah atau menyela

- 8) Jangan mendiskriminasikan terhadap siapapun, baik secara kebangsaan, ras, agama, warna kulit, jenis kelamin atau penampilan. Berikan perlakuan yang sama baik kepada tamu hotel
 - 9) Jangan menghina/mengejek/membicarakan tamu
 - 10) Jangan memberi janji yang melebihi wewenang
 - 11) Jangan berdebat dengan tamu
 - 12) Selalu tetap tenang bila tamu memarahi
 - 13) Hindari menanggapi dengan sikap permusuhan dan membenarkan diri sendiri
 - 14) Jangan menjanjikan yang mustahil, lebih baik menawarkan pilihan alternatif
 - 15) Tulis laporan setiap kejadian pada buku Log atau sampaikan kepada atasan, hal ini akan memernah menginap sebelumnya dibantu memperbaiki pelayanan di kemudian hari
- c. Saat *Tamu* Datang
- 1) Senyum, salam, sapa Resepsionis langsung berdiri saat tamu datang dan mengucapkan salam atau *greeting*: Selamat pagi/selamat siang sambil tangan santun di depan dada di bawah dagu
 - 2) Menanyakan kepada tamu apakah sudah menginap sebelumnya di Hotel Cabin atau menanyakan apakah sudah melakukan reservasi

- sebelumnya dan apabila sudah reservasi melalui internet mintalah bukti voucher dari bookingan internet (*Agonda, Booking.com* atau melalui pegi-peggi)
- 3) Melakukan proses registrasi

Saat harus melakukan proses registrasi, hal ini untuk memastikan bahwa pendaftaran tamu sesuai dengan standar hotel dan juga untuk mengumpulkan data atau informasi penting tamu dan yang perlu diperhatikan saat tamu *check in* adalah :

 - a) Jumlah tamu, pastikan tidak melebihi kapasitas kamar
 - b) Tanyakan nama lengkap tamu
 - c) Tanggal dan jam *check in*
 - d) Tanggal dan jam *check out*
 - e) Jenis kamar
 - f) Harga kamar
 - g) Jumlah kamar
 - h) Metode pembayaran
 - i) Rencana *breakfast*
 - j) Scan KTP untuk tamu lokal, dan paspor untuk warga negara asing
 - 4) Bagi Tamu yang belum pernah menginap di Hotel Cabin

Apabila tamu belum pernah menginap dan juga belum pernah melakukan registrasi maka staff FO harus menjelaskan konsep *check in* dan *check out* *freel* dan jenis atau type room yang ada dan apabila tamu ingin *extend* juga bias untuk yang harian atau jam-jaman dan untuk 1 jam pertama berbeda dengan 2 jam kedua, ketiga atau keempat dan setelah *extend* 5 jam baru diakumulasikan *extend* untuk per delapan jam.

 - 5) Setelah bill/nota pembayaran FO tamu diminta untuk menandatangani sebagai bukti untuk meverifikasi bahwa rincian yang dimasukkan pada computer adalah benar dan FO juga meminta tamu untuk mengecek jam untuk *check in* dan *check out* adalah benar
 - 6) Sebelum proses bill/nota ditandatangani oleh tamu, FO mempersilahkan tamu untuk menunggu di ruang lobby atau ruang tamu sambil diberikan *welcome drink* dan handuk dingin (Osi Bhoni)
 - 7) Setelah tamu menandatangani bill dan menikmati *welcome drink*, staf mengantar tamu sambil membawakan barang-barang milik tamu serta membawakan *free snack basket* untuk tamu
 - 8) Setelah mengantar tamu serta meletakkan barang-barang tamu, staff menyalakan TV, AC dan menjelaskan fasilitas kamar lainnya dan pamit sambil menutup pintu perlahan-lahan.
- d. Reservasi (*reservation*)
- Pemesan kamar hotel adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh calon tamu hotel untuk memesan kamar dan fasilitas lain yang diperlukan untuk masa yang akan datang.
- Jenis-jenis reservasi di Hotel Cabin:
- 1) Melalui *booking online*

- Adalah metode atau cara yang digunakan oleh tamu dalam melakukan pemesanannya melalui agen *online* (misalnya agoda, *booking.com* dan *pegi-peggi*)
- 2) Melalui telepon
Adalah metode atau cara yang digunakan oleh calon tamu dalam melakukan pemesanan lewat telepon langsung ke hotel
 - 3) Melalui pesan BB atau FB
Adalah metode atau cara yang digunakan oleh tamu dalam melakukan pesanan seperti pesawat telepon hanya saja pesan lewat BB atau FB dengan pesan singkat
 - 4) Personal reservasi / *walk in*
Pesanan kamar untuk dengan dating langsung dan biasanya pembayaran dilakukan untuk jumlah harga kamar sebelum mereka menempati.

Dalam menerima reservasi FO harus memperhatikan hal-hal berikut ini:

- 1) Memberikan salam sesuai waktu setempat dan menyebutkan identitas diri dan berbicara dengan sopan dan jelas
- 2) Mencatat nama lengkap tamu yang akan menginap hotel
- 3) Mencatat jam dan tanggal kedatangan serta keberangkatan tamu
- 4) Mencatat nama pemesan, alamat dan nomor telepon
- 5) Tanyakan pembayarannya kapan dan kalau akan ditransfer, informasikan jumlah uang yang harus ditransfer, berapa rekeningnya dan atas nama siapa

dan menyebutkan nomor rekeningnya

- 6) Tidak lupa untuk menginfokan dibelakang jumlah uang yang ditransferkan dan ode dengan cara memberi tiga digit nomor telepon terakhir tamunya. Misalnya untuk kamar big seharga Rp 300.000,00 jadi penulisannya Rp 300.600 dan 600 adalah nomor bookingan tamu/ no reservasi
 - 7) Diinformasikan kepada tamu setelah melakukan transfer mohon konfirmasi ke bagian reservasi guna pengecekan atau bukti transfer ditunjukkan saat tamu check in sebagai tanda bukti
 - 8) Setelah melakukan transaksi dan reservasi tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada tamu yang telah melakukan reservasi dan kami tunggu untuk kedatangannya besok di Hotel Cabin, selamat siang/pagi/malam dan selamat melanjutkan aktivitas kembali bapak/ibu
- e. *Standard Operating Prosedure (SOP)* Saat tamu melakukan *late check out*
Late check out adalah waktu harus meninggalkan kamar atau sudah waktunya untuk *check out* tetapi tamu menginginkan penambahan waktu tertentu sehingga jam check out tamu melebihi ketentuan waktu yang diberlakukan. Jika tamu menginginkan *late check out* maka yang akan dilakukan FO adalah:
- 1) Apabila tamu berada di dalam kamar, Fo mengetuk pintu dan

- memberitahukan kepada tamu bahwa setengah jam lagi sudah waktunya check out dan diinformasikan kalau tamunya menghendaki untuk *extend* bisa langsung ke resepsionis untuk melakukan administrasi kembali
- 2) Apabila tamunya di luar hotel bisa menanyakan via HP tamu dan menanyakan bahwa setengah jam lagi sudah waktunya check out dan FO menawarkan kepada tamunya apakah ingin *extend* dan *available room* atau di check outkan, kalau tamunya menginginkan *extend* kondisi sudah *full booked* maka ditawarkan merapikan barang-barang dan disimpan di ruang FO dengan informasi kalau keluar kamar bapak/Ibu telah dibook oleh tamu lain
 - 3) FO juga wajib menginfokan kepada tamu bahwa akan dikenakan biaya tambahan baik untuk *extend* per-jam maupun *extend* harian dan jumlah nominalnya berbeda dean untuk penghitungannya dimulai dari awal kembali tergantung dari *extend* berapa jam dan type atau jenis room apa yang dipakai. Misalnya untuk *extend* jam-jaman bisa antara 1 jam sampai 4 jam dan untuk 1 jamnya harga sesuai dengan *type roomnya*. Dalam hal ini langkah sebelumnya FO menginformasikan bisa atau tidaknya untuk *extend full day* (24 jam). FO memastikan terlebih dahulu untuk *available room*-nya atau ketersediaannya kamar karena jangan sampai terjadi *double booking* dengan tamu yang telah melakukan pemesanan melalui telepon maupun via internet.
- f. *Standart Opereting Prosedure (SOP)* Tamu melakukan *check out*
- 1) FO memberikan salam sesuai dengan waktu dan menyampaikan apakah ada yang bisa dibantu.
 - 2) Setelah tamu memberi kalau ingin *check out* dan butuh bantuan untuk menurunkan tas-tasnya. FO langsung menginformasikan kepada *housekeeping* bahwa kamar nomor 102 misalnya akan *check out* dan minta bantuan untuk menurunkan barangnya
 - 3) Sebelum masuk kamar *housekeeping* mengetuk pintu 3 kali dan menyebutkan diri (*housekeeping/room service*) dan apabila tidak ada tamu *Housekeeping* bisa langsung masuk dengan membuka kunci kamar yang diserahkan FO
 - 4) Apabila di dalam ada tamunya *housekeeping* memberi salam dengan ramah dan sopan serta menyampaikan siap membantu untuk membawa turun barang-barang tamu untuk *check out*
 - 5) *Housekeeping* juga membantu tamu untuk mengecek barang-barang tamu, barangkali masih ada barang tamu yang tertinggal serta memeriksa barang-barang hotel ada yang rusak atau terbawa tamu atau hilang dan

- melaporkan kepada FO untuk ditindaklanjuti kalau ada barang yang hilang atau rusak
- 6) Housekeeping juga memastikan kamar untuk mematikan semua lampu dan TV yang ada di kamar
 - 7) Setelah *housekeeping* membawa barang-barang tamu untuk disimpan kedalam mobil/, *housekeeping* memastikan kembali kepada tamu kalau barang-barangnya apakah sudah benar dan tidak ada yang tertinggal dan kalau *housekeeping* sudah memastikan tidak ada yang tertinggal lagi, *housekeeping* kemudian mengucapkan terima kasih kepada tamu atas kunjungannya di Hotel Cabin dan mengharapkan di lain waktu agar kembali sambil mengucapkan selamat jalan.
- g. *Standard Operating Procedure (SOP)* Pengalokasian kamar, *upgrade* dan *downgrade*
- 1) Membiasakan dengan tipe kamar di hotel Cabin
Contoh :
 - Small Cabin - Lantai I
 - Big Cabin - Lantai II
 - Family Cabin – Lantai III dan seterusnya
 - 2) Verifikasi kamar
Pada waktu check ini, verifikasi kepada tamu tentang katagori kamar yang khusus telah disediakan. Lantai yang lebih tinggi, kamar dengan pandangan khusus, small cabin
 - 3) Alokasi kamar
- Pada saat check in, pastikan bahwa kamar yang dialokasikan untuk tamu sesuai dengan jenis kamar yang dipesan: tarip kamar, *available*, gender tamu, sumber resetvasi, view, sejarah tamu, status VIP, jika kamar yang diminta tidak dapat disediakan karena tidak siap maka harus mencari kamar alternative yang semirip mungkin, menginformasikan kepada tamu tentang waktu yang dibutuhkan untuk memberikan cabin yang diminta dan memeriksa kama
- 4) Permintaan umum
 - a) Tamu berpasangan diberikan tempat tidur *king size*, buka tempat tidur *twin*
 - b) Kelompok tamu dari perusahaan yang sama diberikan jenis kamar yang sama dan lantai yang sama untuk kenyamanan mereka
 - c) Kamar bermasalah hanya diberikan terakhir, jika terpaksa
 - 5) Pertimbangkan pilihan lain
 - a) Lakukan *room upgrade* jika Anda tidak memiliki pilihan lain yang tersedia
 - b) Setiap room upgrade kamar harus disetujui Supervisor
 - 6) Menangani situasi *downgrade*
Jika satu-satunya kamar yang tersedia merupakan room downgrade, jelaskan hal tersebut kepada tamu, perbedaan dua jenis kamar tersebut dan selisih harga keduanya
 - 7) Tamu yang memiliki kebutuhan khusus perlu perhatian lebih dari petugas hotel

h. Standard Operating Procedure (SOP) Penangan tamu group di Front Office

Harus dipastikan bahwa kamar yang diminta telah siap pada saat kedatangan group sesuai dengan daftar pemesanan kamar yang dikirim oleh *travel agent/ perusahaan*

Kedatangan pre (satu atau dua hari sebelum kedatangan tamu group)

- 1) Daftar tugas harus siap sesuai dan disetujui oleh manajer atau supervisor
- 2) Baca sesuai group folder/kontrak
- 3) Lihatlah semua profil tamu, sejarah dan komentar khusus jika ada
- 4) Membuat catatan dari semua tamu, termasuk tamu dengan kebutuhan khusus
- 5) Memastikan waktu kedatangan dan keberangkatan group
- 6) Periksa ulang tanggal kedatangan dan keberangkatan dengan benar disisipkan kedalam pemesanan group
- 7) Periksa semua kelompok reservasi untuk kode rate, tariff kamar, paket meal terpasang dan pastikan intruksi yang sesuai dengan kontrak group
- 8) Cetak daftar rooming yang dikirim oleh travel agent/ perusahaan dan cross check jumlah orang yang menempati ruang benar. Jika diminta membuat pembagian pemesanan sesuai dengan instruksi penagihan

- 9) Laporan cetak kedatangan untuk tanggal kedatangan group dan alokasi ruang periksa
- 10) Perhatikan alokasi kamar, kebutuhan khusus, usia, ulang tahun pernikahan, ulang tahun dan lain-lain
- 11) Carilah tempat tidur dan tempat tidur bayi tambahan persyaratan dan mengirimkan pemberitahuan melalui email supervisor
- 12) Prioritaskan kelompok kedatangan awal dan persyaratan jenis kamar, kamar suite, bebas rokok, wanita sendiri
- 13) Menelpon koordinator kelompok dan menegaskan kembali waktu kedatangan kelompok
- 14) Berkomunikasi semua alokasi VIP/kamar suite dengan layanan pengunjung
- 15) Berikan fomulir permintaan untuk layanan kamar untuk minuman selamat datang kelompok dan

2. Pelaksanaan Kualitas pelayanan di Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta

Dengan telah adanya SOP, tentunya karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya mengacu pada SOP yang berlaku terutama dalam memberikan pelayanan tamu hotel. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan reservasi sampai tamu check out.

Untuk melakukan reservasi, tamu dapat melakukan pemesanan secara langsung, melalui telepon ke nomor 0274-588295 atau dapat dilakukan secara on line melalui web site yang telah bekerja sama

dengan Hotel Cabin yaitu misalnya agoda, booking.com dan pegi-peggi). Inilah bukti nyata bahwa Hotel Cabin memberikan kemudahan dalam pelayanan reservasi

Dalam memberikan pelayanannya Hotel Cabin Sutomo memberikan beberapa pilihan kamar dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3. Daftar tarif sewa kamar (dalam rupiah)

Jumlah Jam	Small Shared	Small Private	Big Shared	Big Privat	Family Shared	Family Private
8	137.000	181.000	211.000	257.000	303.000	360.000
9	142.000	186.000	216.000	265.000	308.000	365.000
10	147.000	191.000	221.000	273.000	314.000	371.000
11	152.000	196.000	225.000	279.000	319.000	376.000
12	159.000	201.000	231.000	285.000	325.000	382.000
13	163.000	206.000	235.000	290.000	331.000	387.000
14	166.000	211.000	240.000	295.000	336.000	392.000
15	170.000	217.000	245.000	299.000	342.000	398.000
16	174.000	223.000	249.000	304.000	347.000	403.000
17	178.000	228.000	254.000	309.000	353.000	408.000
18	182.000	234.000	259.000	315.000	358.000	415.000
19	185.000	240.000	263.000	320.000	363.000	421.000
20	189.000	245.000	268.000	325.000	369.000	427.000
21	193.000	251.000	272.000	331.000	375.000	433.000
22	196.000	257.000	277.000	336.000	381.000	439.000
23	200.000	262.000	281.000	341.000	388.000	445.000
24	210.000	267.000	286.000	345.000	394.000	452.000

Sumber : FO Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta, 2018

Tabel 2. Tarif Charge (dalam rupiah)

no	Type	Biaya
1	Small	17.000
2	Big	25.000
3	Family	35.000
4	Person 8 -12 jam	60.000
5	13 -24 jam	100.000
6	Extra bed 8 -12 jam	80.000
7	Extra bed 13 -24 jam	125.000
8	Diatas 4 jam dihitung 8 jam	

Sumber : FO Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta, 2018

Berdasarkan tabel di atas maka tamu hotel dapat melakukan pilihan, apakah dengan harian (24 jam) yang seperti berlaku secara umum di hotel lainya atau dengan sistem per jam. Dengan adanya

berbagai alternatif tarif hotel ini, maka tamu hotel dapat menyesuaikan dengan keperluannya. Tidak jarang ada tamu hanya memerlukan jasa hotel untuk beberapa jam saja. Misal karena akan ke bandara perlu istirahat atau rehat sejenak, *backpacker*.

Dalam segi fasilitas kamar terjaga kebersihannya. Untuk lebih jelasnya pilihan kamar, calon tamu bisa cek di IG hotel Cabin Sutomo Yogyakarta yaitu *the-cabinhotel_sutomo*. Selain itu juga diberikan fasilitas layanan diantaranya wifi gratis tersedia di area umum hotel, gratis parkir, layanan kebersihan harian, penyewaan mobil, dan toko di dalam hotel. Untuk jumlah kamar yang ada di hotel

Cabin Sutomo terdapat 26 kamar dengan rincian kamar:

Tabel 4. Daftar Kamar di Hotel Cabin Sutomo

Type	Tersedia
Small share bathroom	2
Small private bathroom	6
Big share bathroom	3
Big private bathroom	8
Family share bathroom	3
Family private bathroom	.3
Total	26

Sumber: F0 Hotel Cabin Sutomo, Yogyakarta, 2018

Untuk memberikan kepuasan bagi para tamu, Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta telah memperluas area resto, dengan menu andalannya Bakmi Jowo.

Bagi Tamu hotel yang menginap minimal 18 jam, maka tamu hotel akan mendapatkan breakfast dan voucher gratis ke Destinasi De Mata atau De Arca.

Untuk jumlah tamu hotel Cabin periode bulan Januari – Agustus 2018 dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Jumlah Tamu Hotel

Periode	Jumlah
Januari 2018	512 kamar
Februari 2018	395 kamar
Maret 2018	561 kamar
April 2018	557 kamar
Mei 2018	504 kamar
Juni 2018	605 kamar
Juli 2018	430 kamar
Agustus 2018	586 kamar
Total	4.150 kamar

Sumber : F0 Hotel Cabin Sutomo, Yogyakarta, 2018

Untuk memberikan kepuasan bagi para tamu, Hotel Cabin Sutomo

Yogyakarta telah menambah area resto, dengan menu andalannya Bakmi Jowo.

3. Kendala dalam pelayanan tamu dan cara mengatasinya

Dalam memberikan pelayanan terhadap tamu hotel adakala adanya perbedaan persepsi antara yang ditawarkan atau yang dilihat dengan yang dirasakan (diharapkan) sehingga menimbulkan komplain tamu. Misalnya untuk kamar type small, terutama tamu yang pesan on line antar yang dipersepsikan dengan yang dirasakan setelah masuk kamar tidak sama (merasa kamar sempit).

Untuk mengatasinya tamu yang mis komunikasi dan komplain tersebut, maka pihak Hotel Cabin (FO) perlu memberikan penjelasan kepada tamu maka yang harus diperhatikan:

- a. Mendengarkan keluhan tamu dengan seksama dan tidak memotong atau membantah pembicaraan
- b. Minta maaf dengan segera kepada tamu dengan kalimat menyesal hal itu terjadi, dengan tidak menyalahkan karyawan lain atau bagian lain
- c. Segera melakukan tindakan untuk memperbaiki kesalahan

Mencatat keluhan tamu tersebut (tanggal, nama tamu, keluhan) untuk menjadi bahan evaluasi

4. Analisa SWOT Hotel Cabin

- a. Kekuatan (*strength*)
 - 1) Didukung dengan keramahan dan kecepatan dalam pelayanan
 - 2) Letak hotel berada di tempat yang sangat strategis karena dekat dengan stasiun, terminal, bandara, serta destinasi wisata (malboro, keraton, kebun binatang Gembira Loka,

- candi Prambanan, Tamansari, De matta, pusat kuliner dll)
- 3) Harga yang relatif terjangkau dan diberikan berbagai macam alternatif tarif sewa kamar (berdasarkan jam atau harian, jenis kamar)
 - 4) Dapat melakukan pemesanan secara online, sehingga memudahkan booking hotel
 - 5) Telah bekerja sama dengan distnasi wisata (contoh : De Mata, De Arca), misalnya dengan memberikan vouher
- b. Kelemahan
- 1) Tempat parkir kurang luas
 - 2) Menu makanan kurang bervariasi
 - 3) Kurang promosi
- c. Peluang
- 1) Memiliki pelanggan tamu tetap
 - 2) Masih terbukannya banyak peluang karena adanya pelanggan yang potensial
 - 3) Meningkatkan jumlah wisatawan baik domestik maupun manca negara di kota Yogyakarta
- d. Ancaman
- 1) Banyaknya hotel di kota Yogyakarta
 - 2) Pesaing yang memiliki fasilitas hotel yang lebih baik dan lengkap

Tabel 5. Matrik IFAS

No	Kekuatan	Bobot Nilai	Rating	Skor
1	Didukung dengan keramahan dan kecepatan dalam pelayanan	0,16	4	0.64
2	Letak hotel berada di tempat yang sangat strategis	0,16	4	0,64
3	Harga yang relatif terjangkau	0,12	4	0.48
4	Dapat melakukan pemesanan secara online	0,09	3	0.27
5	Telah bekerja sama dengan distnasi wisata	0,07	3	0.21
	jumlah	0.6		2.24
No	Kelemahan	Bobot Nilai	Rating	Skor
6	Tempat parkir kurang luas	0.17	3	0,51
7	Menu makanan kurang bervariasi	0,10	4	0,40
8	Kurang promosi	0,13	4	0,52
	jumlah	0.4		1,43
	Total	1,0		3,67

Tabel 6. Matrik EFAS

No	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki pelanggan tamu tetap	0,20	4	0,80
2	Masih terbukannya banyak peluang pelanggan yang potensial	0,18	3	0,54
3	Meningkatkannya jumlah wisatawan baik domestik maupun manca negara di kota Yogyakarta	0,29	3	0,87
	Jumlah	0,67		2.21

Ancaman (<i>Treaths</i>)				
4	Banyaknya hotel di kota Yogyakarta	0.15	3	0,45
5	Pesaing yang memiliki fasilitas hotel yang lebih baik dan lengkap	0,18	3	0,54
Jumlah		0,33		0,99
		1,00		3,20

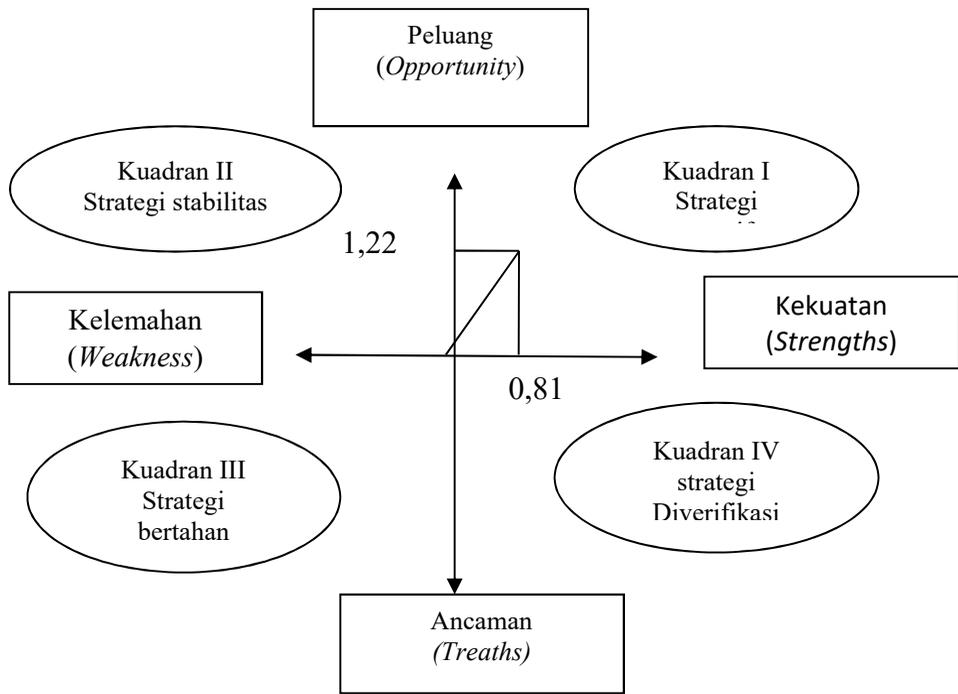
Dari tabel 5 di atas dapat dideskripsikan bahwa Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta memiliki lima kekuatan (*strength*) dan tiga kelemahan (*Weakness*) yang diperoleh dari dalam hotel itu sendiri. Kekuatan pertama yaitu keramahan dan kecepatan dalam pelayanan dengan bobot 0,16 rating 4 dan skor 0,64. Selanjutnya kedua letak hotel berada di tempat yang sangat strategis dengan bobot 0,16 dengan rating 4 dan skor 0,64. Ketiga harga yang relatif terjangkau dengan bobot 0,12 dengan rating 4 dengan bobot 0,48,. Keempat pemesanan secara online dengan bobot 0,09 dan rating 3 skor 0,27, serta kelima bekerja sama dengan destinasi wisata dengan bobot 0,07 rating 3 dan skor 0,21. Untuk kelemahan ada tiga hal, pertama tempat parkir kurang luas dengan bobot 0,17 rating 3 dan skor 0,51, Kedua menu makanan kurang bervariasi dengan bobot 0,10 rating 4 dan skor 0,40. Ketiga Kurang promosi dengan bobot 0,13 rating 4 dan skor 0,52. Dari tabel tersebut diketahui bahwa jumlah bobot keseluruhan faktor internal kekuatan dan kelemahan adalah 1 dan jumlah skor keseluruhan internal kekuatan dan kelemahan adalah 3,67. Hasil analisis bahwa nilai kekuatan adalah 2,24 dan kelemahan sebesar 1,43 yang artinya kekuatan yang dimiliki Hotel

Cabin Sutomo lebih besar daripada kelemahannya,

Selanjutnya berdasarkan tabel 6 dapat dijelaskan bahwa Hotel Cabin Sutomo mempunyai tiga peluang, yaitu pertama memiliki pelanggan tamu tetap dengan bobot 0,20 rating 4 dan skor 0,80. Kedua masih terbukannya banyak peluang pelanggan yang potensial dengan bobot 0,18 rating 3 dan skor 0,54. Ketiga meningkatkannya jumlah wisatawan baik domestik maupun manca negara di kota Yogyakarta dengan bobot 0,29 rating 3 dan skor 0,87. Sedang dari faktor ancaman ada dua yaitu pertama banyaknya hotel di kota Yogyakarta dengan bobot 0,15 rating 3 dan skor 0,45. Kedua pesaing yang memiliki fasilitas hotel yang lebih baik dan lengkap bobot 0,18 rating 3 dan skor 0,54. Dengan demikian diperoleh jumlah bobot keseluruhan faktor eksternal peluang dan ancaman adalah 1,00. Sedang jumlah skor keseluruhan faktor eksternal peluang dan ancaman 3,20. Hasil analisis mengatakan bahwa nilai peluang sebesar 2,21 sedangkan ancamannya senilai 0,99. Artinya bahwa peluang yang dimiliki hotel Cabin lebih besar daripada ancamannya.

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh nilai yang digunakan untuk menentukan posisi Hotel Cabin Yogyakarta sebagai berikut :

Kekuatan (Strengths) – Kelemahan (weakness) = 2.24 - 1.43 = 0,81
 Peluang (Opportunity) – Ancaman = 2,21 – 0,99 = 1,22



Gambar 3. Analisa SWOT Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa posisi Hotel Cabin Sutomo pada Kuadran I sehingga strategi yang perlu dilakukan untuk mengembangkan minat tamu hotel adalah strategi agresif. Hal ini sebagai situasi yang menguntungkan Hotel Cabin Sutomo karena memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan dengan maksimal peluang yang ada dan mendukung kebijakan peningkatan yang agresif. Pada matriks SWOT ditemukan bahwa strategi yang tepat adalah strategi S-O yaitu dengan upaya meningkatkan pelayanan yang ramah dan cepat baik dan terus melakukan inovasi produk hotel meningkatkan di kota Yogyakarta jumlah

wisatawannya baik domestik maupun maca negara terus meningkat sehingga berpotensi menjadi tamu di hotel Cabin Sutomo.

Upaya-upaya yang dilakukan Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta

Berdasarkan data-data di atas maka upaya yang dapat dilakukan Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta adalah:

1. Meningkatkan kegiatan promosi, mengingat jumlah wisatawan di Yogyakarta yang terus bertambah sehingga dapat merebut persaingan yang semakin ketat

2. Memperluas dan penataan lahan parkir, hal ini karena lahan parkir sangat diperlukan bagi tamu bagi yang membawa kendaraan dan memberikan kesan yang baik dalam pelayanan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam hal pelayanan Hotel Cabin Sutomo Yogyakarta, telah memiliki *Standard Operating Procedure (SOP)* dari mulai reservasi, check in sampai tamu check out. Fungsi dari SOP ini adalah untuk melengkapi peraturan yang ditetapkan, agar semua yang terkait dapat memberikan pelayanan yang baik kepada tamu hotel, sehingga memberikan rasa kepuasan bagi hotel.

Kualitas pelayanan di Cabin Hotel Sutomo Yogyakarta secara umum sudah baik ini. Hal ini ditunjukkan dengan berbagai pilihan tarif hotel dari menggunakan sistem harian maupun dengan jam, sehingga tamu bisa menentukan sesuai dengan keperluannya serta terjualnya kamar terus menerus, yaitu dari bulan Januari – Agustus 2018 total yang terjual 4.150 kamar dengan rata- 519 kamar rata per bulan. Untuk menarik tamu-tamu hotel, maka Hotel Cabin memberi voucher gratis ke destinasi De mata dan De Arca.

Dalam menghadapi keluhan tamu, pihak hotel bersikap responsif. Penanganannya diselesaikan dengan memperhatikan etika, (mendengarkan, empati,

meminta maaf,) dan cepat melakukan perbaikan serta dicatat untuk bahan evaluasi.

Berdasarkan hasil analisa SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS diperoleh nilai yang kekuatan (*Strengths*) – Kelemahan (*Weakness*) = $2.24 - 1.43 = 0,81$ dan nilai peluang (*Opportunity*) – Ancaman (*Threats*) = $2,21 - 0,99 = 1,22$. Dengan demikian Hotel Cabin Sutomo ada posisi Kuadran I sehingga strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan jumlah tamu hotel adalah strategi agresif. Hal ini merupakan situasi yang menguntungkan Hotel Cabin Sutomo karena memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan dengan maksimal peluang yang ada dan mendukung kebijakan peningkatan yang agresif. Pada matriks SWOT ditemukan bahwa strategi yang tepat adalah strategi S-O yaitu dengan upaya meningkatkan pelayanan yang ramah dan cepat baik dan terus melakukan inovasi produk hotel hal ini didukung kota Yogyakarta jumlah wisatawannya baik domestik maupun manca negara terus meningkat sehingga berpotensi menjadi tamu di hotel Cabin Sutomo.

Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran-saran terkait dengan kualitas pelayanan hotel, sebaiknya pihak hotel Cabin Sutomo Yogyakarta, yaitu perlunya peningkatan promosi baik di web, brosur, papan reklame atau mengadakan event hendaknya sehingga hotel semakin dikenal.

Pada penulisan brosur baik cetak atau web diusahakan lebih detail dan kalimat yang digunakan jelas, sehingga tidak menimbulkan mis komunikasi / perbedaan persepsi antara tamu hotel dan pihak hotel. Sementara untuk meningkatkan kualitas pelayanan tamu hotel, sebaiknya pihak hotel menambahkan berbagai variasi menu, sehingga tamu tidak bosan.

<http://jogja.tribunnews.com.2018.kunjungan-wisata-diy-tahun-2017-meningkat-signifikan>. Edisi, Jumat, 2 Februari 2018

DAFTAR PUSTAKA

- Agusnawar. 2004. Resepsionis Hotel.2004. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Batinggi, Achmad & Badu Ahmad.2011. Manajemen Pelayanan Umum. Jakarta. Universitas Terbuka
- Daryanto, dan Ismanto Setyobudi. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Freddy Rangkuti. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta PT. Jakarta.
- Rahmayanty, Nina. 2013. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Rangkuti, Freddy. 2017. Customer Care Excellence. Jakarta: PT Gramedia.
- Richard L. Daft. 2010. Era Baru Manajeme. Jakarta . Salemba Empat
- Ridwan, Juniarso dan Sudrajat, Achmad Sodik. Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik. Bandung: NUANSA.2009
- Tjiptono.Fandi. 2012.Strategi Pemasaran,Edisi Kedua, Yogyakarta. Penerbit Andi
- Yanti, Vera, Agustina. 2013. Dasar-dasar Manajemen Pelayanan Prima. Jakarta.Dapur Buku
- Yoety, Oka,A. 2002. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung, Angkasa