

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan jumlah wisatawan DI Kota Bandung membuka lebar peluang peningkatan industri, salah satunya pada industri perhotelan. Peningkatan jumlah hotel yang signifikan dengan begitu akan memunculkan persaingan yang lebih ketat. Oleh karena itu setiap hotel perlu mempunyai strategi untuk dapat bersaing dengan hotel lainnya. Hotel merupakan suatu usaha dalam bidang layanan jasa tentunya harus dapat memberikan pelayanan yang prima. Salah satu strategi untuk dapat memberikan pelayanan dan mempertahankan pelanggan sebagai kontribusi keberlangsungan hotel tersebut adalah dengan menciptakan komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi memiliki peran penting didalam sebuah perusahaan, karena diharapkan perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya suatu hambatan. Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran media, penerima sampai pada pengaruh efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi adalah perencanaan untuk membahas tentang perencanaan komunikasi atau strategi komunikasi maka didapat dua konsep utamanya yaitu strategi dan komunikasi. Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2013).

Sheraton Bandung Hotel And Towers sebagai salah satu bentuk organisasi bisnis hotel bintang 5 berlokasi di jalan Ir.H Djuanda No.390 Dago Bandung, Jawa Barat. Hotel tersebut yaitu memiliki konsep semi *resort* yang terletak di tengah kota Bandung dan dibangun di antara taman yang luas dan

pemandangan pengunungan yang indah, semua kamar Sheraton Bandung Hotel And Towers memiliki balkon dan fasilitas yang sangat artistik. Taman bermain lengkap untuk anak dan keluarga cocok untuk liburan di akhir pekan, Hotel ini juga memiliki *meeting room* yang luas dan nyaman. Salah satu *departmen* di hotel yang mempunyai pengaruh besar dalam berkomunikasi langsung adalah *Front Office*, *Front Office* merupakan *department* yang bertanggung jawab atas kegiatan operasional di hotel sebagai pusat informasi untuk pemesanan kamar, datangnya tamu ke hotel atau yang biasa di sebut proses *check in*, menginap nya tamu di hotel tersebut, hingga keluarnya tamu dari hotel atau *check out*.

Implementasi komunikasi *Front Office department* harus lebih ditingkatkan karena dapat menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan kelancaran *operasional* dan juga dapat meningkatkan kepuasan tamu pada saat menginap. Kepuasan tamu merupakan inti pokok dari pelayanan yang diberikan di dalam perhotelan. Tamu akan merasa sangat dihargai dan dihormati apabila setiap karyawan hotel memiliki komunikasi yang baik. Komunikasi sangat penting bagi setiap departemen terutama di bagian *Front Office*. Karena *Front Office* adalah bagian yang paling utama disaat tamu tiba di hotel.

Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain” Andrew E. Sikula (2017). Sehingga komunikasi memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku yang sesuai dengan komunikator. Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih” Deddy Mulyana (2015). Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik tubuh atau menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat.

Sheraton Bandung Hotel & Towers menemukan masalah mengenai komunikasi secara verbal, diantaranya kesalahpahaman yang terjadi di *section guest service center* seperti cara penyampaian informasi dari komunikator yang merupakan karyawan hotel sendiri kepada komunikan (tamu atau karyawan lain) dalam menyampaikan informasi atau *knowledge* tentang hotel yang kurang tepat, contohnya seperti kesalahan terhadap kesepakatan harga, keinginan atau ekspektasi tamu terhadap apa yang didapat, dan terjadi komunikasi antar karyawannya sendiri sehingga dapat menimbulkan kinerja yang kurang maksimal. Keluhan yang tertulis di Medalia atau *Guest Voice* Sheraton Bandung Hotel & Towers hampir 35% mengenai komunikasi atau *miss communication* selama tamu *stay* di hotel ini

Tabel 1.1

Medali atau Guest Voice

No	Periode	Ulasan	Link Source
1.	Periode menginap 2022	Comment Overall Comment 😊 To be honest, for the hotel itself, it was the best hotel I've ever stayed yet in Bandung. 😞 However, I had quite not good experience with the staffs there. 👤 I booked for Stay Eat Play package. 🗨 When I'd did the reservation, I called the hotel to asked all the detail of the package, 😞 however, it seems they didn't know this package that much. 😞 Then, during arrival at the hotel, I'd got very limited information about this package as well. 😞 The front office seems didn't even gave more	https://www.marriott.co.uk/en-us/hotels/bdosi-sheraton-bandung-hotel-and-towers/overview/

No	Periode	Ulasan	Link Source
2.	Periode menginap 2022	 Kang · 5 months ago perfect and excellent stay again I had a problem because I couldn't find a reservation before check-in, but the front desk manager handled it well. The club lounge service was very good and I would like to say thank you to dwi ari, shela, and sadrin. The club lounge food was more varied and tasty than before, but it was a pity that rice and soup were missing. breakfast was taken care of by demi chef donal lukman, so we could enjoy it comfortably. Mr.kusman also thank you for your concern.	https://www.marriott.com/en-us/hotels/bdosi-sheraton-bandung-hotel-and-towers/overview/

Berdasarkan Tabel 1.1 Medalia atau *Guest Voice* ulasan tamu yang menginap di Sheraton Bandung Hotel And Towers pada periode 2022 memberikan ulasan “Sejujurnya untuk hotel itu sendiri, ini adalah hotel terbaik yang pernah saya tinggali di Bandung Namun, saya memiliki pengalaman yang kurang baik dengan *staff* di sana. Saya memesan *stay eat play* pacakage ketika saya melakukan reservasi, saya menelepon hotel untuk menanyakan semua detail paket sebanyak itu, selama kedatangan di hotel saya mendapat informasi yang sangat terbatas tentang paket ini serta *front office* tampaknya bahkan tidak memberikan lebih banyak informasi

Berdasarkan ulasan di atas terdapat kesimpulan kurangnya implementasi komunikasi karyawan di *section front office* pada saat menerima panggilan telepon dari internal dan eksternal ataupun pada proses *check in* dan kurangnya memberikan informasi promo hotel. keliru menuliskan no kamar tamu, permintaan tamu, mengidentifikasi data tamu dan lain sebagainya. Hal tersebut membuat banyak *complaint* dan *miss communication* yang masuk melalui telepon dan pada saat *check in*, maka pelayanan yang di berikan kepada tamu tidak sesuai standar penilaian yang sudah di ditetapkan di Sheraton Bandung Hotel And Towers

Hasil studi pendahuluan di lapangan didapat beberapa hal yang menjadi permasalahan komunikasi di *Front Office Department* Sheraton Bandung Hotel & Towers, seperti penyampaian atau pertukaran informasi dan efektivitas dalam komunikasi antar *section*. Maka Penulis mengambil pembahasan mengenai bagaimanakah strategi komunikasi di *Front Office* di Sheraton Bandung Hotel And Towers.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah :

1. Bagaimana Implementasi komunikasi karyawan di *section front office* Sheraton Bandung Hotel And Towers.?
2. Bagaimana strategi komunikasi *front office* di Sheraton bandung Hotel And Towers.?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka Secara umum tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi *Front Office Department* Sheraton Bandung Hotel & Towers. Ada juga tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis implementasi komunikasi karyawan di *section Front office* di Sheraton Bandung Hotel And Towers.
2. Untuk menganalisis strategi komunikasi *front office* di Sheraton Bandung Hotel And Towers.

1.4 Batasan Masalah

Penulis hanya meneliti pembahasan tentang Strategi komunikasi *front office* di Sheraton Bandung Hotel & Towers tidak dengan kasus di *departemen* lain sehingga memudahkan Penulis untuk meneliti kasus tersebut lebih dalam

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi idustri hotel

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi organisasi hotel untuk menentukan langkah- langkah selanjutnya dalam strategi komunikasi front office dalam meningkatkan kepuasan tamu.

b. Bagi pemerintah

Manfaat bagi pemerintah adalah diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan untuk pengelolaan dalam mendukung industri perhotelan. Komunikasi menjadi jembatan bagi pemerintah dalam peningkatan dan membantu negara dalam memperkenalkan daerah atau budaya dalam zona internasional. serta mendukung program – program pemerintah dalam mengadakan pelatihan.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan mengenai Strategi komunikasi Front Office dalam meningkatkan kepuasan tamu di sheraton Bandung Hotel And Towers serta menjadi referensi pustaka bagi penelitian-penelitian selanjutnya.