

Pelayanan Prima Gro Pada Hotel Golden Palace Lombok

Donaty Natalia Kusriwulan^{*1}, Adhitya Bagus Singandaru², Ihyana Hulfa³

^{1,2,3}Diploma III Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

*e-mail: donatynatalia123@gmail.com¹, ab.singandaru@unram.ac.id²,
ihyanahulfa@unram.ac.id³

Riwayat Artikel

Diterima : 17 November 2025
Direvisi : 25 November 2025
Diterbitkan : 05 Desember 2025

Kata kunci: Guest Relation Officer, Hotel Golden Place Lombok, Kepuasan Tamu, Pelayanan Prima.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima oleh Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Golden Place Lombok dalam meningkatkan kepuasan tamu. Pelayanan prima merupakan salah satu kunci utama dalam industri perhotelan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GRO di Hotel Golden Place Lombok telah menerapkan standar pelayanan prima yang mencakup sikap ramah, pelayanan cepat tanggap, komunikasi efektif, serta perhatian terhadap kebutuhan dan keluhan tamu. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti keterbatasan jumlah staf dan pelatihan yang belum merata. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pengembangan sistem pelayanan menjadi rekomendasi utama untuk menunjang pelayanan yang lebih optimal.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia terus menunjukkan trend yang positif. Dengan kekayaan alam, budaya, dan destinasi wisata yang beragam, Indonesia menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia pada Januari–Februari 2023 mencapai 2,2 juta orang, meningkat tajam sebesar 1.063,25% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini turut mendorong perkembangan hotel-hotel berbintang dan non-bintang di berbagai daerah wisata, termasuk di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan global. Sebagai bagian dari industri jasa, sektor ini memiliki peran penting dalam menarik wisatawan, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong investasi di bidang pariwisata. Seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dan tren pariwisata global, ekspektasi tamu terhadap kualitas layanan hotel pun semakin

tinggi. Oleh karena itu, hotel dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan mutu layanan demi menciptakan kepuasan dan loyalitas tamu. Kolter, bowen & makens (2016).

Dalam operasional hotel, berbagai divisi kerja memiliki kontribusi masing-masing dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif bagi tamu. Salah satu posisi yang memiliki peranan penting adalah Guest Relation Officer (GRO). Menurut tjiptono (2014) GRO sendiri berfungsi sebagai jembatan antara tamu dan manajemen hotel. Tugas GRO meliputi menyambut tamu, menangani keluhan, memberikan informasi, serta memastikan kebutuhan dan keinginan tamu terpenuhi selama menginap. Layanan yang prima dari seorang GRO dapat menciptakan kesan pertama yang positif, meningkatkan kenyamanan tamu, dan mendukung reputasi hotel secara keseluruhan.

Sebagai salah satu hotel berbintang di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Hotel Golden Palace juga telah menetapkan dan menerapkan standar pelayanan prima bagi GRO secara menyeluruh dan berkelanjutan. Standar ini mencakup pelatihan rutin, penyusunan SOP (Standard Operating Procedure), pengukuran kinerja, serta pemberian apresiasi bagi karyawan yang berprestasi. Dengan adanya standar pelayanan yang jelas, diharapkan setiap GRO mampu menjalankan tugas secara optimal dan memberikan pengalaman layanan yang memuaskan bagi tamu.

Namun, dalam praktiknya, penyelenggaraan layanan prima oleh GRO seringkali menghadapi sejumlah tantangan. Permasalahan seperti kurangnya kemampuan komunikasi interpersonal, minimnya pelatihan terkait standar layanan, hingga beban kerja yang tinggi dapat menghambat efektivitas GRO dalam menjalankan tugasnya. Hal ini dapat berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan tamu dan menurunkan citra profesional hotel. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), kualitas pelayanan yang konsisten dan responsif menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan tamu di industri jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah Bagaimana pelaksanaan pelayanan prima oleh Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Golden Place Lombok? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana penerapan pelayanan prima oleh GRO di Hotel Golden Place Lombok, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan mutu layanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi hotel-hotel lain dalam pengembangan kualitas layanan melalui peran GRO yang profesional dan berorientasi pada kepuasan tamu.

2. METODE

Penelitian yang dilakukan di Hotel Golden Palace Kota Mataram ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta di lapangan, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan prima yang diberikan oleh Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Golden Place Lombok. Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji proses interaksi pelayanan dan memahami persepsi serta pengalaman dari pihak yang terlibat.

Sumber data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui teknik wawancara dan data sekunder dengan menggunakan teknik dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Guest Relation Officer (GRO), tamu hotel, dan pihak manajemen Hotel Golden Place Lombok. Sedangkan data sekunder berupa dokumen-dokumen penting yang relevan dengan tujuan penelitian seperti standar operasional prosedur (SOP), buku tamu, data keluhan pelanggan, serta dokumentasi internal lainnya yang berkaitan dengan pelayanan tamu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelayanan prima oleh Guest Relation Officer (GRO) di Hotel Golden Palace Lombok memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman menginap tamu secara keseluruhan. GRO berfungsi sebagai ujung tombak pelayanan hotel karena mereka menjadi perantara langsung antara tamu dengan pihak hotel sejak tamu tiba hingga meninggalkan hotel. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan mengacu pada pendapat Lovelock dan Wirtz (2011), Kotler dan Keller (2016), serta Zeithaml et al. (2018) mengenai kualitas layanan yang mengutamakan keandalan dan daya tanggap dalam pelayanan jasa. Hal ini menjadi dasar untuk melihat bagaimana GRO menjalankan perannya dalam memastikan kepuasan tamu secara konsisten dan profesional di Hotel Golden Palace.

Tugas dan Tanggung Jawab GRO

Guest Relation Officer (GRO) memiliki tugas utama untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan tamu selama berada di Hotel Golden Palace Lombok. Mereka menyambut tamu dengan ramah dan penuh senyum sebagai langkah awal membangun kesan positif. Selain itu, GRO juga memberikan informasi lengkap mengenai fasilitas yang dimiliki hotel serta membantu tamu untuk mendapatkan informasi terkait destinasi wisata di sekitar Lombok. Dengan pelayanan yang ramah dan informatif ini, tamu akan merasa diperhatikan dan terbantu dalam merencanakan kegiatan selama mereka menginap.

Selain memberikan informasi, GRO juga memiliki tanggung jawab dalam menangani keluhan dan permintaan tamu secara cepat dan tepat. GRO memastikan segala keluhan dapat ditangani dengan solusi yang tepat tanpa menimbulkan ketidaknyamanan tambahan bagi tamu. Mereka juga memonitor kebutuhan tamu selama masa menginap untuk memastikan tidak ada hal yang mengganggu pengalaman menginap mereka. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam proses wawancara yang menyatakan:

"Kami bertugas menyambut tamu dengan ramah, memberikan informasi tentang fasilitas hotel, membantu tamu dengan keperluan mereka, dan menangani keluhan yang muncul saat tamu menginap agar mereka tetap nyaman. Selain itu, Kami selalu memeriksa tamu secara berkala selama mereka menginap, bertanya apakah ada yang mereka butuhkan, dan kami membantu jika mereka ingin booking tour atau transportasi."

Hal ini menunjukkan bahwa GRO, yang menjadi perpanjangan tangan hotel dalam menjaga standar kualitas pelayanan yang telah ditetapkan, tidak hanya pasif menunggu permintaan tamu tetapi juga aktif dalam menjaga komunikasi dan memenuhi kebutuhan tamu dengan pendekatan personal. Tugas-tugas tersebut sejalan dengan pendapat dari Lovelock dan Wirtz (2011), yang menyebutkan bahwa *reliability* (konsistensi dalam memberikan layanan yang dijanjikan) dan *responsiveness* (kemampuan untuk merespons kebutuhan tamu dengan cepat) adalah elemen kunci dalam pelayanan prima. Sedangkan Kotler dan Keller (2016) juga menekankan bahwa interaksi langsung dengan tamu, seperti yang dilakukan oleh GRO Hotel Golden Palace, merupakan *moment of truth* yang akan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap Hotel Golden Palace

Pelaksanaan SOP Pelayanan Prima oleh GRO

Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan prima oleh GRO bertujuan agar setiap tamu mendapatkan pengalaman pelayanan yang sama, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun ketepatan informasi. Prosedur check-in dan check-out dilakukan dengan sigap, di mana GRO menyapa tamu dengan sopan dan membantu proses administrasi dengan cepat. GRO juga memberikan penjelasan mengenai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu selama menginap, termasuk jadwal operasional restoran dan fasilitas rekreasi hotel. Dengan SOP yang terstruktur ini, tamu tidak merasa kebingungan dan mendapatkan kepastian selama berada di hotel.

SOP juga mengatur tanggung jawab GRO dalam memenuhi setiap permintaan tamu dengan segera dan tetap mengutamakan sikap ramah selama proses pelayanan. Ketika terdapat permintaan khusus seperti penambahan fasilitas di kamar atau kebutuhan transportasi, GRO segera mengoordinasikan dengan bagian terkait untuk memenuhinya. Seperti ketika ada tamu yang membutuhkan handuk tambahan, GRO dengan sigap menginformasikan kepada divisi Housekeeping untuk menindaklanjuti permintaan tersebut. *"Kami mengikuti SOP dalam menangani permintaan tamu, misalnya jika tamu membutuhkan tambahan handuk atau air mineral, kami catat dan segera menghubungi housekeeping agar cepat diantarkan"*, ucap informan saat proses wawancara dilakukan.

Hal ini menunjukkan keterpaduan antar departemen dengan GRO sebagai koordinator kebutuhan tamu. Penerapan SOP ini memastikan tamu mendapatkan pelayanan prima secara konsisten. Selain itu, kesigapan GRO dalam menangani permintaan mencerminkan prinsip *reliability* dalam model SERVQUAL (Lovelock & Wirtz, 2011; Zeithaml et al., 2018), yang menekankan pentingnya memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan konsisten.

Proses Komunikasi dengan Tamu

Proses komunikasi antara GRO dengan tamu di Hotel Golden Palace Lombok bersifat aktif dan personal. GRO menyambut tamu dengan sapaan hangat, menggunakan bahasa yang sopan serta kontak mata untuk menunjukkan rasa hormat. Mereka juga selalu menjaga komunikasi dengan tamu selama masa menginap untuk memastikan semua kebutuhan tamu terpenuhi dengan baik. Pendekatan komunikasi ini menjadi

bentuk kepekaan GRO dalam memahami keinginan dan kebutuhan tamu tanpa harus menunggu tamu mengajukan permintaan terlebih dahulu.

Selain komunikasi langsung, GRO juga memberikan informasi mengenai fasilitas dan layanan hotel dengan bahasa yang mudah dipahami oleh tamu dari berbagai latar belakang. Hal ini penting agar tamu merasa nyaman dan tidak segan untuk mengajukan pertanyaan atau permintaan kepada GRO selama menginap. GRO juga mengakhiri setiap komunikasi dengan senyuman dan ucapan terima kasih sebagai bentuk penghargaan kepada tamu atas kepercayaan mereka menginap di hotel. Proses komunikasi ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan baik antara tamu dan pihak hotel.

Proses komunikasi ini mendukung prinsip responsiveness dan empathy dari model SERVQUAL, yang menurut Lovelock dan Wirtz (2011) penting untuk membangun hubungan emosional dengan tamu dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap hotel. Selain itu, Kotler dan Keller (2016) juga menambahkan bahwa komunikasi yang efektif membangun hubungan emosional dengan pelanggan, yang meningkatkan loyalitas mereka.

Strategi Penanganan Keluhan dan Permintaan Khusus Tamu

Dalam menghadapi keluhan tamu, GRO mengedepankan pendekatan empatik dan profesional. Mereka mendengarkan keluhan dengan seksama, memastikan tamu merasa didengarkan, dan menghindari sikap defensif yang dapat memperburuk suasana. GRO kemudian segera mengidentifikasi inti permasalahan untuk memberikan solusi yang sesuai dan dapat diterima oleh tamu. Dengan pendekatan ini, tamu tetap merasa dihargai meskipun mereka menghadapi masalah selama menginap.

GRO juga berupaya memberikan solusi secara cepat agar masalah tidak mengganggu kenyamanan tamu secara keseluruhan. *"Jika ada keluhan dari tamu, kami mendengarkan dengan sabar dan tidak memotong pembicaraan mereka, lalu kami catat keluhan tersebut untuk segera kami tindak lanjuti"*, ucap informan dalam proses wawancara. Setelah itu, GRO akan langsung melakukan koordinasi dengan departemen terkait untuk segera menyelesaikan masalah, seperti mengganti fasilitas yang rusak atau memberikan kompensasi yang pantas. GRO juga melakukan tindak lanjut kepada tamu setelah masalah diselesaikan untuk memastikan kepuasan tamu terhadap solusi yang diberikan. Hal ini menunjukkan bagaimana GRO menerapkan nilai tanggung jawab dalam setiap penanganan keluhan dan permintaan khusus tamu.

Strategi yang digunakan dalam penanganan keluhan dan permintaan khusus tamu ini sejalan dengan pendapat Lovelock dan Wirtz (2011), yang menyatakan bahwa responsiveness (ketanggapan dalam menangani keluhan) dan empathy (perhatian terhadap kebutuhan individu tamu) adalah pilar utama dalam menjaga kepuasan tamu. Senada dengan Lovelock dan Wirtz, Zeithaml et al. (2018) juga menyatakan bahwa penanganan keluhan yang efektif memerlukan pendekatan berbasis service recovery, yang mencakup empati dan solusi cepat untuk memulihkan kepercayaan tamu.

Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi GRO

Hotel Golden Palace Lombok secara rutin memberikan pelatihan kepada GRO sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Informan menjelaskan, *"Kami rutin mendapat pelatihan dari manajemen hotel mengenai cara komunikasi yang baik dengan tamu, cara menangani keluhan, dan pengetahuan tentang produk hotel."*

Pelatihan yang diberikan meliputi keterampilan komunikasi efektif, kemampuan menangani keluhan, serta pemahaman akan standar pelayanan hotel. Pelatihan ini dilakukan dengan metode praktik langsung agar GRO dapat menguasai keterampilan secara nyata, bukan hanya secara teori. Hal ini penting agar GRO siap menghadapi berbagai situasi yang mungkin terjadi saat berinteraksi dengan tamu.

Selain itu, Informan juga mengatakan, *"Biasanya setiap bulan ada evaluasi kinerja kami, dari sana kami tahu apa yang perlu diperbaiki dalam pelayanan kami kepada tamu."* Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi GRO di Hotel Golden Palace juga dilakukan dengan cara evaluasi kinerja berkala. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan penilaian untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan GRO dalam melayani tamu. Hotel juga memberikan pelatihan lanjutan jika ditemukan aspek keterampilan yang perlu ditingkatkan agar pelayanan tetap konsisten dengan standar pelayanan prima. Dengan adanya pelatihan dan pengembangan berkelanjutan, GRO dapat terus memberikan pelayanan terbaik kepada setiap tamu yang menginap dan tentunya mendukung dimensi assurance (Zeithaml et al., 2018).

Kendala Pelaksanaan Pelayanan Prima oleh GRO

Dalam praktiknya, GRO menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan pelayanan prima, terutama terkait dengan permintaan tamu yang tidak terduga dan ekspektasi yang tinggi. Beberapa tamu mengajukan permintaan khusus yang membutuhkan penanganan cepat di tengah keterbatasan fasilitas atau sumber daya yang ada. Situasi ini menuntut GRO untuk mampu berpikir cepat dan kreatif agar dapat memberikan solusi tanpa membuat tamu merasa kecewa. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kepuasan tamu selama menginap.

Selain itu, kendala koordinasi dengan departemen lain juga kerap menjadi hambatan dalam pemenuhan pelayanan prima. Proses pemenuhan permintaan tamu yang memerlukan kerja sama dengan bagian housekeeping atau food and beverage terkadang memerlukan waktu lebih lama dari yang diharapkan. GRO harus mampu mengomunikasikan situasi kepada tamu dengan baik agar tamu memahami kendala yang terjadi. Dengan demikian, kepercayaan tamu tetap terjaga meskipun terjadi keterlambatan dalam pelayanan. Teknik yang digunakan oleh GRO Hotel Golden Palace tersebut sejalan dengan konsep service recovery dari Zeithaml et al. (2018), yang menekankan pentingnya respons cepat dan empati untuk memulihkan kepercayaan tamu.

Kontribusi Pelayanan Prima GRO terhadap Kepuasan Tamu

Pelayanan prima yang diberikan oleh GRO terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Golden Palace Lombok. Hal ini diungkapkan oleh informan dalam proses wawancara yang menyatakan, *"Kami selalu berusaha membuat tamu merasa nyaman dan dilayani dengan baik, agar mereka mau datang"*

kembali. Ketika tamu merasa puas dengan pelayanan kami, mereka biasanya akan merekomendasikan hotel ini ke teman atau keluarga mereka."

Keramahan GRO dalam menyambut tamu serta kesigapan mereka dalam memenuhi kebutuhan tamu membuat tamu merasa dihargai dan diperhatikan. Pelayanan personal yang diberikan GRO menjadikan tamu merasa nyaman selama menginap dan memiliki kesan positif terhadap hotel. Hal ini berdampak pada kemungkinan tamu untuk kembali menginap di hotel pada kesempatan berikutnya.

Selain meningkatkan kepuasan, pelayanan prima yang dijalankan oleh GRO juga mendorong tamu untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel Golden Palace Lombok. Pelayanan yang konsisten, ramah, dan profesional menciptakan citra positif bagi hotel di mata tamu. Hal ini sesuai dengan prinsip pemasaran jasa, di mana pengalaman positif dari tamu akan memperkuat reputasi hotel di pasar. Dengan demikian, kontribusi GRO tidak hanya berdampak pada kepuasan tamu secara individual tetapi juga pada peningkatan reputasi hotel secara keseluruhan.

Inovasi Pelayanan oleh GRO

GRO di Hotel Golden Palace Lombok juga melakukan berbagai inovasi untuk mendukung pelayanan prima kepada tamu. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah pemanfaatan teknologi sistem manajemen tamu untuk mendeteksi preferensi tamu selama menginap. *"Kami menggunakan sistem manajemen tamu untuk mencatat preferensi tamu, jadi saat mereka menginap lagi, kami bisa memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan mereka"*, ucap informan dalam proses wawancara.

Lebih lanjut disampaikan, dengan adanya sistem ini, GRO dapat memberikan pelayanan yang lebih personal, seperti memberikan kamar sesuai dengan preferensi tamu atau menyiapkan fasilitas tambahan sesuai permintaan tamu. Hal ini menunjukkan upaya Hotel Golden Palace dalam memaksimalkan pengalaman tamu dengan dukungan teknologi.

Selain itu, GRO juga memberikan layanan personal touch seperti ucapan ulang tahun dan pengaturan kejutan sederhana bagi tamu yang merayakan momen khusus. Hal ini disampaikan oleh informan dalam proses wawancara, *"Kami juga sering memberikan ucapan selamat ulang tahun atau anniversary kepada tamu yang sedang merayakan, agar mereka merasa spesial."* Inovasi ini tentu membuat tamu merasa istimewa dan lebih dekat dengan pihak hotel. Hotel juga memberikan program loyalitas bagi tamu yang sering menginap dengan penawaran diskon atau upgrade kamar secara gratis. Semua inovasi ini menjadi bentuk nyata dari upaya GRO di Hotel Golden Palace dalam menciptakan pengalaman menginap yang berkesan bagi setiap tamu.

Merujuk pada pendapat Tjiptono (2012), pelayanan prima terdiri dari lima dimensi, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Berdasarkan pemaparan penjelasan hasil temuan dalam wawancara terkait dengan pelaksanaan Pelayanan Prima oleh GRO di Hotel Golden Palace Lombok, maka kelima dimensi/prinsip pelayanan prima tersebut telah dilakukan oleh GRO di Hotel Golden Palace. Tabel di bawah ini menunjukkan kesesuaian peran GRO dengan kelima Dimensi Pelayanan Prima.

**Tabel Kesesuaian Peran GRO Hotel Golden Palace
dengan Dimensi Pelayanan Prima**

Dimensi Pelayanan Prima	Indikator Dimensi	Peran GRO di Hotel Golden Palace Lombok
<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten.	- Menyambut tamu dengan standar SOP yang jelas (check-in/check-out). - Menangani keluhan tamu dengan cepat dan solusi yang tepat. - Memastikan kebutuhan tamu terpenuhi selama menginap.
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kesigapan membantu tamu dan memberikan pelayanan cepat.	- Segera merespons permintaan tamu (penambahan fasilitas, booking tour, transportasi). - Tanggap saat ada keluhan, langsung melakukan koordinasi dengan departemen terkait.
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman.	- GRO mengikuti pelatihan komunikasi, handling complaint, dan product knowledge. - GRO memiliki sikap ramah, sopan, profesional, dan mampu memberikan penjelasan yang jelas kepada tamu.
<i>Empathy</i> (Empati)	Memberikan perhatian dan layanan secara personal kepada tamu.	- Membangun komunikasi aktif dan personal selama tamu menginap.

Sumber: Data olahan hasil wawancara penelitian

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Pelayanan prima oleh GRO di Hotel Golden Palace Lombok telah diimplementasikan secara profesional dan menyeluruh. Peran GRO tidak hanya sebatas menyambut tamu, tetapi juga meliputi komunikasi aktif, penanganan keluhan secara empatik, serta penyampaian informasi secara jelas dan responsif. Dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip kualitas layanan menurut model SERVQUAL (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles), GRO berperan penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan tamu.

SOP yang diterapkan mendukung konsistensi layanan, sementara pelatihan rutin dan evaluasi berkala memastikan peningkatan kompetensi GRO secara berkelanjutan. GRO juga menerapkan berbagai inovasi seperti pemanfaatan sistem manajemen tamu

dan personalisasi layanan (e.g. ucapan ulang tahun, kejutan kecil), yang memperkuat kedekatan emosional dengan tamu. Semua aspek ini menunjukkan bahwa GRO menjadi ujung tombak dalam membangun citra positif dan loyalitas tamu terhadap hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia Januari–Februari 2023. Jakarta: BPS. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Ekonisia, Lasiyono, L., & Alam, A. (2024). Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik Lapangan. Surabaya: CV. Literasi Nusantara.
- Kandampully, J. (2007). Services Management: The New Paradigm in Hospitality. New Jersey: Pearson Education.
- Kasmir. (2005). Etika Customer Service. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Meleong, L. J. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). California: SAGE Publications.
- 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.
- Pasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: Free Press.
- Ratnasari, R. T., & Aska, D. (2019). Pengaruh Pelatihan, SOP, dan Pemberian Penghargaan terhadap Kinerja Karyawan Hotel. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 45–55.
- Robbins, S. P. (2016). Organizational Behavior (16th Edition). Boston: Pearson.
- Septian, F., & Suparwati, S. (2022). Manajemen Front Office Hotel. Yogyakarta:
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). Management (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiarto, E., & Sulartiningrum. (2003). Pengantar Akomodasi dan Restoran. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Suwardi. (2019). Manajemen Perhotelan dan Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. (2012). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwento, R., & Sugiarto, E. (2010). Front Office: Operasional dan Administrasi Hotel. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, F. (2005). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). Service, Quality & Satisfaction (3rd ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Andi. Freddy, R. (2017). Pelayanan Prima: Konsep, Strategi dan Implementasi. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Walker, J. R. (2017). Introduction to Hospitality Management (5th Edition). Boston: Pearson.
- Wildan, Z., & Sumarsono, D. (2018). Manajemen Pelayanan Publik. Jakarta: Kencana.
- Winarta, I. M. (2021). Metodologi Penelitian Sosial: Teori dan Aplikasi di Lapangan. Denpasar: Udayana University Press.
- Yamit, Z. (2005). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.