

PERAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN TAMU DI LORIN HOTEL SOLO

Fanny Dewanty Ardiyanto¹, Septi Wulandari²

¹Akademi Pariwisata Mandala Bhakti

²Akademi Pariwisata Mandala Bhakti

septiwulandari@mandalabhakti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang peran *product knowledge* telepon operator dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa yang diketahui seorang telepon operator tentang *product knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo, bagaimana peranan *product knowledge* bagi telepon operator dalam operasional Lorin Hotel Solo, dan bagaimana upaya yang dilakukan telepon operator untuk mengatasi kendala pengetahuan *product knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik yang digunakan adalah wawancara dengan *Front Office Manager* Lorin Hotel Solo, dan *Guest Relations Officer* Lorin Hotel Solo serta melakukan pengamatan langsung mengenai peran *product knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo.

Setelah diadakan penelitian, hasil yang didapat adalah peran *product knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo sangat penting karena dengan adanya *product knowledge* seorang telepon operator dapat memberikan pelayanan yang baik dan informasi seputar produk yang ada di hotel dengan *valid* dan sesuai dengan *Standard Operational Procedure* (SOP) hotel.

Kata Kunci: *Product Knowledge*, Kualitas Pelayanan, Telepon Operator

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Industri perhotelan terlihat jelas dengan bertambahnya jumlah akomodasi di berbagai tempat dan daerah di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Industri perhotelan tentunya membawa dampak bagi kemajuan perekonomian negara dan juga menjadi sumber devisa. Perbaikan dalam berbagai aspek harus lebih ditingkatkan agar

menunjang kemajuan dari industri perhotelan itu sendiri.

Menurut Bagyono (2012), hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan, bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya. Hotel memiliki beberapa departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing yang bertujuan untuk mendapatkan atau meningkatkan pendapatan, diantaranya *Front*

Office Department, Housekeeping Department, F&B Department, Human Resources Department, Engineering Department, Sales & Marketing Department, Security Department dan lain-lain tergantung besar kecilnya suatu hotel.

Front office merupakan salah satu departemen yang memiliki pengaruh paling besar dalam meningkatkan pendapatan hotel karena bertugas menjual kamar dan fasilitasnya kepada tamu. Departemen *Front Office* juga bertugas dalam menjaga citra suatu hotel karena baik buruknya hotel tersebut tercermin saat tamu pertama kali datang ke hotel dan departemen *Front Office* yang pertama kali dilihat oleh tamu karena posisinya yang berada di depan atau saat pertama kali memasuki hotel. Hal ini tentunya menjadi perhatian khusus dimana pelayanan yang diberikan akan menjadi penentu apakah tamu yang datang menginap akan kembali lagi atau tidak.

Front office sendiri memiliki beberapa bagian diantaranya yaitu *reservation, receptionist, doorman*, dan telepon operator yang memiliki tugas dan fungsinya masing-masing. Dari beberapa bagian tersebut, telepon operator memiliki tugas memberikan informasi maupun menyambungkan telepon baik kedalam maupun keluar hotel. Hal ini tentunya membuat *staff* yang bekerja di bagian telepon operator harus memiliki kemampuan

berkomunikasi yang baik dan pengetahuan tentang hotel secara menyeluruh.

Salah satu tugas dari *staff* yang bekerja di bagian telepon operator adalah menjual fasilitas hotel. Dalam meningkatkan kepuasan pelayanan tamu, telepon operator harus menguasai *product knowledge* yang ada di hotel. Telepon operator harus menguasai informasi tentang fasilitas hotel seperti harga kamar, restoran, promo-promo yang sedang diadakan. Selain fasilitas yang menunjang, setiap tamu yang datang mengharapkan pelayanan yang baik termasuk menerima informasi secara jelas dan akurat. Pelayanan yang baik dari hotel akan membuat tamu merasakan kepuasan dan kenyamanan selama menginap di hotel tersebut dan hal tersebut akan berpengaruh pada kemajuan dari hotel itu sendiri.

Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, peneliti akan membahas tentang “Peran *Product Knowledge* Telepon Operator dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Tamu Di Lorin Hotel Solo”.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Hotel

Sulastiyono (2011) memaparkan bahwa hotel termasuk suatu perusahaan yang dioperasikan oleh pemilik dengan menyediakan makanan, minuman, dan akomodasi bagi wisatawan. Wisatawan tersebut sanggup membayar dengan nominal yang sesuai terhadap layanan yang diterima. Sedangkan dalam Keputusan Menteri

Paspotel No Km 94/HK 103/MPPT (1987) hotel adalah suatu fasilitas akomodasi yang menyediakan jasa menginap, makanan atau minuman, serta jasa lainnya, seluruhnya atau sebagian kepada sejumlah orang yang tidak ditentukan untuk tujuan mencari keuntungan.

2.2. Front Office

Kata *front office* berasal dari Bahasa Inggris yaitu *front* dengan arti depan dan *office* dengan arti kantor. Jadi, *front office* adalah kantor depan. Dalam hal dunia perhotelan, yang dimaksud kantor depan adalah departemen hotel yang letaknya di bagian depan dan tidak jauh dari pintu masuk (*lobby*). *Front office* termasuk area paling sibuk karena paling banyak bertemu dan berkomunikasi secara langsung dengan para tamu.

Menurut Agusnawar (2002), berikut adalah fungsi dan tugas bagian *front office*:

- a. Melaksanakan penjualan kamar hotel.
- b. Menyampaikan semua informasi tentang hotel.
- c. Mengkoordinasi pelayanan tamu.
- d. Membuat laporan status kamar.
- e. Mengelola pembayaran tamu.
- f. Menyusun riwayat kunjungan tamu.
- g. Menangani segala komunikasi melalui telepon.
- h. Menangani barang bawaan tamu.

2.3. Telepon Operator

Telepon operator menurut Hartini dalam Noordin (2022) adalah salah satu seksi yang ada pada kantor depan hotel yang

mempunyai kedudukan yang sama dengan petugas informasi, penerima tamu, pemesanan kamar, pelayanan barang, dan kasir kantor depan. Di hotel, sistem telepon termasuk hal terpenting dalam menunjang operasional bisnis. Oleh karena itu, pengelolaan sistem dan layanan komunikasi di hotel dilakukan oleh bagian khusus yang dikenal dengan telepon operator.

Telepon operator memiliki tugas dalam pelayanan semua pembicaraan melalui telepon dengan bijaksana, cekatan, sopan, ramah, dan penuh hormat. Tugas dan tanggung jawab seorang telepon operator menurut Darsono (2011) adalah:

- a. Melakukan pengisian daftar hadir dan membaca buku laporan.
- b. Menerima tugas dari *shift* sebelumnya dan menyelesaikan kendala yang belum selesai.
- c. Menanggapi semua percakapan setiap telepon yang masuk dengan nada sopan, ramah, dan cekatan.
- d. Melayani sambungan telepon lokal, interlokal atau hubungan luar negeri.
- e. Mencatat semua biaya sambungan telepon dan membuat rekening (telepon *chit*) yang akan diteruskan kepada kasir *front office* bersama dengan *summary*.
- f. Menerima dan menjalankan permintaan *wake-up call*.
- g. Bekerja sama dengan bagian lain.

- h. Menghadiri rapat yang diadakan oleh *Front Office Manager*.

2.4. *Product Knowledge*

Product knowledge adalah pengetahuan tentang informasi dalam suatu produk. Dengan kata lain, semua informasi tersebut relevan dengan produk yang dijual sehingga dapat mendorong terjadinya suatu pembelian. *Product knowledge* juga mengacu pada pemahaman tentang kumpulan berbagai informasi yang diterima oleh konsumen mengenai produk, seperti terminologi produk, fitur produk, harga produk, hingga kepercayaan mengenai produk.

Empat indikator dalam *product knowledge* berdasarkan buku Peter dan Olson (2010) adalah:

- a. Atribut produk
Aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan.
- b. Manfaat Fungsional
Dampak yang langsung dirasakan ketika konsumen membeli produk atau jasa yang akan digunakan.
- c. Manfaat Psikologis
Dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa.
- d. Nilai-nilai yang diperoleh setelah konsumen menggunakan produk atau jasa.

2.5. *Pelayanan*

Yoeti (1996) mendefinisikan pelayanan sebagai suatu hasil *product* dari

kegiatan yang berkorelasi antara *producer* dan *customer* melalui kegiatan internal. *Producer* memenuhi kebutuhan *customer* dalam bentuk kepuasan. Terdapat 8 dasar pelayanan menurut Sugiarto dan Sulartiningrum (1998), yaitu:

- a. Memusatkan perhatian kepada pelanggan.
- b. Pelayanan efisien.
- c. Menaikkan harga diri pelanggan.
- d. Membina hubungan baik dengan pelanggan.
- e. Memberikan informasi sejelas-jelasnya.
- f. Mengetahui keinginan pelanggan.
- g. Menjelaskan apa saja pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan.
- h. Mengalihkan tugas apabila merasa kurang ahli kepada yang ahli.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang berupa catatan hasil wawancara dan data sekunder yang berupa hasil dari buku, artikel, dan internet.

Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan tiga metode yaitu wawancara, studi pustaka, dan observasi. Wawancara dilakukan kepada *staff* Lorin Solo Hotel yaitu Bapak Suyatman yang menjabat sebagai *Front Office Manager* dan Ibu Sareta Sukma yang menjabat sebagai *Guest Relation Officer*. Studi pustaka diperoleh dari beberapa sumber diantaranya

buku, artikel, dan sumber lain yang mendukung penelitian. Sedangkan observasi dilakukan dengan memerhatikan dan mengamati secara detail Aktivitas *Front Office Staff* Lorin Solo Hotel yang lokasinya di Jalan Adi Sucipto Nomor 47 Karanganyar, Jawa Tengah secara langsung.

Data pada penelitian kualitatif ini dimulai dari reduksi data, kemudian penyajian data, dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu. Penyajian data berupa teks naratif dan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil wawancara.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menghasilkan tiga pokok bahasan, yaitu:

4.1 *Product Knowledge* yang Harus Diketahui oleh Seorang Telepon Operator dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Tamu di Lorin Hotel Solo

Pengamatan dilakukan di lapangan secara langsung tentang *product knowledge* yang harus diketahui oleh telepon operator dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu. Dari hasil pengamatan diperoleh bahwa dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yaitu saat *staff* menerima telepon dari tamu, para *staff* tidak bisa menjawab pertanyaan tamu seputar fasilitas hotel

diantaranya ukuran kamar, arah kiblat, kedalaman kolam renang, harga member untuk *fitness center*, maupun fasilitas lain karena tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang lingkup pekerjaan dan hotel secara menyeluruh khususnya tentang “*product knowledge*” padahal hal tersebut termasuk hal wajib yang harus diketahui oleh seorang telepon operator. Memiliki pengetahuan tentang *product knowledge* berdampak terhadap kepuasan tamu karena mempermudah tamu untuk mendapatkan informasi yang *valid*. Maka dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di hotel tersebut.

Product knowledge yang harus diketahui oleh seorang telepon operator dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu di Lorin Hotel Solo pada periode Juni 2022-Desember 2022 dapat dideskripsikan dalam wawancara kepada dua narasumber. Menurut pendapat Bapak Suyatman selaku *Front Office Manager* Lorin Hotel Solo menyampaikan bahwa seorang telepon operator harus menguasai *product knowledge* yang dimiliki hotel tersebut yaitu fasilitas, tipe kamar, harga kamar, *restaurant*, dan juga *health club* karena operator adalah yang menjadi pusat informasi antara tamu dan hotel tersebut. Maka dari itu, telepon operator harus menguasai segala *product knowledge* yang ada di hotel tersebut. Sedangkan menurut pendapat Ibu Sareta Sukma selaku *Guest Relations Officer* Lorin Hotel Solo,

yang harus diketahui telepon operator yaitu informasi tentang kamar, informasi fasilitas-fasilitas apa saja yang ada di Lorin Hotel, *event* yang ada di hotel. Seorang telepon operator harus *update* tentang *event* apapun itu, serta yang paling terpenting adalah informasi seputar hotel.

Di Lorin Hotel Solo memiliki tipe kamar beserta harganya yang berbeda-beda, yaitu:

Tabel 1. Tipe Kamar

Tipe Kamar	Harga/Malam
<i>Moderate Room</i>	Rp 550.000, 00
<i>Deluxe Room</i>	Rp 650.000, 00
<i>Executive Room</i>	Rp 750.000, 00

Fasilitas dari tipe kamar pada Tabel 1 terdapat perbedaan. Untuk tipe *moderate* masih menggunakan *standing shower*, sedangkan untuk tipe *deluxe* dan *executive* sudah menggunakan *bathtub*. *View* kamar pun berbeda, semakin bagus *view*nya, semakin mahal pula harganya. Selain kamar hotel, terdapat beberapa *meeting room* dengan kapasitas tamu masing-masing diantaranya:

Tabel 2. Jenis Meeting Room

Jenis Meeting Room	Kapasitas (Orang)
Puri Kencono Ballroom	700-800
Puri Retno	80-100
Puri Rukmi	250
Pipas	150
Jolonidi	250

Grand Rukmi	600
Arket	30-50
Puri Nalendra Ballroom	1.000
Central Garden	1.000
Kaktus Garden	500
Executive Meeting Room	20

Fasilitas lain yang disediakan oleh Lorin Hotel Solo adalah *restaurant* (Sasono Bujono dan Bale Raos), *Pool Bar*, *LC Lounge*, Kolam Renang, *Fitness Center*, *Jakuzzi*, *Sauna*, Lapangan Tenis, Lapangan Pasir, *Spa*, dan *Garden*.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil wawancara kedua narasumber, dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang harus diketahui seorang telepon operator tentang *product knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu adalah telepon operator harus memahami informasi-informasi tentang kamar, *restaurant*, *health club*, fasilitas seputar hotel karena telepon operator adalah pusat dari segala informasi yang ada di hotel.

4.2 Peranan *Product Knowledge* bagi Telepon Operator dalam Operasional Lorin Hotel Solo

Product knowledge berperan sangat penting dalam operasional hotel terutama dibagian telepon operator. Tanpa memiliki pengetahuan tentang *product knowledge* yang ada di hotel, seorang telepon operator tidak dapat memberikan informasi yang ingin tamu

ketahui. Menurut pendapat Bapak Suyatman, peran *product knowledge* bagi seorang telepon operator yaitu sebagai peranan penting untuk menyampaikan informasi kepada tamu, dan seorang telepon operator harus tahu apa yang akan disampaikan *product knowledge* tersebut dengan santun, *clear*, dan jelas. Ibu Sareta Sukma menjelaskan bahwa peran *product knowledge* sangat membantu dalam operasional hotel seperti membantu tamu memberikan informasi harga kamar, dan informasi-informasi seputar tentang Lorin Hotel Solo.

Tujuan seorang operator harus memahami *product knowledge* yang ada di hotel yaitu:

- a. Mempermudah petugas telepon operator dalam menyampaikan informasi seputar harga kamar, luas kamar, tipe kamar, letak kamar, keunggulan kamar, *view* kamar.
- b. Membantu untuk menyelesaikan *complain* tamu dengan memberikan informasi yang benar.
- c. Meningkatkan kepercayaan tamu untuk menginap di hotel.
- d. Mempermudah seorang telepon operator dalam menyampaikan informasi terkait *event* yang ditanyakan tamu.
- e. Mempermudah seorang telepon operator dalam memberikan informasi terkait promo yang ada di hotel.

- f. Mempermudah seorang telepon operator dalam menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel.

Pengetahuan produk yang dikuasai secara baik oleh seorang telepon operator akan membuat lebih profesional dimata tamu. Selain itu, komunikasi yang lancar dengan tamu akan membuat tamu merasakan puas dan nyaman.

4.3 Upaya yang Dilakukan Telepon Operator untuk Mengatasi Kendala Pengetahuan *Product Knowledge*

Seorang telepon operator dalam menyampaikan informasi kepada tamu tentu tidak luput dari berbagai kendala. Maka dari itu, peneliti melakukan wawancara terkait upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala-kendala tersebut agar pelayanan tamu lebih maksimal. Adapun kendala pengetahuan *product knowledge* yang dilakukan telepon operator yaitu:

- a. Kesalahan *staff* dalam menerima informasi.
- b. Kesalahan dalam penjualan kamar.
- c. Terjadinya mis komunikasi antara operator dan *departement* lainnya atau tamu itu sendiri.
- d. Kurang memahami fasilitas yang ada di hotel.
- e. Kurang memahami denah hotel.

Berdasarkan hasil wawancara, Bapak Suyatman menyampaikan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan tamu itu telepon operator harus sering mengadakan

training tentang masalah-masalah *product* hotel yang baru, kemudian sosialisasi sehingga *update* apa informasi terbaru yang ada di hotel maupun *product* dan promosi, harus memahami sehingga telepon operator akan lebih tahu karena pertama kali tamu telepon ke hotel itu yang terima adalah telepon operator. Menurut pendapat Ibu Sureta Sukma dalam mengatasi kendala pengetahuan *product knowledge* telepon operator bisa dengan belajar, *showing room* apabila telepon operator kurang mengetahui isi atau letak yang ada di *room* atau bisa meminta informasi apa saja yang belum diketahui kepada senior.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan telepon operator untuk mengatasi kendala pengetahuan *product knowledge* yaitu mengadakan *training*, *showing room*, sosialisasi, dan belajar agar telepon operator memahami apa saja informasi terbaru yang ada di hotel tersebut. *Training* dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana telepon operator memahami tentang produk hotel. Sosialisasi dilaksanakan untuk memberikan pemahaman atau informasi terbaru yang harus diketahui seorang telepon seluler. Sedangkan *showing room* dilakukan agar seorang telepon operator memahami letak kamar dan isi kamar. Hal ini dilakukan untuk mempermudah saat menjelaskan kepada tamu.

Dari beberapa kendala dan solusi yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik sangat penting untuk diterapkan dalam melayani tamu. Salah satu hal yang perlu dijadikan perhatian penting adalah seorang telepon operator harus selalu aktif dalam mempelajari informasi-informasi yang nantinya akan diberikan kepada tamu.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *Product knowledge* yang harus diketahui oleh seorang telepon operator dalam meningkatkan kualitas pelayanan tamu yaitu informasi seputar kamar, fasilitas hotel, event hotel. Seorang telepon operator harus memahami produk yang ada di hotel agar nantinya dapat mempermudah menjelaskan kepada tamu dan tidak terjadi kesalahpahaman dengan tamu tersebut.
2. *Product knowledge* memiliki peranan bagi telepon operator dalam operasional hotel yaitu melayani telepon dari tamu baik itu pemesanan kamar atau *request* dan *complain* tamu, memberikan informasi kepada tamu yang baik dan benar agar nantinya tamu mau menginap dan lama tinggal di hotel.
3. Upaya yang dilakukan telepon operator untuk mengatasi kendala pengetahuan tentang *product knowledge* yaitu dengan

cara *training*, sosialisasi, dan *showing room* agar nantinya telepon operator paham tentang informasi terbaru yang ada di hotel.

6. REFERENSI

- Agusnawar. 2002. Operasional Tata Graha Hotel. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bagyono. 2012. *Teori dan Praktik Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Darsono, Agustinus. 2011. *Front Office Hotel*. Jakarta: PT Grasindo.
- Noordin, D.E.S. 2022. Peran Telepon Operator dalam Memberikan Pelayanan kepada Tamu di Midtown Hotel Samarinda. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.3, No.5, 6133-6141.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy* 9th ed, New York: Mc, Graw Hill.
- Sugiarto, Endar dan Sulartiningrum, Sri. 1998. *Pengantar akomodasi dan Restoran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.