

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang saat ini menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Pariwisata juga menjadi sektor *hospitality* yang potensial dikembangkan secara inovatif guna meningkatkan pendapatan negara. *Hospitality* memiliki arti keramahtamahan, kesopanan, keakraban dan juga rasa saling menghormati. Jika dikaitkan dengan industri pariwisata, maka dapat disimpulkan bahwa *hospitality* adalah roh, jiwa, semangat dari pariwisata. Tanpa adanya *hospitality* dalam pariwisata, maka seluruh produk yang ditawarkan dalam pariwisata itu sendiri seperti benda mati yang tidak memiliki nilai untuk dijual (Hakim, 2018).

Industri pariwisata dapat dikembangkan menjadi sebuah usaha untuk mendapatkan dana melalui terobosan baru dalam upaya membiayai pengeluaran daerah melalui retribusi tempat wisata tersebut. Pembangunan sektor pariwisata seperti halnya hotel dan restoran sangat berpotensi bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Beberapa kota besar di Indonesia sangat mendukung terciptanya pembangunan akomodasi sebagai tempat menginap oleh wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin berlibur dan berwisata.

DKI Jakarta adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak tempat wisata ternama yang terkenal hingga mancanegara. Faktor ini yang mendukung keuntungan dan manfaat di berbagai industri, salah satunya yaitu pada industri perhotelan. Menurut data di *Tripadvisor*, Jakarta memiliki 7.495 hotel bintang lima yang berpusat di Jakarta. Pertumbuhan hotel di Jakarta terbilang cukup signifikan yang menimbulkan persaingan ketat antar sesama hotel. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa fasilitas dan pelayanan pada hotel-hotel berbintang. Tidak hanya dilihat dari fasilitas, lokasi hotel, *interior design* maupun *design exterior*, namun faktor utama yang menjadi tolak ukur pada hotel berbintang adalah *excellent service*. Sumber daya

manusia yang memiliki kapasitas dan kemampuan yang baik sangat dibutuhkan untuk memberikan pelayanan terbaik. *Guest contact* adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh hotel berbintang khususnya pada departemen kantor depan atau bisa disebut juga dengan *front office department*.

Dalam industri perhotelan banyak departemen atau bagian-bagian yang penting dan saling terhubung untuk menciptakan kualitas pelayanan yang *excellent*. Beberapa departemen diantaranya: Departemen *front office*, Departemen *food & beverage*, Departemen *housekeeping*, Departemen *engineering*, Departemen *accounting*, Departemen *personal*, dan Departemen *marketing* yang memiliki jobdesk yang berbeda-beda. *Front office department* adalah salah satu departemen yang menjadi garda terdepan dan selalu dicari tamu untuk melakukan reservasi. Dalam reservasi ada beberapa proses dari pemesanan, *check-in* hingga *check-out*. Di hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran proses awal adalah memesan kamar hotel dengan bermacam-macam cara yang diantaranya datang langsung ke hotel, maupun via aplikasi *mobile*.

Wisatawan asing yang ingin berwisata di Indonesia khususnya di Jakarta bisa mendapatkan akomodasi hunian hotel berbintang yang terletak di Jakarta Pusat dimana terdapat beberapa hotel dengan fasilitas pelayanan terbaik seperti hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran sebuah hotel berbintang lima yang memiliki lokasi strategis dekat dengan JIEXPO Kemayoran. Grand Mercure Jakarta Kemayoran adalah salah satu hotel dibawah naungan ACCOR Worldwide Cooperation yang memiliki 505 kamar yang terbanyak di Jakarta. Perkembangan dan kemajuan dari hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran pastinya tidak terlepas dari kinerja yang memiliki karyawan yang professional. Di samping itu bagian reservasi sebagai salah satu media yang menjadi informasi oleh tamu ketika ingin melakukan pemesanan kamar baik perorangan maupun perusahaan yang memesan kamar dengan jumlah yang lebih dari sepuluh hingga ratusan (Panuju, 2019). Pihak reservasi akan membuat daftar list terlebih dahulu sebelum dimasukkan kedalam sistem yang terhubung dengan departemen kantor depan atau *front office department*.

**Tabel 1 Daftar Tamu Reservasi Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran  
Bulan Agustus – Oktober 2023**

Sumber: BPS Statistik Jasa Akomodasi

NO	BULAN	JUMLAH TAMU	
		ASING	LOKAL
1	Agustus	375	15042
2	September	2.240	5832
3	Oktober	474	14091
	<b>TOTAL</b>	3.089	34.965

Berdasarkan table 1.1 menunjukkan seberapa banyak tamu asing dan lokal yang menginap di Hotel Grand Mecure Jakarta Kemayoran. Jumlah tamu asing pada bulan September lebih banyak daripada bulan Agustus dan Oktober. Jumlah tamu lokal pada bulan Agustus lebih banyak daripada bulan September dan Oktober. Banyaknya jumlah tamu dapat dilihat melalui event yang diselenggarakan pada bulan tersebut seperti event di JIEXPO Kemayoran, Formula E Ancol, dan beberapa pameran yang berada tidak jauh dari lokasi hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran.

Secara umum kantor reservasi hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran memiliki komunikasi yang baik, namun hal itu harus ditingkatkan mengingat tugas dari bagian reservasi yang saling berhubungan dengan departemen kantor depan atau *front office* agar tamu tidak mengalami keluhan atau complaint pada saat ingin melakukan reservasi.

Keluhan merupakan ungkapan rasa ketidakpuasan oleh tamu karena apa yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Keluhan diklasifikasikan berdasarkan aspek dan jenis keluhannya. Aspek keluhan menunjukkan kategori dari penyebab keluhan yaitu *attitudinal complaint* dan *service related complaint*. Sedangkan jenis keluhan yaitu garis besar masalah yang dikeluhkan oleh tamu hotel.

Keluhan tamu adalah proses pengelompokkan yang sangat terstruktur dari bentuk ketidakpuasan tamu terhadap perusahaan yang dilakukan secara lisan maupun tertulis.

Keluhan biasanya disampaikan oleh tamu selama menginap (*in-house*) atau saat tamu sudah meninggalkan hotel (*check-out*). Menurut Murphy (2020) dalam (Pratiwi et al., 2021), 74% tamu akan memberikan review atau ulasan pada *Online Travel Agent* saat diminta oleh suatu perusahaan yang bekerja sama dengan hotel tersebut. Menurut Saputra (Shambodo, 2020), perkembangan teknologi di era digital telah membawa dunia pariwisata pada era baru yaitu *e-tourism*. Jadi segala bentuk penilaian atau ulasan tamu mengenai aktivitas pariwisata termasuk pelayanan yang telah didapatkan setelah tamu menginap di hotel biasanya akan tertulis dalam bentuk tulisan pada *Online Travel Agent* yang disebut ulasan. Ulasan adalah salah satu bentuk evaluasi tamu terhadap pelayanan yang diterima selama tamu menginap di hotel tersebut. Keluhan di *Online Travel Agent* sangat berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

Keluhan tamu dapat diklasifikasikan empat bagian utama yaitu: *mechanical complaint* yaitu keluhan yang terjadi karena tidak berfungsinya salah satu peralatan yang diperoleh dari suatu pelayanan, *attitudinal complaint* yaitu keluhan yang terjadi karena sikap petugas pelayan yang negatif saat melayani tamu, *service related complaint* yaitu keluhan yang terjadi karena pelayanan itu sendiri, *unusual complaint* yaitu keluhan yang terjadi dan disampaikan kepada petugas, namun menurut petugas keluhan tersebut keluhan yang tidak wajar. Beberapa contoh penyebab tamu melakukan complaint terhadap suatu perusahaan yaitu sikap petugas (*Attitude*), tanggung jawab (*Responsiveness*), ketersediaan produk (*Product availability*), harga dan pembayaran (*Price and payment*) dan pertolongan dari petugas (*Helpfulness*).

Tamu yang mengunjungi hotel pasti memiliki maksud dan tujuan tertentu. Menurut Sambodo (Shambodo, 2020), semua proses kegiatan mengacu pada fase atau tahapan yang disebut siklus kegiatan tamu. Fase pertama sebelum kedatangan tamu yaitu pre-arrival. Sebelum tamu menginap, tamu akan melakukan pemesanan terlebih dahulu dengan pencatatan segala pemesanan tamu mulai dari kamar sampai permintaan khusus akan dicatat oleh bagian reservasi. Fase kedua ialah kedatangan tamu (*Arrival*).

Pada tahap kedatangan tamu meliputi registrasi dan pengalokasian kamar yang dibantu pihak resepsionis. Fase ketiga adalah ketika tamu menginap (*In-house Guest*). Selama tamu menginap adalah suatu hal yang penting, karena saat itulah tamu akan merasakan seberapa baik pelayanan yang diterima oleh petugas hotel. Pada fase ini, petugas *Front Office* akan menangani keluhan tamu ketika terjadi hal yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap suatu pelayanan. Fase terakhir yang sangat penting ialah saat keberangkatan tamu (*departure*). Pada tahap keberangkatan tamu, tamu akan datang ke resepsionis atau *front desk* untuk melakukan *check-out*. Setiap tahapan harus dikelola dengan maksimal agar dapat mencapai kualitas pelayanan dan kepuasan tamu agar tamu akan berkunjung kembali.

Salah satu kualitas pelayanan yaitu tentang mengukur kepuasan tamu sebagai kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan diharapkan oleh tamu. Konsep kualitas pelayanan menjadi subjek yang cukup penting. Kepuasan tamu dapat dilihat dari rating pada ulasan tamu di *Online Travel Agent* atau *Tripadvisor*, semakin tinggi rating yang diberikan tamu maka semakin tinggi tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan tamu. Namun semakin rendah rating yang akan diberikan tamu maka akan semakin rendah tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan tamu. Kualitas hotel bintang lima melalui ulasan online dapat dilihat bahwa pujian tamu masuk ke dalam lima kategori utama, yaitu kamar, makanan, staf, layanan, dan lokasi. Selain itu, Kualitas hotel juga dapat dilihat oleh para tamu pada saat *late check-out*, peningkatan kamar, dan layanan antar-jemput ke bandara sebagai fitur layanan yang menghasilkan kesenangan pada tamu. Menurut (Prabowo, 2023) dalam sebuah studi di hotel *resort* Malaysia, menetapkan bahwa persepsi yang baik tentang suasana hotel, produk makanan dan minuman, kesopanan petugas, layanan reservasi, pengetahuan petugas, dan nilai finansial lebih mungkin untuk mengembangkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan klasifikasi keluhan tamu *poor* and *terrible*. Dalam *Tripadvisor*, *terrible* adalah ulasan yang disimbolkan dengan ulasan bintang

satu (\*) yang termasuk indikator sangat buruk. Sedangkan *poor* yaitu ulasan yang disimbolkan dengan rating bintang dua (\*\*\*) dengan indikator buruk.

**Tabel 1 Data Klasifikasi Frekuensi Ulasan Mengenai Keluhan Tamu Terhadap Pelayanan Front Office Periode 2020-2023**

[Sumber: *Tripadvisor*]

Tahun	2020	2021	2022	2023	Total (Orang)
<i>Terrible</i> (*)	-	1	1	0	2
<i>Poor</i> (**)	-	1	-	2	4
Total (Orang)	0	2	1	2	5
Frekuensi (%)	0%	40%	20%	40%	100%

Ulasan tamu sangat berkaitan dengan tingkat hunian kamar begitupun sebaliknya. Semakin tinggi hunian kamar, maka semakin tinggi review tamu pada *Online Travel Agent*. Tabel 1 menunjukkan ulasan mengenai keluhan tamu tertinggi terjadi pada tahun 2021 dan 2023 yaitu keluhan tamu berjumlah 4 orang dengan presentase 40%. Sedangkan pada tahun 2022 tingkat keluhan tamu dengan presentase 20%.

Keluhan adalah suatu hal yang harus diperhatikan dan tidak bisa diabaikan. Karena dengan mengabaikan keluhan tamu, tamu akan merasa tidak dihargai, maka dari itu perusahaan harus bisa mencari solusi untuk menyelesaikan keluhan tamu sebelum meninggalkan hotel. Departemen *Front Office* bertanggungjawab dalam melayani keluhan tamu sekecil apapun keluhan tamu terhadap produk maupun pelayanan. Keluhan yang tidak ditangani dengan baik akan berdampak pada kelangsungan operasional hotel. Faktor-faktor penyebab terjadinya keluhan yang berulang kali diduga karena *Standar Operational Procedure* yang diterapkan departemen *Front Office* kurang maksimal. Petugas *Front Office* harus mengalokasikan permintaan tamu sesuai dengan reservasi lalu mengkonfirmasi kepada tamu secara langsung. Namun pada kenyataannya ada petugas *Front Office* yang tidak mengalokasikan tamu sesuai dengan reservasi dikarenakan tingginya tingkat *occupancy* yang menyebabkan kamar yang dipesan tidak tersedia saat *check-in*.

Keluhan yang terjadi secara berulang yang ditunjukkan pada pelayanan yang diberikan petugas *Front Office* perlu dikelola.

Menurut Chien dalam jurnal (Yudha Syahril & Feri Fedian, 2023), keputusan tamu untuk berkunjung kembali adalah tamu bersedia mengunjungi kembali tempat yang sama, dengan pengalaman yang lebih memuaskan, dan menyarankan tempat tersebut melalui ulasan pada *tripadvisor* atau secara langsung untuk mengembangkan loyalitas. Menurut Philip Kotler & Keller dalam jurnal (Yudha Syahril & Feri Fedian, 2023). Pembelian ulang adalah suatu tindakan konsumen setelah pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi pembelian selanjutnya, jika tamu puas akan pelayanan yang diberikan maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi pokok masalahnya adalah “Bagaimanakah reservasi dan menangani keluhan tamu terhadap pada *Front Office* di hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran?”. Dari latar belakang diatas maka penulis mengambil judul “**Analisis *Reservation* dan *Guest Handle Complaint* Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada *Front Office Departement Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran*”.**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada pembahasan di atas, peneliti akan menganalisis analisis reservasi dan menangani keluhan tamu. Maka dari itu, agar penelitian ini lebih terarah peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *reservation* terhadap minat berkunjung kembali terhadap *Front Office Departement* di Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran?
2. Apakah terdapat pengaruh *guest handling complaint* terhadap minat berkunjung kembali pada *Front Office Department* di Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran?

3. Apakah terdapat pengaruh *reservation* dan *guest handling complaint* terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada *Front Office Department* di Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran?

### C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan-tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *reservation* terhadap keputusan berkunjung kembali pada *Front Office Department* hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran.
2. Untuk mengetahui pengaruh *guest handling complaint* terhadap keputusan berkunjung kembali pada *Front Office Departement* di Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran.
3. Untuk mengetahui pengaruh *reservation* dan *guest handling complaint* terhadap minat berkunjung kembali pada *Front Office Department* di Hotel Grand Mercure Jakarta Kemayoran.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis. Adapun manfaat dari penelitian dapat dilihat dari sisi peneliti, akademis, perusahaan bersangkutan, dan masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat penelitian bagi peneliti yaitu peneliti berkesempatan untuk mempelajari mengenai sistem reservasi yang dilakukan di departemen kantor depan serta dapat menangani keluhan tamu untuk keputusan berkunjung kembali di suatu perusahaan.



## 2. Manfaat Bagi Akademis

Manfaat bagi akademis diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam analisis reservasi hotel dan menangani keluhan tamu dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar tamu dapat berkunjung kembali ke hotel, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya apa saja langkah reservasi dan menangani keluhan tamu pada saat tamu menginap di hotel.

## 3. Manfaat Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan diharapkan dapat memperoleh masukan dari penelitian ini, sehingga pihak perusahaan dapat memperbaiki dan mengembangkan beberapa hal yang dianggap perlu dalam melayani tamu pada saat reservasi dan menangani keluhan tamu.

## 4. Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Manfaat bagi masyarakat umum yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan hotel bintang lima yang dapat diterapkan ketika berlibur.

