

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia, khususnya di bidang perhotelan merupakan industri yang fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangatlah dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal ialah faktor dari dalam hotel itu sendiri yaitu fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh hotel dan juga kualitas pelayanannya, sedangkan yang dimaksud faktor eksternal disini ialah faktor dari luar perusahaan yaitu faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan dari pemerintah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Timur Bapak Yulianto (Jawa Pos, 16 September 2004,p.7) bahwa pada bulan Juni sampai September 2004 tingkat hunian rata-rata hotel amatlah tinggi. Hal ini disebabkan karena pada bulan-bulan tersebut merupakan bulan untuk liburan sekolah sehingga banyak orang menghabiskan waktunya untuk berlibur. Adapun tingkat hunian rata-ratanya, untuk bintang tiga mencapai 80 persen, bintang empat 75 persen, sedangkan bintang lima 71 persen. Sedangkan pada akhir bulan September 2004 rata-rata tingkat hunian hotel mengalami penurunan, yaitu pada bintang tiga tingkat hunian rata-ratanya mencapai 61 persen, bintang empat 56 persen, bintang lima 45 persen.

Surabaya sebagai kota besar kedua di Indonesia menjadi tempat pilihan untuk berlibur dan berwisata bagi konsumen. Tidak hanya sebagai tujuan untuk berlibur, masyarakat juga memilih Surabaya sebagai salah satu tempat bisnis dimana para pelaku bisnis melakukan transaksi serta bertemu klien secara langsung. Maka dari itu bisnis perhotelan di Surabaya bersaing ketat agar tetap bertahan menjadi salah satu pilihan bagi para pelaku bisnis maupun wisatawan domestik dan manca negara.

Dari sekian banyak hotel di Surabaya, penulis memilih hotel JW Marriott Surabaya sebagai objek penelitiannya. Hotel JW Marriott Surabaya memiliki enam divisi yang saling terkait antara sistem operasional dan manajemennya, antara lain :

1. Divisi *Room*
2. Divisi *Food and Beverage*
3. Divisi *Finance*
4. Divisi *Human Resources*
5. Divisi *Engineering*
6. Divisi *Sales and Marketing*

Dari keenam divisi di atas terdapat tiga divisi yang memegang peranan penting dalam melakukan *guest contact* secara langsung. Ketiga divisi tersebut adalah divisi *Room*, *Food and Beverage*, dan *Sales and Marketing*. Divisi-divisi ini merupakan ujung tombak dari hotel JW Marriott Surabaya karena merekalah yang memberikan *good first impression* kepada tamu mulai dari tamu melakukan reservasi (*room* ataupun *banquet*), *check-in* hingga *check-out*. Sedangkan pada tiga divisi lainnya yaitu *Finance*, *Engineering* dan *Human Resources* mempunyai frekuensi yang kecil dalam melakukan *guest contact* secara langsung karena sebagian besar dari mereka bekerja di *back office*.

Pada penelitian ini, penulis menganalisa salah satu divisi yang memegang peranan penting dalam melakukan *guest contact* secara langsung yaitu *Room division*. *Room division* ini membawahi dua departemen, yaitu *Housekeeping* dan *Front Office*. Dan penulis lebih memfokuskan analisisnya pada salah satu *associate* dari *Front Office department* yaitu *Concierge* yang dikategorikan sebagai *associate* yang sering melakukan kontak langsung dengan tamu.

Secara garis besar tugas dan tanggung jawab *concierge* ialah menyambut tamu pada saat tamu memasuki *lobby area* lalu menawarkan bantuan untuk membawakan barang bawaan tamu serta mengantar tamu ke *Reception* untuk melakukan *check-in*, selanjutnya setelah tamu selesai *check-in* dan mendapat kunci kamar, *concierge* bertugas mengantar tamu hingga sampai ke kamar dan memberikan sedikit informasi mengenai fasilitas-fasilitas yang tersedia di kamar maupun di hotel, sedangkan *concierge* yang berada di *lobby area* harus selalu siap membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh tamu, misalnya tempat membeli oleh-oleh, *shopping center*, sewa mobil, pemesanan tiket pesawat dan lain sebagainya. Disamping itu *concierge* juga bertanggung jawab terhadap barang-barang tamu yang ditiptkan di *luggage store* yang merupakan tempat seperti gudang untuk menyimpan

barang-barang tamu baik berupa paket dan kopor. Setiap barang, paket maupun surat yang keluar dan masuk harus tercatat dengan baik sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Pengiriman surat kabar ke *outlet-outlet* dan kamar-kamar yang berada di hotel juga merupakan tugas dari *conciierge* pengirimannya ke kamar tamu haruslah tepat sesuai yang di pesan oleh tamu.

Berdasarkan tugas dan tanggung jawab *conciierge* di atas, maka adanya interaksi secara langsung antara *conciierge* dengan tamu yang menginap di hotel merupakan suatu hal yang tidak bisa dipungkiri lagi keberadaannya. Rasa puas yang dirasakan oleh tamu atas pelayanan yang diberikan oleh *conciierge* sering kali membuahkan *reward* atau imbalan kepada *conciierge* berupa tips atas pelayanannya yang baik tersebut. Dengan diberikannya tips oleh tamu diharapkan dapat membuat *conciierge* untuk bekerja dan melayani semua tamu dengan lebih baik lagi.

Namun demikian, berdasarkan observasi yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja di hotel JW Marriott Surabaya periode Februari sampai dengan Agustus 2004, penulis menjumpai bahwa *conciierge* sering kali memberikan perlakuan layanan yang berbeda sehubungan dengan tips yang mereka terima.

Pertama, mereka membedakan pelayanan terhadap tamu yang memberikan tips dalam jumlah besar dengan tamu yang jarang memberi tips. *Conciierge* selalu melakukan hal yang lebih kepada tamu yang suka memberikan tips dalam jumlah besar dan sebaliknya kurang memperhatikan tamu-tamu yang jarang memberikan tips. *Conciierge* terlihat jauh lebih ramah kepada tamu yang suka memberi tips, akan lebih sering menyapa, menawarkan bantuan dan selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada tamu tersebut sehingga dapat dikatakan *conciierge* lebih bersikap proaktif. Sebaliknya untuk tamu yang jarang memberi tips, *conciierge* akan lebih bersikap reaktif daripada proaktif.

Kedua, mereka sering mengabaikan tugas rutin lainnya untuk menanti tips dari tamu yang datang. Misalnya: seorang *conciierge* yang sedang *stand-by* di *counter* menerima telepon dari *control room* yaitu tempat menerima surat, koran, package dalam bentuk besar dan kecil baik untuk tamu maupun untuk internal perusahaan untuk mengambil barang-barang tersebut karena sudah menumpuk, akan tetapi mereka seringkali mengabaikannya dan lebih memilih menunggu tamu yang *check-in* untuk meng-*handle luggage*nya, karena dengan begitu kemungkinan memperoleh

tips lebih besar, hingga terkadang mereka lupa untuk mengambil barang yang seharusnya mereka ambil di *control room* yang juga merupakan tugas dan tanggung jawabnya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana sebenarnya pengaruh tips yang diberikan oleh tamu terhadap kualitas layanan *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka masalah yang ingin diteliti dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya memandang dan mengartikan tips yang mereka terima dari tamu?
2. Bagaimanakah respon, sikap dan perilaku *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya terhadap *tipping*?
3. Bagaimanakah pengaruh tips terhadap kualitas layanan *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Ingin mengetahui cara pandang *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya dalam mengartikan tips.
2. Ingin mengetahui respon, sikap dan perilaku *concierge* terhadap *tipping* di hotel JW Marriott Surabaya.
3. Ingin mengetahui pengaruh tips terhadap kualitas layanan *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya.

1.4. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga batasan yang diterapkan penulis antara lain :

1. Di hotel JW Marriott Surabaya *tipping* banyak terjadi di beberapa outlet yang dimilikinya, misalnya di restoran, pub, café, dan masih banyak lagi. Akan tetapi penulis membatasi penelitiannya pada departemen *concierge*.

2. Penulis juga membatasi informan yang akan menjadi sumber data yaitu karyawan *concierge* yang statusnya sudah menjadi karyawan tetap bukan *casual* ataupun *trainee* di hotel JW Marriott Surabaya.
3. Tamu yang dimaksud dalam penulisan karya ilmiah ini adalah tamu yang datang untuk kedua kalinya atau lebih.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Bagi Penulis:

1. Mengetahui kenyataan yang terjadi di industri perhotelan yang sebenarnya khususnya mengenai penyampaian jasa kepada konsumen.
2. Mengetahui pengaruh tips terhadap kualitas layanan *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya.

1.5.2. Manfaat Bagi Pihak Hotel:

1. Sebagai bahan acuan untuk mengetahui pengaruh dari tips terhadap kualitas layanan *concierge* di hotel JW Marriott Surabaya
2. Sebagai masukan bagi pihak hotel untuk memberikan cara pandang yang positif mengenai tips kepada para karyawannya.

1.5.3. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen mengenai kualitas layanan.
2. Hasil penelitian dapat memberikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya karena informasi dan data yang berhasil di kumpulkan dari penelitian ini nantinya diharapkan akan dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang berkaitan.