

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhani, Laila (2009) berjudul “Peranan *Business Center* Dalam Mendukung Kegiatan Operasional Pada *Front Office Department* di *Emperial Aryaduta Hotel & Country Club*” memberikan kesimpulan : Jantung dari semua kegiatan adalah di *Front Office Department*. Bagian ini juga disebut *the first and the impression of the guest* yang artinya bagian ini adalah bagian pertama dan terakhir yang berkesan bagi tamu. Pada Bagian *Front Office Department* terdapat *Bussines Center* yang disebut sebagai sekretaris hotel. *Busines Center* adalah suatu konter yang tidak berdiri sendiri melainkan di gabung dengan *front office department* sebagai salah satu usaha yang menambah pemasukan hotel. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul Optimalisasi Pelayanan Karyawan Guna Memenuhi Kebutuhan Tamu di *Business Center* Hotel Bumi Surabaya. Pelayanan yang diberikan di *Business Center* tidak hanya dihasilkan dari hasil kerja sumber daya manusia yang berkualitas (karyawan), tetapi juga dipengaruhi oleh fasilitas-fasilitas yang digunakan sebagai penunjang dalam melakukan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan tamu.

**Persamaan :** Sama-sama membahas tentang *Business Center*.

**Perbedaan :** Peneliti terdahulu membahas “Peranan *Business Center* Dalam Mendukung Kegiatan Operasional Pada *Front Office Department* di *Emperial Aryaduta Hotel & Country Club*” sedangkan Penulis membahas tentang “Optimalisasi pelayanan karyawan guna memenuhi kebutuhan tamu di Hotel Bumi Surabaya”.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

**Garvin dan Davis** (2004:41) menyatakan, bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau pelanggan. Pelayanan itu sendiri menurut **Sugiarto** (2002:216) adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Sedangkan definisi dari **Nasution** (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berbagai definisi telah diuraikan diatas bisa ditarik kesimpulan pengertian dari kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan.

([http://www.hrcentro.com/artikel/Pengertian\\_Kualitas\\_Pelayanan\\_110502.html](http://www.hrcentro.com/artikel/Pengertian_Kualitas_Pelayanan_110502.html))

Di dalam bisnis industri secara spesifik yang dimaksudkan tentunya tidak lain adalah bagaimana sikap dan tingkah laku seorang karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada tamu yang akan datang dan ada

keperluan bisnis di perusahaan tersebut. Maka dari itu diperlukan adanya perubahan sikap dari sikap pasif menjadi aktif. Bersikap baik kepada para tamu, tidak berarti kita menempatkan diri di luar bisnis dimana kita bekerja. Kita perlu mengetahui dengan jelas apa yang diperlukan oleh tamu tersebut, dan bagaimana kita dapat membantunya tanpa menunggu waktu yang lama.

Salah satu pelayanan yang baik untuk para tamu adalah memberi tanggapan yang baik. Bila seorang tamu datang dan minta bantuan sebaiknya segera dapat dibantu atau diberi penjelasan tentang apa yang diinginkannya. Memberi tanggapan tentang apa yang diminta tamu, maka model tanggapan yang baik adalah dengan langkah sebagai berikut :

- Pertama : Tanggapi keluhan tamu tersebut dengan mengatakan “*May I help you?*”.
- Kedua : Coba teliti apa yang dibutuhkan oleh tamu dan jelaskan bagaimana cara untuk dapat memenuhi permintaannya.

Menanggapi kritik para tamu, pada umumnya bila dikritik orang lain, para ahli *psikologi* mengatakan bahwa kita mengalami perselisihan. Jalan keluarnya, bila terlibat situasi seperti itu sebaiknya dengarkan kritik dari tamu tersebut dengan baik. Langkah selanjutnya adalah memberikan bantuan. Bila sudah dapat menemukan jalan keluar dari permasalahan tersebut, yakinkan tamu bahwa masalah itu dapat diselesaikan dengan baik. Jika tamu hanya mengeluh saja, maka tanyakan bagaimana jalan keluarnya.

Langkah selanjutnya adalah mengatasi masalah, dalam memberi pelayanan kepada tamu tidak selamanya semuanya berjalan lancar, langkah selanjutnya

adalah memberi kepastian terkadang tamu menunggu kepastian dari masalah yang dikeluarkan. Seharusnya para karyawan bagian *Business Center* harus bisa memberikan kepastian yang akurat dan tepat karena tamu tidak suka menunggu untuk waktu yang lama.

Menciptakan suasana hubungan yang baik dengan tamu, sangat penting dilakukan agar tercipta hubungan yang baik. Cara menciptakan suasana yang baik dengan tamu, adalah :

1. Berikan salam dengan wajah yang berseri-seri atau cerah
2. Gunakan nada suara yang hangat dan ramah
3. Dengarkan tamu berbicara sebagai pembuka percakapan
4. Tawarkan bantuan dan berikan alternatif
5. Dengar apa yang yang diucapkan oleh tamu
6. Hayati perasaan tamu waktu tamu menyampaikan keluhannya
7. Pastikan mengerti perasaannya dan coba tunjukkan empati, keinginan untuk membantu, memberi pujian jika perlu dan tidak melakukan *interupsi* selama tamu berbicara
8. Jangan dimasukkan dalam hati kata-kata tamu yang tidak enak di dengar
9. Gunakan teknik pemecahan masalah yang sudah dikuasai berdasarkan pengalaman selama ini

**Kotler** dan **Keller** (Nunung:2009) menyatakan bahwa layanan adalah sebuah aktivitas yang diasosiasikan dengan elemen *intangibility* (sesuatu yang abstrak/tidak tampak), dimana di dalamnya terjadi interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan tetapi tidak berakibat terhadap suatu kepemilikan.

Perubahan kondisi dapat saja terjadi dan produksi layanan bisa saja berkaitan dengan sebuah produksi fisik.

Sedangkan **Zelthamel** dan **Bitner** (Nunung:2009) berpendapat bahwa layanan termasuk segala aktifitas ekonomi yang yang *outputnya* bukan merupakan produk fisik, umumnya dikonsumsi dan diproduksi pada saat yang sama dan memberi nilai tambah dalam berbagai bentuk (kenyamanan, kegembiraan, kesukaan) yang biasanya berkaitan dengan hal-hal yang tidak tampak atau abstrak bagi pembeli layanan.

Sedangkan **Lovelock** dan **Wirtz** (Nunung:2009) menambahkan aktivitas dalam proses layanan ini seringkali tidak kekal dan bersifat abstrak serta umumnya tidak berakibat terhadap kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Aktivitas layanan ini juga dapat menciptakan nilai dan perolehan keuntungan bagi tamu pada waktu tertentu dengan adanya perubahan yang diinginkan dan diharapkan oleh penerima layanan. Layanan juga dikatakan sebagai sesuatu yang bisa dibeli dan dijual tetapi tidak dapat disediakan setiap saat diperlukan

Berdasarkan karakteristiknya, kebanyakan layanan mempunyai tiga katakteristik dasar yang meliputi :

1. Layanan adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas.
2. Untuk taraf tertentu, layanan diproduksi dan dikonsumsi secara meningkat.
3. Untuk taraf tertentu pelanggan ikut berpartisipasi dalam produksi layanan.

Sasaran dan strategi *Business Center* adalah mendukung misi dan tujuan itu sendiri, yakni meningkatkan kualitas perusahaan itu sendiri. Untuk itu perlu diupayakan agar setiap tamu mendapatkan pelayanan yang diharapkan. Strategi yang digunakan untuk mencapai sasaran ini adalah dengan meningkatkan daya

jual karyawan *Business Center*. Untuk itu perlu diperhatikan agar karyawan *Business Center* tidak dibebani dengan gangguan lain seperti penggandaan tugas, penekanan dalam melakukan pekerjaan maupun pekerjaan yang berlebih. Dengan demikian karyawan *Business Center* dapat melayani tamu dengan baik, sopan dan sesuai prosedur.

### 2.2.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan evaluasi *kognitif* yaitu jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan. Kualitas layanan adalah semacam sikap keseluruhan evaluasi dan keduanya (kualitas layanan dan sikap) tersebut dipandang serupa. Menurut **Lovelock** dan **Wright** menyatakan dimensi kualitas pelayanan berdasarkan riset ada lima yang disebut *Serqual Scale*, yaitu :

1. *Realibility* : kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan secara mandiri dan tepat
2. *Responsiviness* : keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang tepat
3. *Assurance* : Pengetahuan dan keramahtamahan staff/karyawan serta kemampuan mereka untuk dipercaya
4. *Emphaty* : Peduli dan perhatian pada setiap pelanggan
5. *Tangibles* : Penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, staff/karyawan dan materi tertulis dari perusahaan.

### 2.2.3 *Standart* Kualitas Layanan

Kualitas layanan dari satu hotel yang satu dengan yang lain bervariasi. Standart kualitas layanan seharusnya selalu konsisten sejak dimulainya proses layanan, dari awal penyampaian layanan hingga berakhirnya layanan.

Peran karyawan dalam menyampaikan layanan dalam banyak kasus yang langsung berhubungan dengan tamu merupakan wakil dari perusahaan layanan sehingga tamu akan memperoleh kesan yang mendalam dari proses interaksi langsung itu, baik karyawan yang berada di garis depan atau melakukan kontak langsung dengan pelanggan maupun yang mendukung aktivitas layanan dari belakang layar. **Lovelock** dan **Wirtz** menambahkan bahwa *frontline staff* mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan tamu dalam menyampaikan layanan dan membangun hubungan interpersonal dengan pelanggan tetapnya sehingga dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan. Untuk dapat bertindak profesional karyawan harus memenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut ini:

1. *Dependability* (dapat dipercaya)
2. *Attendance* (kehadiran)
3. *Attitude* (sikap)
4. *Initiative* (inisiatif)
5. *Personality* (kepribadian)
6. *Quantity* (hasil kerja)
7. *Adaptability* (adaptasi)
8. *Discipline* (disiplin)
9. *Quality* (kualitas)

#### 10. *Job knowledge* (pengetahuan atas pekerjaan)

Untuk dapat mewujudkan kepuasan pada tamu secara sempurna, perusahaan harus memberikan pelayanan yang bermutu tinggi, mengingat kualitas pelayanan dengan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan tamu. Penentuan terhadap kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang tamu, karena mereka yang menikmati jasa. Maka tamu pula yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan jasa. Sebelum menikmati jasa, tamu mempunyai harapan besar terhadap jasa yang digunakan. Harapan ini merupakan keyakinan tamu sebelum mencoba atau membeli suatu jasa yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja jasa tersebut. Oleh karena itu perlu diketahui atas kualitas pelayanan di Hotel Bumi Surabaya, karena dengan mengetahui kepuasan pelayanan perusahaan dapat mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan selama ini. Apabila kepuasan tamu belum tercapai maka perusahaan dapat melakukan perbaikan-perbaikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh tamu. Hal ini sangat diperlukan untuk mencapai loyalitas pelanggan, menghemat biaya untuk mencari tamu baru dan biaya untuk membangun kembali citra karena wanprestasi.

Jadi mempertahankan pelanggan yang ada melalui kualitas yang memuaskan merupakan hal yang sangat penting. Jasa itu sendiri merupakan suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu produksinya dapat berkenaan dengan sebuah produk fisik maupun non fisik.



#### 2.2.4 Pengertian dan Definisi *Front Office*

Pengertian dan definisi *Front Office* pada sebuah perusahaan adalah bagian atau *department* yang bertanggung jawab dalam mengatasi semua keperluan-keperluan dalam perusahaan tersebut. *Front Office* menurut sudut pandang tamu merupakan cermin dari sebuah hotel itu sendiri. Bagian ini juga disebut sebagai *the first impression* atau tampilan awal yang akan menentukan *image* suatu perusahaan. *Front Office* juga disebut sebagai jantung hotel, karena segala pusat kegiatan bermula dari ini mulai tamu datang, tamu menginap dan sampai tamu meninggalkan hotel berhubungan dengan bagian ini.

Untuk membantu pelaksanaan fungsi tersebut maka *Front Office* terbagi menjadi beberapa Sub Bagian yang masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda-beda, yaitu:

1. Bagian Pemesanan Kamar (*Reservation*)

Department ini adalah bagian pertama yang di hubungi tamu sebelum tamu datang atau menginap di hotel.

2. Bagian Penerimaan Tamu (*Reception*)

Bagian yang melakukan pendaftaran atau registrasi tamu yang akan menginap di Hotel.

3. Bagian Penanganan Barang-Barang Tamu (*Belldesk*)

Bagian yang bertanggung jawab atas penanganan barang-barang tamu yang *check-in* dan *check-out* serta menangani penitipan barang/koper dan juga menjemput atau mengantar tamu pada saat datang dan berangkat.

4. Bagian Informasi (*Concierge*)

Bagian ini bertugas memberikan informasi dan penjelasan-penjelasan kepada semua tamu yang menginap di hotel maupun yang tidak menginap.

5. Bagian Pembayaran (*Front Office Cashier*)

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab menanganii pembayaran seluruh transaksi tamu selama menginap di hotel.

6. Bagian Jasa Kesekretariatan (*Business Center*)

Bagian yang memenuhi kebutuhan tamu pada saat menginap di hotel, melayani tamu dalam memberikan jasa pengiriman surat, *facsimile*, *foto copy*, *printing*, *scanning*, *secretarial service*, *meeting room*, pemesanan tiket dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan tamu.

Fungsi *Front Office* :

- Menjual Akomodasi Hotel
- Menyambut dan mendaftar tamu yang *check-in*
- Melayani pemesanan kamar
- Menyiapkan *form-form* yang digunakan untuk pembayaran tamu
- Melayani & memberikan informasi serta permintaan tamu
- Melayani, menampung dan menyelesaikan keluhan tamu
- Melayani penitipan barang-barang berharga tamu
- Melakukan kerjasama yang baik dengan *department* yang lain untuk kelangsungan operasional hotel
- Melayani tamu yang membutuhkan bantuan terutama untuk bisnis tamu  
(<http://yessidzikri.wordpress.com/2010/01/09/pemasaran-hotel-hotel-marketing>)

### 2.2.5 Pengertian *Business Center*

*Business Center* menurut pakar di bidang hotel, **Ilie Gabriel Wantah** yaitu suatu bagian dari *Front Office* yang menyediakan layanan sekretariat dan memenuhi semua kebutuhan kantor bagi tamu untuk memperlancar bisnisnya selama menginap di hotel (1998:193). *Business Center* sangat memberikan kontribusi yang besar bagi hotel karena tamu-tamu yang menginap di hotel kebanyakan pebisnis dan pengusaha. Adapun beberapa fasilitas yang disediakan di *Business Center* seperti :

- a. Pemakaian *internet*, baik secara jam maupun paket
- b. *Foto copy*, yang biasa dihitung perlembar
- c. *Facsimile*, yang didasarkan jumlah lembar yang dikirim dan tujuan pengiriman
- d. *Meeting Room*, yang dihitung perjam dan berdasarkan luas dan fasilitas penunjang yang diberikan
- e. *Email*, yang bisa disamakan dengan penggunaan internet
- f. *Secretarial Service*, yang biasanya dibutuhkan oleh seorang *businessman* yang tidak mempunyai waktu untuk mengetik, menerjemahkan bahasa, *scanner*, dan lain sebagainya
- g. *Sending outgoing documen, letter and package*
- h. *Booking ticket*, yaitu melalui *bussines center* dengan cara menelepon travel agent untuk pemesanan tiket yang dipesan oleh tamu, baik tiket kereta maupun pesawat.

## 2.2.6 Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan *Business Center*

### 2.2.6.1 *Grooming*

#### 1. Rambut (*Hair*)

- Rambut agar ditata tidak menutupi wajah
- Jangan menggunakan minyak rambut berlebihan
- Jangan menggunakan pengeras rambut (*hair spray*) berlebihan
- Tatanan rambut (*hair modeling*) harus sesuai aturan
- Jangan memaksakan tatanan mode yang sedang *trendy*

#### a. Rambut Wanita

- Dijinkan menggunakan bando dengan warna hitam polos
- Rambut panjang yang melebihi rambut, harus digulung (ditata) rapi
- Jepit rambut, pita, karet untuk menjaga agar rambut tetap rapi harus berwarna hitam polos dengan ukuran warna yang sesuai

#### b. Rambut Pria

- Panjang rambut dibagian belakang tidak boleh melebihi kerah baju
- Rambut berwarna hitam
- *Type* atau *style* potongan rambut agar sesuai aturan (rapi)
- Tidak berkumis
- Tidak berjenggot
- Tidak berjambang

#### 2. Kulit (*Skin*)

Kebersihan kulit sangat perlu diperhatikan karena kulit yang bersih akan memberikan kesan yang baik kepada tamu. Membersihkan kulit dapat dilakukan dengan cara mandi. Mandi yang direkomendasikan

oleh para ahli kesehatan yaitu dua kali sehari. Mandi yang sesuai standart yakni dengan menggunakan sabun dan bagian yang tertutuppun juga harus dibersihkan yakni alat kelamin dan dubur, karena merupakan saluran pengeluaran dari tubuh. Apabila tidak dibersihkan akan menjadi kotoran yang menumpuk dan akan menyebabkan penyakit bagi tubuh. Selain dengan mandi, menjaga kulit juga dapat dilakukan dengan memakai *moisturizing* atau *lotion* pada bagian luar kulit.

### 3. Gigi (*Teeth*)

Kebersihan gigi perlu diperhatikan waktu berhadapan dengan tamu, karena secara tidak langsung ketika kita berbicara dengan tamu, gigi kita terlihat oleh tamu tersebut. Kebersihan gigi dapat dilakukan dengan menggosok gigi setiap hari dengan pasta gigi. Jika tidak, gigi kita akan terinfeksi oleh kuman-kuman penyakit yang nantinya akan bisa membuat nafas tidak sedap, warna gigi berubah, kerusakan gigi dan gusi, serta yang paling parah yaitu keroposnya gigi. Untuk itu gigi harus tetap dirawat secara teratur dan konsisten. Setidaknya enam bulan sekali melakukan pengecekan kesehatan gigi di dokter gigi.

### 4. Tangan (*Hands*)

- Tangan harus selalu bersih dan berkesan bersih
- Kuku harus dipotong pendek dan tidak bernoda
- Kuku dipotong rapi, rata, dan tidak ada yang patah
- Karyawan wanita yang bekerja operation (*Front office, Housekeeping, Restaurant, dan Bar*) diijinkan memakai cat kuku berwarna bening

- Karyawan wanita yang tidak berhubungan langsung dengan tamu diijinkan menggunakan cat kuku berwarna bening atau warna yang tidak mencolok

#### 5. Kesehatan Menstruasi (*Menstrual Hygiene*)

Menstruasi memang merupakan takdir dari seorang perempuan. Namun untuk hal yang satu ini pun harus dijaga kesehatannya. Riset menunjukkan 1% dari wanita yang menstruasi membawa bakteri *Staphylococcus aureus* di dalam liang peranakan mereka. Bakteri ini dapat menyebabkan infeksi dan peradangan pada saluran reproduksi wanita. Peradangan ini dapat menyebabkan demam tinggi, mual-mual, bau yang tidak sedap, dan diare pada saat menstruasi. Untuk mencegah terjadinya peradangan tersebut, para wanita harus membersihkan alat kelaminnya setiap hari dengan menggunakan sabun khusus kewanitaan.

#### 6. Pakaian Seragam (*Uniform*)

- Dijaga dengan baik agar dapat digunakan sesuai dengan waktunya
- Tidak ada bagian-bagian yang robek
- Selalu rapi dan tidak kusut
- Dikancing lengkap sesuai dengan desain
- Selalu bersih dan tidak ada noda
- Gunakan pakaian seragam yang sesuai dengan ukuran tubuh

#### 7. Pelat Nama (*Name Tag*)

- *Name tag* selalu dipakai selama bertugas sesuai dengan desainnya
- Dijaga agar utuh dan mudah dibaca
- Bersih, tidak tergores dan tidak ternoda

#### 8. Kebersihan Badan (*Body Cleanliness*)

- Sering mandi 3x sehari dan terutama saat memulai tugas
- Hindari bau badan, gunakan *deodorant* seperlunya. Hal yang paling menjengkelkan wisatawan adalah bau badan dan kehilangan senyum.

#### 9. Jam Tangan (*Watch*)

- Hanya diijinkan menggunakan satu jam tangan, ditangan kiri atau kanan
- Jam tangan tidak boleh berwarna-warna
- Permukaan jam tidak boleh melebihi ukuran permukaan pergelangan tangan
- Karyawan dapur tidak diijinkan memakai jam tangan selama bertugas

#### 10. Anting-anting (*Earing*)

- Hanya karyawan wanita yang boleh menggunakan anting-anting.
- Jangan memakai anting-anting yang berjuntai
- Hanya satu pasang anting-anting atau giwan yang boleh dipakai
- Ukuran anting-anting tidak boleh bergaris tengah lebih dari 2cm
- Warna anting-anting adalah warna emas, perak dan mutiara

#### 11. Kalung, Gelang dan Cincin (*Jewelry*)

##### a. Karyawan wanita di bagian *Operation*

- Tidak diijinkan memakai gelang
- Tidak boleh memakai kalung

- Hanya satu cincin kawin yang boleh dipakai ditangan kiri atau kanan

b. Karyawan wanita di bagian Administrasi

- Boleh memakai kalung desain sederhana
- Boleh memakai gelang desain sederhana
- Boleh memakai satu cincin desain sederhana

#### 12. Kaki (*Foot*)

- Kuku kaki dipotong pendek, tidak boleh lebih panjang dari ujung kaki
- Kuku kaki harus selalu bersih dan tidak bernoda
- Hanya cat kuku kaki yang berwarna bening yang boleh dipakai karyawan

#### 13. Alas Kaki (*Foot Wear*)

- Sepatu dan sandal yang digunakan harus sesuai dengan ukuran kaki
- Alas kaki yang digunakan harus berwarna hitam
- Sepatu, sandal, dan alas kaki lainnya harus dipakai adalah yang sesuai dengan desain yang disediakan perusahaan
- Kaos kaki dan *stocking* berwarna hitam, atau yang ditetapkan perusahaan

#### **2.2.6.2 Etika Pelayanan**

*Handling by Phone :*

- Menyebutkan Waktu
- Menyebutkan Nama *Department*
- Menyebutkan Identitas kita



- Menawarkan Bantuan

Ex : *Good Morning*

*Business Center, Shanti speaking*

*May I help you??*

### **Penanganan *Complain* tamu**

Apabila ada tamu yang complain tentang pelayanan atau kerusakan fasilitas hotel *receptionist* mengatasinya dengan **HEAT**:

- *Hear* : Mendengarkan complain atau keluhan tamu yang dikatakan oleh tamu tanpa memotong pembicaraan tamu.
- *Empaty* : Berempati atau turut merasakan apa yang dialami oleh tamu.
- *Apologize* : Meminta maaf kepada tamu lebih dulu sambil menenangkan tamu agar kemarahan tamu tidak mengganggu tamu lain.
- *Take Action* : Mencoba menyelesaikan masalah dengan memeriksa kebenarannya terlebih dahulu, dan jika bisa memperbaiki fasilitas yang rusak tersebut sesegera mungkin langsung diperbaiki.

### **2.2.6.3 Kinerja Karyawan**

- a. Menulis dan berbicara yang sangat baik dalam berkomunikasi
- b. Mengerti etika bertelepon dengan cara yang ramah
- c. Kemampuan untuk mendekati diri dengan tamu
- d. Kesabaran dan kebijaksanaan

- e. Kemampuan untuk tetap tenang di bawah tekanan
- f. Kemampuan dalam pemecahan masalah
- g. Kemampuan untuk menggunakan teknologi komputerisasi
- h. Akurasi dan perhatian terhadap detail

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Karyawan**

Menurut **Timpe** (1993) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, yaitu :

1. Kinerja baik, dipengaruhi oleh dua faktor :
  - a. *Internal* ( Pribadi )
    - Kemampuan Tinggi
    - Kerja Keras
  - b. *Eksternal* ( Lingkungan )
    - Pekerjaan mudah
    - Nasib baik
    - Bantuan dari rekan-rekan
    - Pemimpin yang baik
2. Kinerja jelek, dipengaruhi dua factor :
  1. *Internal* ( Pribadi )
    - Kemampuan rendah
    - Upaya sedikit
  2. *Eksternal* ( Lingkungan )
    - Pekerjaan sulit
    - Nasib buruk

- Rekan-rekan kerja tidak produktif
- Pemimpin yang tidak simpatik

(<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/kinerja-karyawan-definisi-faktor-yang.html>)

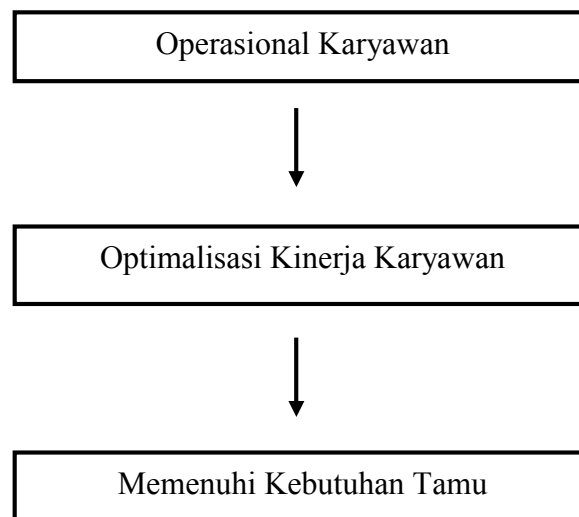
#### **2.2.6.4 Standart Operational Prosedure (SOP)**

Dilihat dari fungsinya, SOP berfungsi membentuk sistem kerja & aliran kerja yang teratur, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan; menggambarkan bagaimana tujuan pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan kebijakan dan peraturan yang berlaku; menjelaskan bagaimana proses pelaksanaan kegiatan berlangsung; sebagai sarana tata urutan dari pelaksanaan dan pengadministrasian pekerjaan harian sebagaimana metode yang ditetapkan; menjamin konsistensi dan proses kerja yang sistematis; dan menetapkan hubungan timbal balik antar Satuan Kerja. Secara umum, SOP merupakan gambaran langkah-langkah kerja (sistem, mekanisme dan tata kerja *internal*) yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu tugas untuk mencapai tujuan perusahaan. SOP sebagai suatu dokumen/instrumen memuat tentang proses dan prosedur suatu kegiatan yang bersifat efektif dan efisien berdasarkan suatu standar yang sudah baku. Pengembangan instrumen manajemen tersebut dimaksudkan untuk memastikan bahwa proses pelayanan di seluruh unit kerja hotel dapat terkendali dan dapat berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini, penulis menetapkan alur yang dipakai mulai dari yang secara umum mengenai optimalisasi pelayanan guna

memenuhi kebutuhan tamu di *Business Center* yang dilakukan seperti *grooming*, etika pelayanan, kinerja karyawan, faktor-faktor kinerja karyawan dan *standart operational procedure* kemudian konsep kualitas layanan dan *standart* kualitas layanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu di *Business Center* Hotel Bumi Surabaya, sehingga bermanfaat bagi Hotel dan terwujudnya kepuasan tamu yaitu kembalinya tamu ke Hotel di lain waktu sehingga karyawan bekerja menjadi semangat dan disiplin.



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran  
Tahun : 2012