ECONOMIST
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

TINGKAT PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI OLEH FRONT OFFICE STAFF DI SHERATON SENGGIGI BEACH RESORT

Muhamad Alam Setiawan[1*], Teguh Iman Pribadi[2]

[1] Pariwisata, Fakultas Ilmu Humaniora, Hukum, dan Pariwisata, Universitas Bumigora
[2] Pariwisata, Fakultas Ilmu Humaniora, Hukum, dan Pariwisata, Universitas Bumigora

E-Mail:
[1] alam.setiawan@universitasbumigora.ac.id
[2] teguh@universitasbumigora.ac.id

ABSTRACT

Perhotelan merupakan industri yang sangat mengedepankan keramah-tamahan sebagai sebagai faktor utama dalam pelayanan. Area depan hotel yang merupakan tugas dari divisi kantor depan adalah tempat dimana tamu dan staff hotel banyak melakukan interaksi. Interaksi ini terutama dilkakukan oleh para staff *front office.* Untuk menunjang keramah-tamahan, para staff harus menerapkan etika komunikasi yang baik kepada tamu. Sebagai salah satu resort bintang lima yang ada di Pulau Lombok, penerapan etika komunikasi sebagai bagian dari keramh-tamahan dirasaperlu untuk diteliti di Aston Senggigi Beach Resort. Metode yang digunakan dalam peelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik. Hasil pengolahan data menunjukan bahwa penerapan etika komunikasi oleh *front office staff* di Sheraton Senggigi *Beach Resort* adalah sangat baik. Hal itu dapat dilihat dari hasil wawancara dan observasi. Dari indikator syarat penerapan etika komunikasi yang telah telah dijawab oleh para informan, jumlah informan yang menjawab "ya" sebesar 94,5%, jawaban "kadang-kadang" sebesar 3,64% dan yang belum melaksanakan (menjawab tidak) sebesar 1,82 %. Untuk hasil observasi semua *front office staff* dapat dikatakan telah melaksanakan penerepan etika komunikasi dengan baik.

ARTICLE INFO

Keywords:
Penerapan; Etika komunikasi; Front office; resort

Article History
Submited:
03-06-2024
Accepted:
01-07-2024
Published:
05-07-2024

Corresponding Author:
Muhamad alam setiawan,
alam.setiawan@universitasbumigora.ac.id

1. INTRODUCTION

Semakin meningkatnya perkembangan teknologi dan dinamika sosial telah merubah banyak hal pada industry perhotelan. Dengan akses yang tak terbatas pada pilihan dan informasi maka pelanggan memiliki keleluasaan dan pemngambilan keputusan yang kuat sehngga akan membuat industry perhotelan harus bekerja lebih untuk mempertahankan loyalitas tamu. Dalam

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

kondisi seperti ini, faktor lain seperti Etika komunikasi bisa menjadi variable yang penting untuk diaplikasikan guna memperbesar peluang tamu untuk selalu datang Kembali ke hotel. Etika komunikasi merupakan fondasi dari hubungan yang sehat antara hotel dan tamu. Juga, dengan menerapkan etika komunikasi yang baik dalam organisasi makan akan meningkatkan peluang bersaing di industry (Sofa, 2024). *Front office* staff yang mampu berkomunikasi dengan jelas, ramah, dan profesional tidak hanya menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi tamu, tetapi juga memperkuat citra positif hotel secara keseluruhan.

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam industri perhotelan, karena berdampak signifikan terhadap kegiatan promosi dan penciptaan produk pariwisata (Ahmad, 2013). Keramahan dan sikap akomodatif karyawan meja depan adalah kunci untuk pengalaman klien yang positif. Pertumbuhan pariwisata dan meningkatnya persaingan mengharuskan hotel untuk memberikan layanan dan perhatian pelanggan yang luar biasa. Hal ini hanya dapat dicapai melalui komunikasi yang jelas dan konsisten antara anggota staf dan tamu. Dengan memastikan bahwa seluruh karyawan dilatih dalam keterampilan komunikasi yang efektif, hotel dapat meningkatkan reputasi mereka dan membangun loyalitas pelanggan. Di pasar yang serba cepat dan kompetitif saat ini, fokus pada komunikasi yang efektif sangat penting untuk kesuksesan dalam industri perhotelan. Meskipun komunikasi yang efektif penting dalam industri perhotelan, faktor lain seperti kebersihan, fasilitas, dan harga juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman klien secara keseluruhan.

Sistem operasional hotel bergantung pada departemen yang saling terkait seperti *front office, cleaning, engineering*, layanan makanan dan minuman, akuntansi, keamanan, serta personal & pelatihan. Hotel yang lebih kecil memiliki lebih sedikit departemen, sehingga mempengaruhi fungsi dan permintaan mereka dengan cara yang lebih efisien. Meskipun hotel yang lebih kecil mungkin memiliki departemen yang lebih sedikit, hal ini sebenarnya dapat menghasilkan komunikasi dan koordinasi yang lebih efisien di antara anggota staf. Selain itu, hotel-hotel kecil sering kali dapat memberikan tingkat layanan yang lebih personal dan penuh perhatian kepada para tamu karena ukurannya.

Meja depan juga bertugas melacak kunci kamar tamu, memeriksa orang-orang dan mengalokasikan kamar kepada mereka, dan memberi mereka informasi sepanjang hari. Hal ini juga secara aktif berkontribusi terhadap pembentukan reputasi hotel, mengelola akun tamu, membantu departemen berkomunikasi dan bekerja sama, dan membayar tagihan pada akhir masa menginap para tamu. Pembagian ini menambah margin keuntungan yang tinggi, karena biaya penjualan kamar relatif rendah, dengan biaya variabel terutama terdiri dari perlengkapan dan fasilitas tamu yang habis pakai.

Adapun peran penting front office menurut Sugiarto dalam buku Operasional Kantor Depan Hotel yang dikutip oleh (Maiziva, 2017) yaitu:

1) Wakil manajemen (*Management Representative*)
   Dalam keadaan tertentu kantor depan hotel dapat berperan sebagai wakil dari manajemen untuk menghadapi/menyelesaikan masalah tertentu yang biasanya hanya bisa diselesaikan oleh pihak manajemen. Hal ini biasanya sering terjadi ketika masalah terjadi diluar jam kantor, ketika manajemen tidak sempat menyelesaikan masalahnya, terutama dimalam hari atau tiba-tiba tamu yang sangat penting (para pejabat tinggi) datang kehotel untuk keperluan pribadi.

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

2) Mampu menjual (*Sales Person*)
   Mampu dijual disini maksudnya mampu menjual kamar dan fasilitas hotel lainnya. Setiap orang yang berada dibagian front office harus mampu dan memiliki salesmanship, karena bagian front office lebih banyak berhubungan dengan tamu dibandingkan departemen lainnya.
3) Pemberi Informasi (*Information Giver*)
   Bagian front office harus mampu memberikan informasi atau keterangan yang jelas dan benar tentang fasilitas hotel serta produk yang dijual di hotel. Selain itu bagian front office juga harus mengetahui kejadian-kejadian yang berlangsung dihotel ataupun peristiwa-peristiwa penting diluar hotel yang berhubungan dengan kebutuhan tamu.
4) Penyimpan Data (*Record Keeper*)
   Front office department merupakan sumber dan pusat penyimpanan data dalam kegiatan sehari-hari dihotel. Semua data dan laporan akan di rekap dari bagian lain lalu di record oleh front office dalam bentuk laporan-laporan dan data statistik. Front office juga menyimpan data riwayat tamu.
5) Diplomatis (*Diplomatic Agent*)
   Bagian front office diharapkan mampu melakukan tindakan diplomatis dalam menjaga dan menetralisir suasana dengan pihak lain yang berhubungan dengan hotel.
6) Pemecah Masalah (*Problem Solver*)
   Sebagai the hub of activities, front office merupakan tempat untuk menyelesaikan masalah tamu, terutama keluhan tamu. Hal yang wajar bila bagian front office sering mendapat keluhan yang sebenarnya masalah departemen lain (Rosyid et al., 2017).
7) Wakil dari hubungan masyarakat (*Public Relations Agent*)
   Front office harus mampu berperan secara aktif sebagai orang yang berhubungan dengan masyarakat, terutama pengunjung hotel. Sehingga memberikan citra yang baik kepada tamu hotel.
8) Koordinator kegiatan pelayanan (*Service Coordinator*)
   Kantor depan hotel juga berperan sebagai tempat koordinasi pelayanan. Informasi dan kegiatan departemen lain dikomunikasikan melalui kantor depan. Terutama pada saat ada tamu rombongan dan adanya kegiatan konvensi yang melibatkan tamu dan pengunjung hotel.

Hotel adalah suatu tempat yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya. Menurut Pradiatiningtyas dalam (Noviastuti & Cahyadi, 2020) Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara professional dan didukung oleh tenaga kerjayang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan. Menurut Fandy (2011:28-46), bahwa pelayanan memiliki empat karateristik utama yaitu:

1) Pelayanan bersifat tidak berwujud (intangible) artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2) Pelayanan bersifat sangat variabel atau heterogen artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan.
3) Pelayanan bersifat tidak bisa dipisahkan (inseparability) artinya barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi.
4) Pelayanan bersifat tidak tahan lama (perishability) artinya pemakaian yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang.

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Menurut Sihite (2000:05), etika memiliki beberapa definisi yang menjelaskan berbagai aspek kesusilaan dan perilaku manusia. Pertama, etika dianggap sebagai ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimana manusia seharusnya hidup dalam masyarakat, serta membedakan antara apa yang baik dan buruk. Kedua, etika adalah cabang ilmu filsafat yang membahas tentang pembinaan kebaikan, penghargaan, dan penilaian terhadap perwujudan tingkah laku batin. Ketiga, etika juga berfungsi sebagai ukuran atau acuan yang digunakan untuk menilai perilaku manusia. Oleh karena itu etika dapat diringkas dalam pengertian suatu tatanan yang mengatur kehidupan manusia agar dapat saling berhubungan dengan harmonis.

Menurut (Mardatillah, 2010) dalam jurnalnya yang berjudul "Etika Komunikasi dalam Reformasi Pelayanan Sipil dan Publik" mengatakan teknik komunikasi yang baik yaitu:

1) Menggunakan kata dan kalimat yang baik menyesuaikan dengan lingkungan
2) Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh lawan bicara
3) Menatap mata lawan bicara dengan lembut
4) Memberikan ekspresi wajah yang ramah dan murah senyum
5) Menggunakan gerakan tubuh/gesture yang sopan dan wajar
6) Bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara
7) Memakai pakaian yang rapi
8) Menutup aurat dan sesuai sikon
9) Tidak mudah terpancing emosi lawan bicara
10) Menerima segala perbedaan pendapat atau perselisihan yang terjadi
11) Mampu menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara
12) Menggunakan volume nada intonasi suara serta kecepatan bicara yang baik.

Jadi komunikasi baru akan terjalin apabila sudah terjadi persamaan pengertian tentang sesuatu yang dikomunikasikan antara dua pihak yang terlibat.

Sheraton Senggigi Beach Resort, sebagai salah satu hotel berbintang unggulan di Lombok. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tuntutan pelanggan yang semakin tinggi, penting bagi Sheraton Senggigi Beach Resort untuk memastikan bahwa setiap aspek layanan, termasuk etika komunikasi, terpelihara dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort. Dengan memperhatikan konteks industri perhotelan yang dinamis dan kompleks, penelitian ini akan mengidentifikasi praktik terbaik dalam komunikasi dengan tamu, mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika komunikasi, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas komunikasi di front office.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai media dalam mempelajari, mengaplikasikan konsep ilmu pengetahuan pariwisata dan menambah khasanah ilmu pariwisata di bidang layanan akomodasi sehingga mampu dijadikan sebagai bahan referensi dalam proses pembelajaran maupun penelitian lainnya. Diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan dan rekomendasi bagi pihak Sheraton Senggigi Beach Resort untuk dijadikan acuan dalam evaluasi kinerja dan

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

peningkatan layanan kepada tamunya. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak terkait yang membutuhkan.

2. METHOD

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya, sehingga mudah dipahami dan temuan-temuannya dapat disampaikan kepada orang lain. Dalam pengolahan analisis data, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam (Balaka, 2022), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak (random), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik. Analisis statistik adalah metode untuk mengolah data kuantitatif yang berhubungan dengan angka-angka. Proses ini melibatkan pencarian, pengumpulan, dan pengolahan data hingga menyajikannya dalam bentuk yang sederhana dan mudah dibaca atau diinterpretasikan. Penyajian data ini dapat dilakukan dengan mencari frekuensi mutlak, frekuensi relatif (persentase), serta ukuran tendensi sentral seperti mode, median, dan mean (Arikunto, 2008:363).

3. RESULT AND DISCUSSION

3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sheraton Senggigi Beach Resort adalah hotel berbintang lima yang teletak di hamparan pantai Senggigi dengan Luas 4 hektar yang di kelilingi oleh taman yang ditata dengan rapi. Sheraton Senggigi berjarak kurang lebih 50 km dan dapat ditempuh sekitar 1 jam 30 menit dari Bandara International Lombok (BIL). Sheraton Senggigi dimiliki oleh Bapak Peter Sondakh dibawah perusahaan PT. Rajawali Adi Mandalika. Sheraton Senggigi Beach Resort di resmikan pada bulan Desember 1991 dan merupakan hotel chain internasional pertama di lombok. Sheraton Senggigi Beach Resort yang berdiri di area seluas 4 hektar dengan batas-batas sebelah timur Kantor Polsek Senggigi, sebelah barat Jalan Raya, sebelah utara bukit, dan sebelah selatan pantai. Dalam perjalanannya Sheraton Senggigi Beach Resort telah memperoleh berbagai macam penghargaan. Pada tahun 1999 dan 2005 Sheraton Senggigi Beach Resort memperoleh penghargaan Zero Accident. Pada tahun 2004 Sheraton Senggigi Beach Resort mendapat penghargaan Bipartit Award. Selain itu Sheraton Senggigi Beach Resort mendapat penghargaan sebagai perusahaan terbaik dalam pembinaan nakerwan (tenaga kerja wanita) pada 1995 dan 2006.

3.2 Fasilitas-fasilitas Sheraton Senggigi Beach Resort

Kamar hotel (rooms) Sheraton Senggigi Beach Resort keseluruhannya berjumlah 154 kamar yang berada pada 6 bangunan, dengan rincian berdasarkan type (jenis) kamar sebagai berikut : Superior 24 kamar, Deluxe Garden 75 kamar, Deluxe Pool 22 kamar, Deluxe Ocean 17 kamar, Executive Suite 10 kamar, Grand Suite 4 kamar dan Beach Front Villas yaitu Winangsia & Mandalika villa.Beberapa fasilitas yang terdapat pada setiap kamar di Sheraton Senggigi Beach Resort adalah sebagai berikut :Tv Flat 29, Mini Bar, 2 (dua) buah payung, 2 (dua) buah

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

kimono/bathrobe, Gelas, mug dan stirrer, Pemasak air (TEFAL) 2 bungkus gula pasir, creamer, indocafe, tea, Alarm clock, Hair dryer, Safe Deposit Box dan Internet Acces. Kemudian ada beberapa perlengkapan yang ada pada kamar mandi yaitu: Bath towel, face towel, hand towel Shampo, soap, conditioner, bath foam, shower cap, mending kit, dan tooth paste. 2 (dua) botol air mineral gratis setiap hari.

Berikut adalah beberapa fasilitas yang dimiliki oleh Sheraton Senggigi Beach Resort :

1) Restaurant
   Keindahan dan kenyamanan berbagai restaurant, didukung dengan kenikmatan serta kelezatan makanan dan minuman yang dihidangkan dengan standar pelayanan berskala internasional dapat dinikmati pada:
   a) Kebun Anggrek restaurant
      Dibuka buka setiap hari dari jam 07:00 – 11:00 dan 18:00 – 22:00 WITA. Hanya buka untuk Breakfast dan dinner dengan kapasitas tempat duduk 150 kursi.
   b) Bawang Putih restaurant
      Jam buka setiap hari dari jam 11:00 – 22:00 WITA dengan 100 tempat duduk.
2) Bar Outlet
   Sheraton Senggigi Beach Resort memiliki 2 bar outlet yakni sunsetbar dan putri duyung pool bar. Sunset bar buka setiap hari mulai dari pukul 12:00 – 23:00 dengan kapasitas tempat duduk 35 kursi. Pada bar ini juga disuguhkan live music dengan menampilkan Quartet Fiesta setiap hari kecuali hari rabu. Happy hour dimulai dari jam 17:30 – 18:30 dan 21:30 – 22:30 discount untuk semua minuman.
3) Swimming pool
   Sheraton senggigi beach resort memiliki swimming pool yang indah dan juga lengkap karna disediakannya Pool Counter yang menyediakan handuk, buku bacaan/novel dengan berbagai macam bahasa, dan juga berbagai jenis alat-alat keperluan untuk berenang. Buka dari jam 07:00 – 19:00 Wita setiap hari.
4) Room Service
   Room Service yang buka 24 Jam akan memanjakan para tamu hotel untuk beristirahat di kamar sambil menikmati kelezatan jenis makanan dan minuman sesuai seleranya.
5) Tour Desk
   Menyediakan layanan yang memberikan informasi mengenai berbagai perjalanan wisata (tour).
6) Bussiness Centre
   Bussiness Centre akan mengakses kecepatan informasi bagi para tamu melalui jaringan internet. Bussines centre buka setiap hari (open 24 hour) dan juga menyediakan jasa photo copy, kirim fax, jasa pengiriman barang, penjilidan buku, penjualan prangko, dan konfirmasi tiket.
7) Fasilitas Laundry dan Dry Cleaning
   Fasilitas Laundry yang sangat memadai, akan melayani para tamu terhadap kebutuhan pencucian pakaian dari berbagai jenis bahan seperti; sutra, wool, silky dan lain sebagainya. Pelayanan Laundry buka setiap hari mulai pukul 07:00 – 18:00, memberikan berbagai pelayanan yakni pelayanan hari yang sama (same day service), pelayanan cepat (express service), dan pelayanan untuk hari berikutnya (next day service).
8) Meeting Room

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Beberapa Meeting Room dapat pergunakan untuk berbagai keperluan seperti; pertemuan formal, non formal, pesta ulang tahun, pesta perkawinan, launching product, dan lain sebagainya adalah sebagai berikut:

a) Alamanda Meeting Room yang berkapasitas tempat duduk tergantung dari jenis pengaturan atau seting style. Adapun jenis-jenis pengaturannya yaitu sebagai berikut: Theatre Style 300 seats, Class Room 150 seats, U-Shape 100 seats, dan Standing 400 seats.
b) Mawar Meeting Room dengan kapasitas tempat duduk berdasarkan jenis style yaitu sebagai berikut: Theatre Style 70 seats Class Room 64 seats U-Shape style 50 seats dan Standing 100 pax.

9) Health Club
Guna menjaga kebugaran dari setiap tamu, disediakan fasilitas Health Club: gym, sauna, steam, dan jacuzzy, buka dari jam 06:00 – 22:00.

10) Spa
Layanan Spa buka dai jam 09:00 – 23:00 setiap hari, pelayanan yang diberikan adalah massage, facial, reflexology, manicure, pedicure, dan herbal bath.

11) Drug Store / Shoping Galery
Menjual beberapa barang keperluan tamu seperti T-shirt, tas, topi, sun screen, baju renang, film untuk kamera, obat, rokok, dan handycraft.

12) Lobby hotel dengan desain interior yang elegan dan luas.
13) Ruang ibadah atau Musholla yang nyaman dan bersih.
14) Area parkir tamu yang luas dengan pengaturan tata letak kendaraan tamu sesuai jenisnya.
15) Fasilitas untuk karyawan/fasilitas penunjang operasional
Area parkir untuk karyawan, ruang makan/employee dinning room (EDR), locker/ruang ganti pakaian, ruang ibadah, kamar mandi, toilet, gudang, kitchen dan stewarding, ruang genset, pembangunan limbah, koridor, ruang kantor manajemen, tangga dan pos keamanan.

3.3 Departemen-departemen yang ada di Sheraton Senggigi Beach Resort

Sheraton Senggigi Beach Resort memiliki berbagai departemen yang masing-masing memiliki tanggung jawab spesifik untuk memastikan operasional hotel berjalan dengan lancar. Pertama, Front Office Department bertanggung jawab untuk melayani tamu dalam pemesanan kamar, penerimaan tamu, pelayanan selama tamu menginap, serta mengurus pembayaran. Departemen ini menjadi wajah pertama yang berinteraksi dengan tamu, sehingga memainkan peran penting dalam membentuk kesan pertama yang positif.

Food and Beverage Department bertugas menyediakan makanan dan minuman bagi tamu hotel maupun pengunjung umum. Departemen ini memastikan bahwa kebutuhan kuliner tamu terpenuhi dengan standar kualitas yang tinggi. Sementara itu, Housekeeping Department bertanggung jawab menjaga kebersihan kamar tamu dan area hotel lainnya, memastikan lingkungan yang nyaman dan bersih bagi semua tamu.

Accounting Department mengelola pembukuan dan laporan keuangan dengan akurat untuk memberikan gambaran jelas tentang kondisi keuangan hotel. Engineering Department bertugas memelihara, memperbaiki, dan mengganti peralatan hotel secara teratur, menjaga fasilitas hotel tetap dalam kondisi optimal.

Sales and Marketing Department memiliki peran penting dalam memasarkan produk hotel dan mencari pangsa pasar yang tepat, dengan tujuan meningkatkan tingkat hunian kamar.

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Personalia Department menangani pengadaan tenaga kerja dan pengembangan keterampilan karyawan hotel, memastikan staf yang kompeten dan terlatih.

Purchasing Department bertanggung jawab atas pengadaan dan pembelian bahan-bahan yang diperlukan untuk operasional hotel, memastikan ketersediaan kebutuhan dengan efisien. Terakhir, Security Department bertugas menjaga keamanan dan kenyamanan tamu serta karyawan hotel, menciptakan lingkungan yang aman bagi semua penghuni hotel.

Setiap departemen memiliki peran spesifik yang penting untuk operasional hotel secara keseluruhan. Dengan berkoordinasi dan bekerja sama, departemen-departemen ini memastikan bahwa hotel dapat memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan pengalaman menginap yang memuaskan bagi para tamu.

3.4 Struktur Organisasi Front Office Department di Sheraton Senggigi Beach Resort

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Struktur organisasi di Sheraton Senggigi Beach Resort sendiri sangat diperlukan untuk menunjang berjalannya operasional hotel dengan baik. Adapun struktur organisasi front office department di Sheraton Senggigi Beach Resort dapat dilihat pada figure 1.

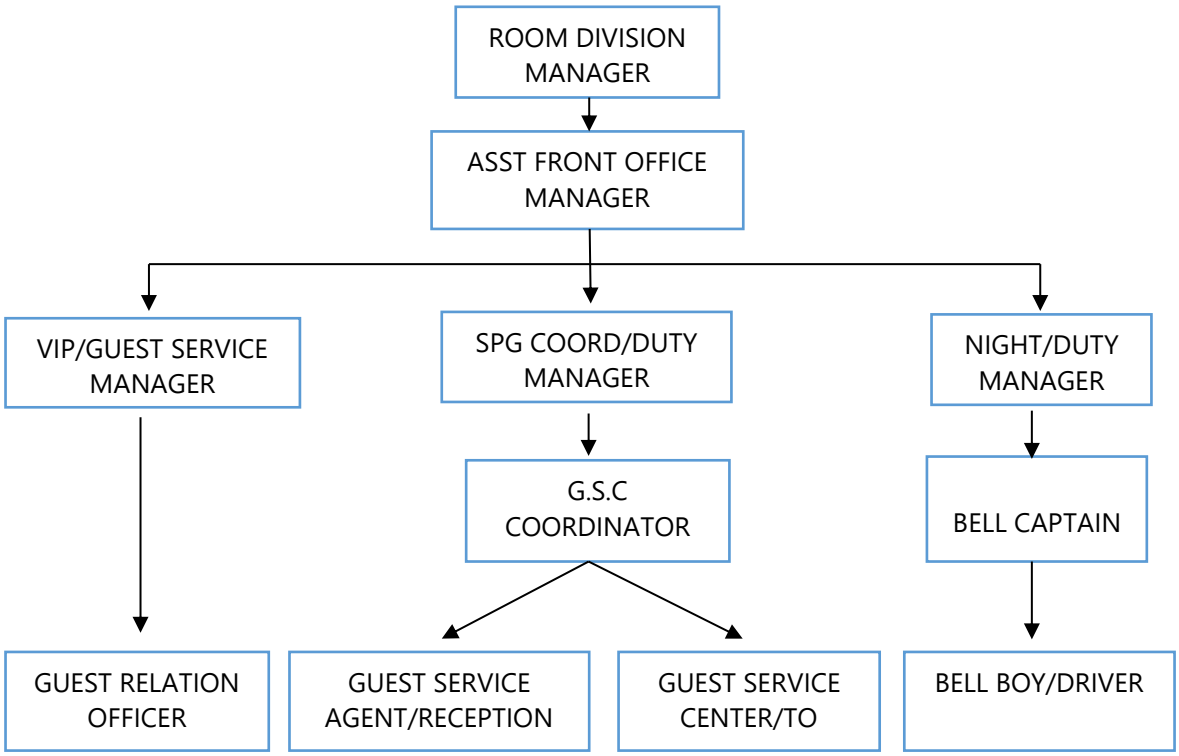

Figure 1. struktur organisasi front office department di Sheraton Senggigi Beach Resort

Dari organisasi di atas jabatan tertinggi dipegang oleh Room division manager yang memiliki peran penting dan bertanggung jawab terhadap penyediaan dan pemesanan kamar juga memberikan pelayanan jasa kebersihan, perawatan dan pemeliharaan kamar serta area-area umum di hotel. Dalam operasionalnya room division manager tidak bekerja sendiri melainkan

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

dibantu oleh Assistant front office manager. Assistant front office manager mempunyai tugas membantu segala keperluan room division manager dan membawahi 3 seksi yaitu: 1. Vip/guest service manager 2. Spg coordinator/duty manager 3. Night/duty manager. Vip/guest service manager mempunyai peran untuk mengatur tamu-tamu penting hotel, membawahi guest relation officer selaku staff. Spg coordinator/duty manager mempunyai tugas sebagai koordinator spg member membawahi guest service center coordinator. Guest service center coordinator sebagai pusat koordinasi untuk pelayanan tamu yang membawahi guest service agent/reception dan guest service center/to. Night/duty manager mempunyai tugas operasional malam membawahi bell captain. Bell captain selaku ketua dari bell boy membawahi bell boy/drive.

3.5 Penyajian Data

Berdasarkan data hasil observasi di Sheraton Senggigi Beach Resort, seluruh staff front office senantiasa mengucapkan salam kepada tamu dengan kata dan kalimat yang baik. Mereka menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh tamu, memastikan komunikasi berjalan lancar dan efektif. Staf front office juga selalu menatap tamu dengan lembut, menunjukkan sikap yang ramah dan murah senyum dalam setiap interaksi.

Ekspresi wajah yang ramah dan gerakan tubuh yang sopan menjadi bagian dari pelayanan mereka, sehingga tamu merasa senang dan dihargai. Selain itu, staf front office berperilaku baik dan ramah kepada tamu, mencerminkan sikap profesionalisme yang tinggi. Mereka selalu mengenakan pakaian yang rapi dan sesuai dengan standar hotel, menjaga penampilan yang sopan dan profesional.

Dalam menghadapi tamu, staf front office tetap tenang dan tidak mudah terpancing emosi, bahkan ketika menghadapi keluhan. Mereka mendengarkan dengan baik tanpa menyela pembicaraan tamu. Staf juga terbuka terhadap perbedaan pendapat atau perselisihan yang mungkin terjadi, menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik tamu, baik yang suka bercanda maupun yang lebih serius.

Seluruh staf front office menggunakan volume, nada, intonasi suara, dan kecepatan bicara yang baik, memastikan setiap komunikasi terdengar jelas dan profesional. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan tidak hanya memenuhi standar, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi tamu di Sheraton Senggigi Beach Resort.

Dalam menganalisa penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort, dipresentasikan ke dalam tabulasi data. Berdasarkan teori yang telah diuraikan di bab 2 menurut Mardatillah (2010) dalam jurnalnya yang berjudul "Etika Komunikasi dalam Reformasi Pelayanan Sipil dan Publik" (2010:11-12) dapat ditarik beberapa pertanyaan yang digunakan sebagai indikator syarat penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort. Berikut indikatornya:

Tabel 1. Indikator penerapan etika komunikasi oleh front office staff Sheraton Senggigi Beach Resort

No	Daftar pertanyaan		Jawaban		
			Ya	Kadang-kadang	Tidak
1.	Apakah anda mengucapkan salam kepada tamu menggunakan kata dan kalimat yang baik?				

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

2.	Apakah anda menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh lawan bicara?				
3.	Apakah anda menatap lawan bicara dengan lembut?				
4.	Apakah anda memberikan ekspresi wajah yang ramah dan murah senyum?				
5.	Apakah anda mengunakan gerakan tubuh/gesture yang sopan dan wajar?				
6.	Apakah anda bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara?				
7.	Apakah anda memakai pakaian yang rapi, menutup aurat dan sesuai sikon?				
8.	Apakah anda tidak mudah terpancing emosi lawan bicara?				
9.	Apakah anda menerima segala perbedaan pendapat atau perselisihan yang terjadi?				
10.	Apakah anda mampu menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara?				
11.	Apakah anda menggunakan volume nada intonasi suara serta kecepatan bicara yang baik?				

Dari indikator tersebut, dituangkan dalam sebuah daftar pertanyaan untuk mengetahui tentang konsistensi penerapan etika komunikasi oleh *front office staff* di Sheraton Senggigi *Beach Resort*. Pertanyaan tersebut dilakukan melalui observasi dan wawancara.

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Tabel 2. Tabulasi data wawancara pada penerapan etika komunikasi oleh *front office staff* di Sheraton Senggigi *Beach Resort*

Soal	RESPONDEN																														Jumlah			Persentase		
	R.1			R.2			R.3			R.4			R.5			R.6			R.7			R.8			R.9			R.10								
	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T	Y	K	T
1	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
2	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
3	1			1			1			1			1				1		1			1			1			1			9	1	0	8,182	0,91	0
4	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
5	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
6	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
7	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
8	1			1				1		1			1			1			1			1			1			1			9	1	0	8,182	0,91	0
9	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
10	1			1					1	1					1	1			1				1		1				1		6	2	2	5,455	1,82	1,82
11	1			1			1			1			1			1			1			1			1			1			10	0	0	9,091	0	0
	11	0	0	11	0	0	9	1	1	11	0	0	10	0	1	10	1	0	11	0	0	10	1	0	11	0	0	10	1	0	104	4	2	94,55	3,64	1,82
Total																															110					
Rata-rata Persentase																															94,55	3,64	1,82			

Keterangan:
R1 s/d R10 = Responden 1 sampai dengan responden 10
Y = Ya
K = Kadang-kadang
T = Tidak

Diketahui:
Responden = 10
Pertanyaan = 11
Yang menjawab Ya = 104
Yang menjawab kadang-kadang = 4
Yang menjawab tidak = 2
Total = (Y+K+T) = jumlah menjawab ya + jumlah menjawab kadang-kadang + jumlah menjawab tidak

Jadi,
persentase yang menjawab (Ya) adalah:

$$\frac{\sum \text{Persentase jawaban Ya}}{\sum \text{Total jawaban (Y+K+T)}} \times 100 = \frac{104}{110} \times 100 = \mathbf{94{,}55\%}$$

persentase yang menjawab (Kadang-kadang) adalah:

$$\frac{\sum \text{Persentase jawaban Kadang}}{\sum \text{Total jawaban (Y+K+T)}} \times 100 = \frac{4}{110} \times 100 = \mathbf{3{,}64\%}$$

Untuk persentase yang menjawab (Tidak) adalah:

$$\frac{\sum \text{Persentase jawaban Tidak}}{\sum \text{Total jawaban (Y+K+T)}} \times 100 = \frac{2}{110} \times 100 = \mathbf{1{,}82\%}$$

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Berdasarkan pada hasil tabulasi data wawancara pada penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort, dengan jumlah responden sebanyak 10 orang staff front office dan indikator pertanyaan sebanyak 11 pertanyaan, maka diperoleh hasil yang menjawab ya adalah sebanyak 104 item, yang menjawab kadang-kadang sebanyak 4 item, dan yang menjawab tidak sebanyak 2 item. Mengacu pada jawaban tersebut maka prosentase perolehannya adalah yang menjawab ya sebesar 94,55%, yag menjawab kadang-kadang sebesar 3,64%, dan yang menjawab tidak sebanyak 1,82%. Dengan perolehan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort sangat bagus dengan perolehan 94,55%.

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai penerapan etika komunikasi oleh front office staff di Sheraton Senggigi Beach Resort adalah sangat baik. Hal itu dapat dilihat dari hasil wawancara dan observasi. Dari indikator syarat penerapan etika komunikasi yang telah melaksanakan (menjawabnya) sebesar 94,5%, (menjawab kadang-kadang) sebesar 3,64% dan yang belum melaksanakan (menjawab tidak) sebesar 1,82 %. Untuk hasil observasi semua front office staff dapat dikatakan telah melaksanakan penerapan etika komunikasi dengan baik. Hendaknya etika komunikasi diterapkan dengan baik dan dalam penerapannya harus ada pengawasan langsung dari atasan kepada bawahannya agar hal-hal yang tidak diinginkan tidak terjadi. Karena hal kecilpun dapat berdampak besar terhadap hotel tersebut.

5. REFERENCE

Arikunto, S., (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ahmad, A. (2013). Keterampilan Komunikasi â€“ Pengetahuan dan Perilaku Berbahasaâ€“Penentu Keberhasilan Industri Pariwisata di Malaysia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, *5*(2), 81–95. https://doi.org/10.24002/jik.v5i2.213

Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, *1*, 130.

Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

Maiziva, D. R. (2017). Peranan Receptionist Pada Front Office Departement Hotel Grand Zuri Pekanbaru. *Jom Fisip*, *4*(2), 1–10.

Mardatillah, A. (2010). *Etika Komunikasi Dalam Reformasi Pelayanan Sipil & Publik (Tinjauan Teori)*. *3*(1), 1–17.

Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, *3*(1), 31–37. https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32

E-ISSN: 3047-2229
Vol: 1, No: 3, 2024 (Hal. 22-34)

Rosyid, A. N., Yulianto, S., Pradapa, F., Prasastono, N., Front, P., Staff, O., Keluhan, T., & Pandanaran, T. (2017). Pengaruh Pelayanan Front Office Staff Terhadap keluhan Tamu di Pandanaran Hotel Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Muliti Disiplin Ilmu*, 325–334.

Sofa, H. F. W. A. (2024). *Pentingnya Peran Etika Komunikasi Organisasi Pegawai Coffe Shop Kopi Gambarsari*. *4*(02), 7823–7830.

Sihite Ricard. (2000). *Etika komunikasi.* Surabaya: SIC

Sulastiyono, Agus. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi.* Alfabeta, cv.