

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARA STAF RESERVASI DAN GUEST SERVICE AGENT PADA HOTEL MERCURE PALU
EFFECTIVENESS BETWEEN RESERVATION STAFF AND GUEST SERVICE AGENTS AT HOTEL MERCURE PALU

Rafika Hayati¹, Dewi Andriani², Anggun Sari Sasmita³

Program Studi Perhotelan, Politeknik Bosowa

rafikaahayati@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi yang tidak berjalan efektif dalam satu organisasi akan mempengaruhi kinerja staf yang akan berdampak terhadap operasional hotel. Terjadinya kesalahan komunikasi antara staf Reservasi dan Guest Service Agent dapat mengakibatkan kesan yang kurang baik kepada tamu dimana hal ini mempengaruhi pelayanan pada Hotel Mercure Palu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi antara staf Reservasi dan Guest Service Agent pada Hotel Mercure Palu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran angket dan wawancara, dengan jumlah sampel berasal dari seluruh staf Reservasi dan Guest Service Agent. Teknik analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta rata-rata skor penilaian responden sehingga diketahui nilai rasio efektivitas, penyajian data dengan menggunakan statistik deskriptif kemudian penarikan kesimpulan. Terdapat lima indikator sebagai alat ukur efektivitas komunikasi, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesamaan/kesetaraan. Berdasarkan hasil penelitian efektivitas komunikasi antara staf Reservasi dan Guest Service Agent pada Hotel Mercure Palu terdapat dua indikator yang dominan yaitu dukungan, adanya sikap saling mendukung antara staf Reservasi dan Guest Service Agent serta, adanya kesamaan bahasa dalam berkomunikasi dengan tingkat presentase masing-masing 94 %. Secara keseluruhan efektivitas komunikasi antara staf Reservasi dan Guest Service Agent dinilai sangat efektif dengan skor rata-rata 91,6 %. Adapun pada tingkat presentase 8,4% menunjukkan masalah komunikasi yang timbul antara staf Reservasi dan Guest Service Agent berasal dari faktor eksternal.

Kata Kunci : Efektivitas komunikasi, staf reservasi, Guest Service Agent.

ABSTRACT

Communications that do not work effectively in one organization will affect staff performance that will impact the operations of the hotel. The occurrence of communication errors between the Reservation staff and the Guest Service Agent may result in a poor impression on the guest where this affects the service at the Mercure Palu Hotel. This study aims to find out how the effectiveness of communication between staff Reservations and Guest Service Agent at Hotel Mercure Palu. Data collection methods used in this study were questionnaire and interviews, with the number of samples coming from all staff of Reservation and Guest Service Agent. Technique of data analysis by using validity and reliability test, and average score of respondent scores so that the value of effectiveness ratio, data presentation by using descriptive statistic and conclusion. There are five indicators as a measure of communication effectiveness, namely openness, empathy, support, positive attitude and similarity / equality. Based on research result of communication effectivity between Reservation staff and Guest Service Agent at Hotel Mercure Palu there are two dominant indicators that is support, existence of mutual support between staff of Reservation and Guest Service Agent and, the existence of language similarity in communicate with percentage level respectively 94% . Overall communication effectiveness between Reservation staff and Guest Service Agent is highly effective with an average score of 91.6%. As for the percentage rate of 8.4% indicates communication problems arising between the staff Reservation and Guest Service Agent comes from external factors

Keywords: Communication effectiveness, reservation staff, Guest Service Agent

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memberikan manfaat besar kepada daerah tujuan wisata bukan hanya pengembangan daya tarik wisata sebagai produk utama dalam kegiatan wisata tetapi juga berbagai fasilitas utama seperti hotel, restaurant dan berbagai tempat hiburan yang dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Salah satu hotel berbintang yang ada di Provinsi Sulawesi Tengah khususnya di Kota Palu yaitu Hotel Mercure Palu. Hotel ini merupakan hotel bintang 4 dibawah oleh Accor Group dalam pengelolaan operasionalnya. Hotel Mercure Palu terletak di Jalan Cumi-Cumi nomer 8 yang berhadapan langsung dengan Teluk Palu dan telah berdiri kurang lebih 4 tahun. Hotel Mercure Palu memiliki 138 kamar dengan menyediakan fasilitas pendukung seperti, ruang pertemuan dan *ballroom*, *business center*, *lounge*, restoran, kolam renang, pusat kebugaran, spa dan tempat parkir. Dalam proses penanganan tamu di departemen *Front Office*, salah satu hal yang penting dilakukan oleh seorang *Guest Service Agent* adalah dapat membangun. Komunikasi dengan tamu maupun staf lainnya yang berada di departemen yang

berbeda. *Guest Service Agent* memiliki hubungan erat dengan bagian reservasi yang dibawah *Sales Marketing departement*, karena semua hal yang berhubungan dengan pemesanan kamar terintegrasi langsung ke dalam *system* dan menjadi informasi yang digunakan oleh *Guest Service Agent* dalam penanganan *check in* ataupun *check out*. Diperlukan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja staf Reservasi dan *Guest Service Agent*. Komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi (Kohler dalam Muhammad 2014: 1). Komunikasi yang tidak berjalan efektif akan mempengaruhi kinerja staf yang akan berdampak terhadap operasional hotel.

Masalah komunikasi dalam operasional kerja sehari hari banyak terjadi pada setiap kelompok atau organisasi atau rekan kerja dalam perusahaan. Beberapa kasus yang terjadi antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* adalah adanya permintaan khusus tamu saat pemesanan kamar oleh staf Reservasi, mengenai tipe kamar yang telah dijanjikan oleh staf Reservasi akan tetapi belum dicantumkan kedalam *system* oleh staf Reservasi. Pada saat yang bersamaan *Guest Service Agent* juga membutuhkan tipe kamar yang sama dan diberikan kepada tamu

lain yang datang langsung untuk menginap di hotel (*walk in guest*), akhirnya tamu yang telah melakukan pemesanan kamar sebelumnya mengeluh (*complaint*) karena tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan pada saat pemesanan kamar. Data dalam tiga bulan terakhir menunjukkan tingkat presentase terjadinya masalah ini, yaitu pada bulan Januari sekitar 26%, bulan Februari sekitar 30%, dan bulan Maret yaitu 33%. Jika ditarik kesimpulan dalam tiga bulan, rata-rata tingkat presentase terjadinya masalah ini adalah sekitar 29%.

Masalah lainnya adalah mengenai penambahan kekurangan pembayaran dari tamu, dilakukan oleh staf Reservasi ataupun *Guest Service Agent*. Hal ini biasanya terjadi ketika staf Reservasi maupun *Guest Service Agent* tidak menyesuaikan harga antara *remarks* dengan *Price Point* (PP) yang telah ditentukan pada hari tersebut di *system*. *Price point* merupakan tingkatan harga yang dijadikan petunjuk penentuan harga dinamik. Dalam hal ini staf tersebut mengalami kerugian karena menggunakan dana pribadi untuk menambahkan. Adapun data dalam tiga bulan terakhir menunjukkan presentase terjadinya masalah ini pada bulan Januari sekitar 28%, bulan Februari 32% dan pada bulan Maret yaitu 40%. Berdasarkan

data dalam 3 bulan rata-rata tingkat presentase terjadinya masalah ini sekitar 33%. Beberapa contoh kasus yang telah dikemukakan diatas terkait dengan kurangnya komunikasi antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* memberikan dampak dapat memberikan masukan sebagai salah satu pertimbangan dalam kelancaran operasional kerja di Hotel Mercure Palu.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif statistik deskriptif. Teknik pengambilan data dengan penyebaran kuesioner, wawancara, observasi dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh karena populasi kurang dari 30 orang sehingga seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 9 orang.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono dalam Sukmayani 2016: 19). Untuk skala pengukuran, penulis menggunakan Skala

Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Hasil dari perhitungan angket kemudian dimasukkan dalam tabel rasio efektivitas, dalam hal ini menggunakan standar sesuai dengan acuan rasio efektivitas pada Tabel 3.3

Tabel 3.3 Rasio Efektivitas

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
Dibawah 40	Sangat tidak efektif
40 – 59,99	Tidak aefektif
60 – 79,99	Cukup Efektif
Di atas 80	Sangat efektif

Sumber: Litbang Depdagri dalam Sukamayani (2016)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi yang efektif mempunyai peranan penting dalam suatu organisasi atau perusahaan demi tercapainya suatu tujuan. Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi merupakan komunikasi internal. Fungsi dari komunikasi internal tersebut

adalah penyampaian informasi yang diharapkan menciptakan saling pemahaman dan kerja sama antara anggota organisasi atau perusahaan. Seperti hubungan antara sesama karyawan. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi antara staf *Reservasi* dan *Guest Service Agent* pada Hotel Mercure Palu, dapat dilihat melalui data hasil penyebaran kuesioner kepada karyawan (responden) seluruh staf *Reservasi* dan *Guest Service Agent* Hotel Mercure Palu berdasarkan indikator yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dari segi humanistik menurut Joseph De Vito, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesamaan (*equality*).

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan merupakan adanya sikap untuk saling terbuka di antara pelaku komunikasi dalam melangsungkan komunikasinya. Keterbukaan diperlukan dalam membangun sebuah komunikasi yang efektif demi tercapainya kerjasama dalam operasional hotel sehari-hari. Karena tanpa komunikasi yang efektif akan mengakibatkan informasi yang disampaikan tidak akurat sehingga kejelasan dan tujuan informasi tersebut tidak didapatkan oleh penerima komunikasi (komunikan).

Keterbukaan sangat penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden yaitu sebanyak 90% memiliki pemahaman yang sama akan pengertian dari keterbukaan (*openness*) yaitu sikap saling terbuka antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* dalam melangsungkan komunikasinya. Mayoritas responden setuju bahwa dengan menyampaikan informasi secara menyeluruh dan menyampaikan informasi secara jelas akan menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian di dalam internal hotel terdapat keterbukaan antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent*.

b. Empati (*Empathy*)

Salah satu faktor yang mendukung terjadinya komunikasi yang efektif adalah sikap empati. Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain (rasa perhatian). Kondisi empati dapat terwujud apabila saling memberikan perhatian dan mengetahui apa yang dialami karyawan lainnya dalam masalah pekerjaan. Maka dari itu rasa empati sangat penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden yaitu 92% memiliki pemahaman

yang sama terhadap pengertian dari rasa empati (*emphaty*), Mayoritas responden sangat setuju bahwa saling percaya dengan staf lainnya serta bersama-sama dalam menyelesaikan suatu masalah akan menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian di dalam internal hotel terdapat rasa empati antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* dengan saling memberikan perhatian jika terjadi suatu masalah dalam pekerjaan maupun tidak ada.

c. Sikap mendukung (*Supportiveness*)

Sikap mendukung (*supportiveness*) merupakan salah satu sikap yang diperlukan dalam menciptakan Komunikasi yang efektif. Dukungan (*supportiveness*) dalam hal ini yaitu adanya sikap saling mendukung antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* dalam berkomunikasi sehingga komunikasi dapat berjalan lancar. Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata responden yaitu 94% memiliki pemahaman yang sama terhadap pengertian dari sikap mendukung (*supportiveness*). Rata-rata responden setuju bahwa saling memberikan dukungan dalam pekerjaan, memberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan serta menjawab pertanyaan yang diajukan baik staf

Reservasi maupun *Guest Service Agent* akan menciptakan komunikasi yang efektif.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif akan mendukung berlangsungnya komunikasi yang efektif. Karena tanpa adanya sikap positif yang dimiliki akan menghambat terciptanya komunikasi yang efektif khususnya dalam operasional hotel dalam hal ini antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent*. Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata responden yaitu 94% memiliki pemahaman yang sama terhadap pengertian dari sikap positif (*positiveness*). Mayoritas responden setuju bahwa tanggap terhadap suatu masalah, dan menyampaikan informasi dengan berterus terang akan menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian di dalam internal hotel terdapat sikap positif antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent*.

e. Kesamaan/kesetaraan (*Equality*)

Kesamaan (*equality*) adalah unsur-unsur kesamaan yang dimiliki pihak-pihak berkomunikasi seperti kesamaan bahasa. Komunikasi akan pembayaran yang tidak masukkan dalam sistem informasi serta penamabahan kekurangan pembayaran tamu oleh staf Reservasi maupun *Guest Service Agent* yaitu kurangnya konsentrasi dari staf

yang bertugas pada saat itu dikarenakan pada saat bekerja staf tersebut memperhatikan hal-hal lain seperti terwujud apabila pelaku komunikasi memiliki kesamaan, dalam hal ini adanya kesamaan bahasa antara staf Reservasi

Dan *Guest Service Agent* dalam berkomunikasi sehingga informasi yang disampaikan dapat dimengerti. Berdasarkan hasil Rata-rata responden, yaitu 94% memiliki pemahaman yang sama terhadap pengertian dari adanya kesamaan (*equality*). Rata-rata responden sangat setuju bahwa menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti dan dipahami akan menciptakan komunikasi yang efektif. Internal hotel staf Reservasi dan *Guest Service Agent* memiliki kesamaan bahasa dalam berkomunikasi.

Berdasarkan data responden secara keseluruhan, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah rata-rata nilai tingkat capaian efektivitas sebesar 91,6%. Apabila hasil tersebut dimasukkan ke dalam rasio efektivitas, maka menghasilkan penilaian sangat efektif.

Adapun pada presentase 8,4% menunjukkan tentang masalah komunikasi yang timbul antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent*. Berdasarkan hasil

wawancara dengan staf Reservasi dan *Guest Service Agent*. Adapun hal-hal yang menyebabkan terjadinya masalah komunikasi mengenai permintaan khusus yang tidak dicantumkan oleh staf Reservasi, telepon genggam. Selain itu mengenai situasi yang kurang mendukung atau dalam keadaan sibuk dikarenakan high season sehingga berdampak terhadap pekerjaan yang dilakukan pada saat itu serta gangguan dalam sistem informasi yang mengalami *error* atau membutuhkan proses waktu yang lama sehingga staf tidak memeriksa ulang. Data-data tamu yang melakukan pemesanan kamar.

Adapun penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dalam menyusun penelitian ini, yaitu oleh Afyati Diah Sukmayani (2016), tentang efektivitas Peranan (*Guest Relation Officer*) dalam menangani keluhan tamu VIP di Hotel Novotel Yogyakarta dan Jessica Gani (2016), tentang pengaruh hambatan komunikasi terhadap kinerja karyawan Hotel Midtown Surabaya, sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif akan menunjang operasional hotel. Oleh karena itu komunikasi yang efektif antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* pada Hotel Mercure Palu sebaiknya

dipertahankan demi kelancaran operasional sehari-hari dalam melayani tamu.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai efektivitas komunikasi antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* dalam menunjang operasional Hotel Mercure Palu, yaitu secara keseluruhan jumlah hasil rata-rata nilai tingkat capaian efektivitas sebesar 91,6 persen. Apabila hasil tersebut dimasukkan pada rasio efektivitas, maka menghasilkan penilaian sangat efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* dalam menunjang operasional pada Hotel Mercure Palu dinilai sangat efektif. Hal tersebut dibuktikan dari lima indikator yang digunakan sebagai alat ukur, sebagai berikut:

- a. Keterbukaan (*openness*), sangat efektif dengan mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya sikap saling terbuka antara staf Reservasi dan *Guest Service Agent* akan menciptakan komunikasi yang efektif.
- b. Empati (*emphaty*), dinilai efektif dengan mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya rasa perhatian akan menciptakan komunikasi yang efektif.

- c. Sikap mendukung (*supportiveness*), dinilai sangat efektif dengan mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya yaitu adanya sikap saling mendukung antara staf Reservasi maupun *Guest Service Agent* akan menciptakan komunikasi yang efektif.
- d. Sikap positif (*positivness*), dinilai sangat efektif dengan mayoritas responden sangat setuju bahwa dengan adanya sikap positif akan membangun komunikasi yang efektif.
- e. Kesamaan/kesetaraan (*equality*), dinilai sangat efektif dengan mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya kesamaan bahasa antara staf Reservasi maupun *Guest Service* ketika berkomunikasi akan membangun komunikasi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, 2016. Penerapan Sapta Pesona di Pantai Polewali di Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat. Diunduh tanggal 15 Maret 2017.
- Darmadi Hamid, 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta Gani
- Jessica, 2014. Pengaruh hambatan komunikasi terhadap kinerja karyawan Hotel Midtown Surabaya. Diunduh tanggal 18 Maret 2017.
- Handayani, A.S. (2010). Analisis daerah endemik bencana akibat cuaca ekstrim

- di Sumatera Utara, *Jurnal Meteorologi dan Geofisika*, 11(1), 52-57
<http://www.antarasulteng.com/berita/28702/sulteng-miliki-keunggulanwisata-alam-dan-budaya-Islami> Diakses tanggal 17 Maret 2017.
- Linda, 2012. Efektivitas Komunikasi Interpersonal dengan tingkat kepuasan kerja karyawan. Diakses tanggal 20 Maret 2017.
- Misnawati, 2016. Efektivitas kerja pegawai Negeri sipil di kantor kecamatan Marangkay Kabupaten Kutai Kartanegara. Diakses tanggal 18 Maret 2017.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Nomor: PM.106/PW.006/MPEK/2011, Tentang Sistem Manajemen Pengamanan Hotel. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Diunduh tanggal 8 Maret 2017.
- Ramadhan Aditya, 2015. Pariwisata Indonesia terus tumbuh dari tahun ke tahun.2017.Sumber: <http://www.antaraneews.com/berita/528492/pariwisata-indonesia-terus-tumbuh-tahun-ke-tahun>, Diakses tanggal 17 Maret
- Subagyono, K., Sugiharto, B., Purwani, E.T., Susilokarti, D., Las, I., Unadi, A., et. Al. (2010). Technology needs assessment (TNA) for climate change mitigation in agriculture sector: criteria, prioritizing and barriers. *Jurnal Meteorologi dan Geofisika*, 11(2), 96-105.

- Sugiyono. 2015, Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. 2016, Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: PT Alfabeta.
- Suharsono dan Lukas Dwiantara, 2013. Komunikasi Bisnis. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service.)
- Sujarweni Wiratna V, 2014. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmayani Afyati Diah, 2016. Efektivitas peranan (*Guest Relation Officer*) dalam menangani keluhan tamu VIP Di Hotel Novotel Yogyakarta. Makassar. Politeknik Bosowa.
- Suryanto, W., Nurdiyanto, B., & Pakpahan, S. (2010). Implementasi perhitungan receiver function untuk gempa jauh menggunakan Matlab. *Jurnal Meteorologi dan Geofisika*, 11(1), 66-72.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 10, Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Diakses tanggal 7 Maret 2017.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 10, Tahun 2009. Tentang Kepariwisata. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Diakses tanggal 7 Maret 2017
- Utama I Gusti Bagus Rai, 2016. Front Office. Yogyakarta: CV Budi Utama.