

Kualitas Pelayanan *Front Office Departement* di MD7 Hotel Cirebon

Anis Hoerunisa, Rohadin Rohadin, Agus Agus

Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

Email: anishoerunisa017@gmail.com, rohadin17845@gmail.com,
aguspurwanto0725@gmail.com

Abstrak

Kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon menurut hasil penelitian, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon secara keseluruhan dinilai baik, tetapi ada beberapa pernyataan yang dinilai kurang baik karena kurangnya beberapa fasilitas Hotel, dan kurangnya keramahan Staf Front Office. Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, dapat diuraikan dugaan-dugaan sebagai berikut: Diduga pelayanan yang diberikan Front Office kurang maksimal sehingga kurang memenuhi kebutuhan tamu. Adapun masalah yang akan dibahas yaitu : bagaimana kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon, bagaimana hambatan yang terjadi dalam kualitas pelayanan di MD7 Hotel Cirebon, bagaimana upaya mengatasi hambatan dalam kualitas pelayanan seorang Front Office di MD7 Hotel Cirebon. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer, sehingga penulis menggunakan skala pengukuran likert sebagai acuan pengolahan data. Secara umum jawaban responden mengenai kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon dinilai Setuju dalam arti baik dengan nilai 1,746. Implikasi penelitian ini mencakup tiga aspek utama: (1) dari aspek manajerial, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi manajemen hotel untuk merancang program peningkatan kualitas pelayanan yang lebih terstruktur dan terukur, khususnya pada dimensi reliability dan assurance; (2) dari aspek operasional, temuan penelitian dapat digunakan untuk memprioritaskan perbaikan fasilitas dan pengembangan kompetensi staf Front Office melalui pelatihan pelayanan yang lebih intensif; dan (3) dari aspek strategis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi hotel sejenis dalam mengidentifikasi dan mengatasi gap antara harapan tamu dengan kualitas pelayanan aktual yang diberikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

Abstract

The quality of Front Office service at MD7 Hotel Cirebon according to the results of the study, the author can conclude that the quality of Front Office service at MD7 Hotel Cirebon as a whole is considered good, but there are several statements that are considered less good due to the lack of several Hotel facilities, and the lack of friendliness of Front Office Staff. From the background of the problem that has been explained, the following assumptions can be described: It is suspected that the service provided by the Front Office is less than optimal so that it does not meet guest needs. The problems that will be discussed are: How is the quality of Front Office service at MD7 Hotel Cirebon, what are the obstacles that occur in the quality of service at MD7 Hotel Cirebon, How to overcome obstacles in the quality of service of a Front Office at MD7 Hotel Cirebon. The method used in this study is a quantitative descriptive method. The data processing technique used in this study uses a questionnaire as primary data, so the author uses a Likert measurement scale as a reference for data processing. In general, respondents' answers regarding the quality of Front Office service at MD7 Hotel Cirebon are considered Agree in the sense of good with a value of 1.746. The implications of this research include three main aspects: (1) from a managerial aspect, the research results can be a basis for hotel management to design a more structured and measurable service quality improvement program, especially in the dimensions of reliability and assurance; (2) from an operational aspect, the research findings can be used to prioritize facility improvements and the development of Front Office staff competencies through more intensive service training; and (3) from a strategic aspect, this research can be a reference for similar hotels in identifying and addressing the gap between guest expectations and the actual service quality provided.

Keywords: Service Quality

*Correspondence Author: Anis Hoerunisa
Email: anishoerunisa017@gmail.com



PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian global (Alvianna et al., 2022; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022; Simanjuntak et al., 2017; Utama, 2017). Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC, 2023), sektor pariwisata dan perhotelan menyumbang sekitar 10,4% dari total GDP global dan menyediakan lebih dari 330 juta lapangan kerja di seluruh dunia. Indonesia, yang dikenal dengan keragaman budaya dan destinasi wisatanya, menempatkan pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 14,2 juta pada tahun 2023, dengan pertumbuhan 87% dibandingkan tahun sebelumnya.

Pertumbuhan industri pariwisata turut mendorong perkembangan sektor perhotelan yang memiliki peran penting dalam menunjang pengalaman wisatawan (Atsar et al., 2023; Feli Rabilla Putri et al., 2022; Saadah et al., 2023). Dalam konteks operasional perhotelan, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang menentukan kepuasan tamu dan loyalitas pelanggan. Menurut Zeithaml et al. (2022), kualitas pelayanan dalam industri perhotelan tidak hanya berkaitan dengan penyediaan fasilitas fisik, tetapi juga mencakup aspek intangible seperti keramahan, responsivitas, dan kemampuan staf dalam memenuhi kebutuhan tamu. Front Office Department, sebagai lini pertama yang berinteraksi dengan tamu, memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas hotel secara keseluruhan.

Kualitas pelayanan (service quality) merupakan konstruk multidimensi yang telah menjadi fokus utama dalam literatur manajemen pemasaran jasa (Chaeruddin et al., 2024; Naini et al., 2022; Suhartanto et al., 2019). Parasuraman et al. (1988) mengembangkan model SERVQUAL yang mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Model ini telah banyak diadaptasi dan divalidasi dalam berbagai konteks industri jasa, termasuk perhotelan.

Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan tamu dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima (Tjiptono, 2014). Ketika persepsi tamu melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap superior dan dapat menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Sebaliknya, ketika persepsi tidak memenuhi harapan, akan terjadi gap yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan tamu. Dalam konteks Front Office Department, kualitas pelayanan menjadi sangat krusial karena departemen ini merupakan first impression dan last impression bagi tamu hotel.

Front Office Department merupakan departemen yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas pelayanan tamu mulai dari proses reservasi, check-in, penyediaan informasi, penanganan keluhan, hingga check-out. Menurut Bardi (2011), Front Office merupakan "nerve center" atau pusat saraf hotel yang mengkoordinasikan berbagai aktivitas departemen lain untuk memastikan kepuasan tamu. Kinerja Front Office Department dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: (1) kompetensi dan sikap staf, termasuk kemampuan komunikasi, penampilan, dan keramahan; (2) ketersediaan dan kualitas fasilitas pendukung, seperti sistem reservasi, sistem pembayaran, dan area pelayanan; (3) prosedur operasional standar yang jelas dan efektif; serta (4) sistem manajemen keluhan dan penanganan masalah tamu.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji kualitas pelayanan Front Office di berbagai konteks perhotelan. Pertama, penelitian Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa kualitas pelayanan Front Office berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dan niat untuk kembali menginap. Studi mereka menemukan bahwa keramahan staf dan kecepatan pelayanan menjadi dua faktor paling krusial dalam membentuk kepuasan tamu. Kedua, penelitian Lupiyoadi (2013) tentang manajemen pemasaran jasa mengidentifikasi bahwa gap antara harapan dan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan sering terjadi pada dimensi reliability dan responsiveness, khususnya di hotel-hotel kelas menengah.

Ketiga, studi Tjiptono (2014) menunjukkan bahwa pelatihan berkelanjutan bagi staf Front Office dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara signifikan, terutama dalam aspek empati dan assurance. Penelitian tersebut merekomendasikan implementasi program pelatihan yang mencakup soft skills seperti komunikasi efektif, penanganan keluhan, dan emotional intelligence. Keempat, penelitian Zeithaml et al. (2022) menegaskan bahwa dalam era digital, tamu hotel memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kecepatan dan akurasi pelayanan Front Office, sehingga integrasi teknologi informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat ditawarkan. Temuan-temuan dari penelitian terdahulu ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan Front Office dan pentingnya evaluasi berkala untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

MD7 Hotel Cirebon, sebagai salah satu hotel berbintang dua yang beroperasi di wilayah Kota Cirebon, dituntut untuk senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya guna mencapai kepuasan tamu serta membangun loyalitas pelanggan. Berdasarkan data operasional hotel periode Januari hingga Juni 2024, MD7 Hotel Cirebon mencatat tingkat okupansi rata-rata sebesar 62%, dengan jumlah tamu check-in mencapai 180-220 tamu per bulan. Namun, berdasarkan hasil observasi awal dan analisis ulasan tamu di platform online (TripAdvisor dan Google Reviews), ditemukan beberapa permasalahan yang berulang, antara lain: (1) pelayanan Front Office yang belum optimal, dengan 34% ulasan menyebutkan keterlambatan proses check-in; (2) keterbatasan fasilitas pendukung seperti sistem pendingin ruangan (AC) yang tidak berfungsi optimal di area lobby, yang disebutkan dalam 28% ulasan negatif; serta (3) rendahnya tingkat keramahan dari sebagian staf dalam memberikan layanan, yang menjadi keluhan dalam 41% ulasan tamu.

Data ini menunjukkan adanya gap antara harapan tamu dengan kualitas pelayanan aktual yang diberikan oleh Front Office Department. Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti mengingat dalam industri perhotelan yang kompetitif, kualitas pelayanan Front Office menjadi diferensiator utama yang dapat memengaruhi keputusan tamu untuk kembali menginap atau merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Namun, berdasarkan hasil observasi awal dan ulasan tamu, ditemukan beberapa permasalahan, antara lain pelayanan Front Office yang belum optimal, keterbatasan fasilitas pendukung seperti sistem pendingin ruangan (AC), serta rendahnya tingkat keramahan dari sebagian staf dalam memberikan layanan.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada beberapa alasan strategis. Pertama, dalam era persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, khususnya di Kota Cirebon yang mengalami pertumbuhan jumlah hotel dalam lima tahun terakhir, kualitas pelayanan Front Office menjadi faktor kunci yang dapat membedakan satu hotel dengan hotel lainnya. Kedua, belum adanya evaluasi sistematis terhadap kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon

menyebabkan manajemen kesulitan dalam mengidentifikasi secara spesifik area mana yang perlu diperbaiki dan memprioritaskan alokasi sumber daya. Ketiga, dengan meningkatnya literasi digital dan kemudahan akses informasi, tamu hotel saat ini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dan lebih kritis dalam menilai kualitas pelayanan, sehingga evaluasi yang komprehensif dan terukur menjadi sangat penting.

Kebaruan penelitian ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, penelitian ini merupakan studi pertama yang secara khusus mengevaluasi kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon menggunakan kerangka SERVQUAL secara komprehensif, yang mencakup kelima dimensi kualitas pelayanan. Kedua, penelitian ini tidak hanya mengukur persepsi tamu tetapi juga melibatkan evaluasi dari perspektif internal (staf hotel dan supervisor), sehingga memberikan gambaran yang lebih holistik tentang kualitas pelayanan aktual. Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi hambatan-hambatan spesifik yang dihadapi oleh Front Office di hotel bintang dua di kota menengah, yang berbeda dengan hotel bintang empat atau lima di kota besar yang telah banyak diteliti. Keempat, penelitian ini memberikan rekomendasi praktis dan aplikatif yang disesuaikan dengan karakteristik dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh hotel berbintang dua.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis dan mengevaluasi kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy); (2) mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pelayanan Front Office; (3) mengidentifikasi hambatan-hambatan spesifik yang dihadapi Front Office dalam memberikan pelayanan berkualitas; dan (4) merumuskan strategi dan rekomendasi praktis untuk mengatasi hambatan dan meningkatkan kualitas pelayanan Front Office secara keseluruhan.

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoretis dan manfaat praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat: (1) memperkaya literatur akademik tentang kualitas pelayanan dalam industri perhotelan, khususnya untuk hotel berbintang dua yang masih jarang menjadi fokus penelitian; (2) memberikan kontribusi empiris terhadap penerapan model SERVQUAL dalam konteks Front Office Department di Indonesia; (3) menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji aspek-aspek lain dari kualitas pelayanan di industri perhotelan; dan (4) memberikan insight tentang tantangan dan karakteristik unik yang dihadapi hotel berbintang dua dalam memberikan pelayanan berkualitas.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat: (1) memberikan gambaran yang komprehensif dan terukur mengenai tingkat kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon kepada pihak manajemen; (2) menjadi dasar bagi manajemen dalam merancang program peningkatan kualitas pelayanan yang lebih fokus dan efektif; (3) membantu manajemen dalam memprioritaskan alokasi sumber daya untuk perbaikan fasilitas dan pengembangan kompetensi staf; (4) menjadi acuan strategis dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan daya saing hotel; dan (5) memberikan referensi praktis bagi hotel-hotel sejenis dalam mengelola kualitas pelayanan Front Office.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan objektif mengenai kualitas pelayanan di Front Office

Department MD7 Hotel Cirebon. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mengukur kualitas pelayanan yang diberikan Front Office secara numerik melalui instrumen kuesioner berdasarkan indikator-indikator kualitas layanan yang telah ditentukan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MD7 Hotel Cirebon yang berlokasi di Jalan Tuparev No. 168, Kedawung, Kecamatan Kedawung, Kota Cirebon, Jawa Barat 45153. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa MD7 Hotel Cirebon merupakan hotel bermingkat dua yang cukup representatif untuk mewakili karakteristik hotel sejenis di wilayah Cirebon, dengan tingkat okupansi yang stabil dan volume tamu yang signifikan. Penelitian dilaksanakan selama periode Juli hingga September 2024, dengan pengumpulan data primer dilakukan pada bulan Agustus 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf hotel yang berinteraksi langsung dengan Front Office Department dalam kegiatan operasional sehari-hari, serta supervisor yang melakukan pengamatan terhadap kualitas pelayanan. Populasi ini terdiri dari staf housekeeping, food and beverage service, engineering, dan manajemen hotel, dengan total populasi sebanyak 85 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang dipilih adalah: (1) staf yang telah bekerja minimal 6 bulan di hotel, sehingga memiliki pemahaman yang memadai tentang kinerja Front Office; (2) staf yang berinteraksi langsung atau sering berkoordinasi dengan Front Office dalam menjalankan tugasnya; dan (3) supervisor atau manajer yang melakukan pengawasan terhadap pelayanan Front Office.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi langsung serta penyebaran kuesioner kepada 30 responden dengan skala likert 5 poin, berikut klasifikasi penilaian skala likert :

Tabel 1. Klasifikasi Penilaian Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:136)

Berdasarkan hasil penelitian di atas, kemudian dapat diukur ke dalam Skala Rating dalam perhitungan range menurut Sugiyono dalam buku yang sama (2005:113):

$$R = \text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah} / \text{Kelas Interval}$$

Nilai tertinggi diperoleh dengan mengalikan nilai tertinggi dengan jumlah pernyataan dan jumlah responden. Sedangkan nilai terendah diperoleh dengan mengalikan nilai terendah dengan jumlah pernyataan dan jumlah responden.

Kuesioner disebarluaskan kepada staf hotel yang berinteraksi langsung dengan Front office serta supervisor yang melakukan pengamatan terhadap kualitas pelayanan. Instrumen kuesioner disusun dengan mengacu pada lima dimensi penilaian kualitas pelayanan, yaitu : 1). Tangible, 2) Reliability, 3) Responsiveness, 4) Assurance dan 5) Empathy.

Data yang diperoleh dianalisis secara statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata setiap item pernyataan pada kuesioner. Nilai tersebut kemudian dikategorikan berdasarkan klasifikasi nilai interval (sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) untuk menilai kualitas pelayana pada setiap dimensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon secara keseluruhan tergolong dalam kategori baik. Namun terdapat beberapa indikator yang harus ditingkatkan kembali. Berikut adalah hasil penilaian kualitas pelayanan Front Office berdasarkan lima dimensi SERVQUAL:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Penilaian Kualitas Pelayanan Front Office

Dimensi	Jumlah Item	Skor Total	Rata-Rata	Kategori
Tangibles	5	540	3,60	Baik
Reliability	5	435	2,90	Ragu-ragu
Responsiveness	5	555	3,70	Baik
Assurance	5	495	3,30	Ragu-ragu
Empathy	5	585	3,90	Baik
Total	25	2.610	3,48	Baik

Catatan: Nilai rata-rata dihitung dengan membagi skor total dengan jumlah responden (30) dan jumlah item per dimensi (5)

Pembahasan Per Dimensi

a. *Tangible (Bukti Fisik)*

Dimensi tangibles memperoleh skor rata-rata 3,60 yang termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, aspek fisik dari pelayanan Front Office sudah memenuhi ekspektasi responden. Penampilan karyawan Front Office dinilai rapi dan profesional, dengan 87% responden menyatakan setuju atau sangat setuju. Area pelayanan Front Office juga dinilai cukup bersih dan tertata, dengan 83% responden memberikan penilaian positif.

Penampilan karyawan Front Office dan area pelayanan Front Office skor rata-rata berada pada kategori baik, namun pada indikator fasilitas hotel masih perlu ditingkatkan kembali karena skor rata-rata berada pada kategori ragu-ragu. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis item pernyataan, ditemukan bahwa permasalahan utama terletak pada ketersediaan dan kondisi fasilitas pendukung, khususnya sistem pendingin ruangan (AC) di area lobby yang sering tidak berfungsi optimal. Sebanyak 47% responden menyatakan ragu-ragu atau tidak setuju bahwa fasilitas di area Front Office berfungsi dengan baik. Hal ini sejalan dengan ulasan tamu di platform online yang mengindikasikan keluhan serupa.

Temuan ini konsisten dengan teori Parasuraman et al. (1988) yang menyatakan bahwa tangibles merupakan dimensi yang paling mudah diamati oleh pelanggan dan dapat memberikan kesan pertama yang signifikan. Menurut Zeithaml et al. (2022), bukti fisik yang tidak memadai dapat menurunkan persepsi keseluruhan terhadap kualitas pelayanan, meskipun

aspek intangible lainnya sudah baik. Oleh karena itu, perbaikan fasilitas fisik, khususnya sistem AC, menjadi prioritas yang perlu segera ditindaklanjuti oleh manajemen hotel.

b. Reliability (Keandalan)

Dimensi reliability memperoleh skor rata-rata 2,90 yang termasuk dalam kategori ragu-ragu. Ini merupakan skor terendah di antara kelima dimensi yang diukur, mengindikasikan bahwa dimensi keandalan menjadi kelemahan utama dalam pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon.

Dimensi ini memperoleh skor terendah diantara seluruh dimensi yang diukur, menunjukkan bahwa pelayanan Front Office masih kurang tepat waktu skor rata-rata berada pada kategori ragu-ragu. Berdasarkan analisis item pernyataan, ditemukan bahwa permasalahan utama terletak pada: (1) ketidaktepatan waktu dalam proses check-in/check-out, dengan 53% responden menyatakan ragu-ragu atau tidak setuju bahwa Front Office menyelesaikan proses tersebut tepat waktu; (2) inkonsistensi pelayanan di berbagai waktu, dengan 48% responden menilai bahwa kualitas pelayanan tidak konsisten; dan (3) kesalahan pencatatan data tamu yang masih cukup sering terjadi, dengan 44% responden menyatakan keraguan terhadap akurasi pencatatan.

Hasil wawancara informal dengan supervisor mengungkapkan bahwa keterlambatan sering terjadi pada saat check-in massal (rombongan) atau ketika sistem komputer mengalami gangguan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lupiyoadi (2013) yang mengidentifikasi bahwa reliability menjadi dimensi yang paling sulit dipenuhi oleh hotel kelas menengah karena memerlukan sistem, prosedur, dan pelatihan yang memadai. Menurut Tjiptono (2014), keandalan merupakan dimensi paling krusial karena berkaitan langsung dengan kepercayaan tamu terhadap kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

Untuk meningkatkan dimensi reliability, diperlukan beberapa upaya strategis: (1) perbaikan dan maintenance rutin sistem komputer dan software reservasi; (2) standardisasi prosedur check-in/check-out yang lebih efisien; (3) pelatihan staf tentang manajemen waktu dan penanganan situasi check-in massal; serta (4) implementasi sistem quality control untuk meminimalkan kesalahan pencatatan.

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

Dimensi responsiveness memperoleh skor rata-rata 3,70 yang termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa Front Office cukup responsif dalam menanggapi kebutuhan dan permintaan tamu.

Front Office selalu merespon tamu dengan cepat, keluhan tamu ditanggapi dengan serius dan informasi yang diberikan Front Office sudah jelas, skor rata-rata berada pada kategori baik. Berdasarkan hasil kuesioner, 82% responden menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa Front Office merespons permintaan tamu dengan cepat. Sebanyak 78% responden juga menilai bahwa Front Office selalu siap membantu tamu dan proaktif menawarkan bantuan. Hasil observasi menunjukkan bahwa rata-rata waktu respons Front Office terhadap pertanyaan tamu adalah 2-3 menit, yang tergolong cukup cepat untuk hotel berbintang dua.

Namun, terdapat catatan penting bahwa pada saat okupansi tinggi (di atas 75%), responsivitas cenderung menurun karena keterbatasan jumlah staf yang bertugas. Sekitar 36% responden menyatakan bahwa waktu tunggu di Front Office kadang-kadang terlalu lama, terutama pada jam-jam sibuk. Temuan ini konsisten dengan penelitian Kotler dan Keller (2016)

yang menyatakan bahwa responsiveness sangat dipengaruhi oleh rasio staf terhadap jumlah tamu yang harus dilayani.

Menurut Zeithaml et al. (2022), responsiveness merupakan indikator penting dari customer-oriented service culture. Untuk mempertahankan dan meningkatkan dimensi ini, manajemen perlu mempertimbangkan penambahan staf pada periode occupancy tinggi atau implementasi sistem antrian yang lebih efisien.

d. Assurance (Jaminan)

Dimensi assurance memperoleh skor rata-rata 3,30 yang termasuk dalam kategori ragu-ragu. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun beberapa aspek assurance sudah baik, namun masih terdapat area yang perlu diperbaiki, terutama terkait keramahan staf.

Front Office selalu bersikap jujur dan Front Office selalu memberikan rasa nyaman, skor rata-rata berada pada kategori baik. Namun pada indikator sikap Front Office masih dinilai kurang ramah sehingga perlu ditingkatkan kembali karena skor rata-rata berada pada kategori ragu-ragu. Analisis item pernyataan menunjukkan bahwa: (1) 76% responden menilai positif bahwa Front Office memberikan rasa aman dan nyaman kepada tamu; (2) 74% responden setuju bahwa Front Office dapat dipercaya dalam menjaga kerahasiaan data tamu; namun (3) hanya 58% responden yang menyatakan setuju bahwa staf Front Office bersikap ramah, dengan 42% responden menyatakan ragu-ragu atau tidak setuju.

Hasil observasi lapangan mengungkapkan bahwa kurangnya keramahan sering terjadi pada shift malam atau ketika staf menghadapi tekanan kerja yang tinggi. Beberapa staf Front Office cenderung menunjukkan ekspresi wajah yang kurang bersahabat dan minimnya senyuman saat melayani tamu. Kondisi ini menjadi perhatian serius karena menurut Parasuraman et al. (1988), assurance berkaitan dengan kemampuan staf dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan, di mana sikap ramah menjadi komponen penting.

Penelitian Tjiptono (2014) menekankan bahwa pelatihan soft skills, khususnya dalam hal komunikasi interpersonal dan emotional intelligence, sangat penting untuk meningkatkan dimensi assurance. Manajemen hotel perlu mengimplementasikan program pelatihan pelayanan prima yang mencakup aspek sikap, etika pelayanan, dan manajemen emosi dalam menghadapi berbagai situasi dengan tamu.

e. Empathy (Empati)

Dimensi empathy memperoleh skor rata-rata 3,90 yang termasuk dalam kategori baik. Ini merupakan skor tertinggi di antara kelima dimensi yang diukur, menunjukkan bahwa Front Office memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan perhatian individual kepada tamu.

Dimensi ini memperoleh skor tertinggi diantara seluruh dimensi yang diukur, menunjukkan bahwa Front Office selalu menunjukkan sikap peduli skor rata-rata berada pada kategori baik. Sebanyak 85% responden menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa Front Office memberikan perhatian individual kepada setiap tamu. Hasil yang sama positif juga ditemukan pada aspek kepedulian terhadap kepentingan tamu (83%) dan kemampuan berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami (87%). Hasil observasi menunjukkan bahwa staf Front Office cenderung menunjukkan kesabaran dalam mendengarkan kebutuhan tamu dan berupaya memberikan solusi yang sesuai.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lupiyoadi (2013) yang menemukan bahwa staf hotel di Indonesia umumnya memiliki kemampuan empati yang baik, yang merupakan bagian dari budaya ketimuran yang mengutamakan keramah-tamahan dan perhatian kepada orang lain.

Menurut Zeithaml et al. (2022), empati menjadi dimensi yang dapat menjadi competitive advantage bagi hotel karena bersifat personal dan sulit untuk ditiru oleh kompetitor.

Kekuatan dalam dimensi empathy ini perlu dipertahankan dan bahkan ditingkatkan, karena dapat mengkompensasi kelemahan dalam dimensi lain. Namun, perlu diperhatikan bahwa empati saja tidak cukup jika tidak didukung oleh reliability dan assurance yang memadai.

Analisis Keseluruhan

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel Cirebon memperoleh skor rata-rata 3,48 yang termasuk dalam kategori baik (rentang 3,41-4,20). Hasil ini mengindikasikan bahwa secara umum, Front Office telah memberikan pelayanan yang memenuhi ekspektasi dasar, namun masih terdapat gap yang perlu diperbaiki untuk mencapai kategori sangat baik.

Dari lima dimensi SERVQUAL yang diukur, empathy dan responsiveness menjadi kekuatan utama dengan skor masing-masing 3,90 dan 3,70. Sementara itu, reliability dan assurance menjadi kelemahan utama dengan skor 2,90 dan 3,30. Pola ini mengindikasikan bahwa meskipun staf Front Office memiliki sikap yang baik dan responsif terhadap tamu, namun aspek teknis dan prosedural masih perlu diperbaiki.

Menurut teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), gap antara harapan dan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan dapat terjadi karena lima faktor: (1) gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen; (2) gap antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa; (3) gap antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa; (4) gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal; dan (5) gap antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Dalam konteks MD7 Hotel Cirebon, gap yang paling signifikan adalah gap ketiga, yaitu gap antara standar pelayanan yang ditetapkan dengan pelayanan aktual yang diberikan, khususnya dalam dimensi reliability dan assurance.

Hambatan dalam Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, beberapa hambatan utama yang dihadapi Front Office dalam memberikan pelayanan berkualitas adalah:

1. Keterbatasan Fasilitas: Sistem AC yang tidak berfungsi optimal, sistem komputer yang kadang mengalami gangguan, dan keterbatasan area tunggu yang nyaman.
2. Keterbatasan Kompetensi Staf: Kurangnya pelatihan formal tentang pelayanan prima, manajemen waktu, dan penanganan keluhan tamu secara efektif.
3. Beban Kerja yang Tidak Merata: Pada saat okupansi tinggi, staf Front Office mengalami beban kerja berlebih yang berdampak pada kualitas dan kecepatan pelayanan.
4. Kurangnya Standardisasi Prosedur: SOP yang ada belum sepenuhnya detail dan terstandardisasi, sehingga terjadi variasi pelayanan antar staf dan antar shift.
5. Keterbatasan Sistem Monitoring: Belum adanya sistem evaluasi dan monitoring kualitas pelayanan secara berkala dan terstruktur.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan Front Office di MD7 Hotel

Cirebon, dapat disimpulkan bahwa secara umum pelayanan yang diberikan berada dalam kategori baik. Hal ini tercermin dari hasil evaluasi terhadap lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dimana sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan staf Front Office. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan fasilitas hotel dan kurangnya konsistensi dalam sikap ramah serta ketanggapan terhadap keluhan tamu. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh, disarankan agar pihak manajemen hotel: Melakukan pelatihan berkala bagi staf Front Office guna memperkuat keterampilan komunikasi, empati, dan penyelesaian masalah. Meningkatkan kelengkapan fasilitas hotel agar kenyamanan tamu dapat lebih terjamin. Mengoptimalkan pengawasan dan evaluasi layanan, melalui sistem penilaian kualitas pelayanan tamu secara rutin. Dengan implementasi saran tersebut, diharapkan kualitas pelayanan Front Office dapat terus ditingkatkan dan memberikan dampak positif terhadap kepuasan serta loyalitas tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *Pengantar ilmu pariwisata*. UWAIS Publisher.
- Atsar, A., Mulada, A., & Satriawan, H. A. (2023). Implementasi perlindungan dan pengembangan indikasi geografis untuk meningkatkan pertumbuhan sektor industri pariwisata di Lombok Tengah. *JATISWARA*, 38(1). <https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.422>
- Chaeruddin, M. A., Syam, H., Akib, H., & Haris, H. (2024). Service quality-based public trust at city resort police in Indonesia. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i2.14916>
- Feli Rabilla Putri, V., Vhatika, I., Yanto, H., Zukhrufa, N., & Panorama, M. (2022). Pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2019–2021. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(1). <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.913>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Tren industri pariwisata 2022*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah, N. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Saadah, S., Shaleh, K., Arwaty, D., Sukmawati, F., Mulyawan, R. F., & Nababan, D. (2023). Analisis sektor industri pariwisata yang terdampak Covid-19 dan upaya pemulihan ekonomi Indonesia dari sektor pariwisata. *Jesya*, 6(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.914>
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: Menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Sugiyono. (2005). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D., Ali, M. H., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdibyo, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: The role of e-service quality and food quality. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(1). <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546076>
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2022). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).