

ANALISIS KINERJA GSA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU MELALUI REVIEW OTA DI HOTEL CAVINTON

T. Prasetyo Hadi Atmoko¹, Heni Widyaningsih²

¹Akademi Pariwisata Yogyakarta, prasp1g@gmail.com

²Akademi Pariwisata Yogyakarta, heni.widya08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja *guest service agent* dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui *review online travel agent* di Hotel Cavinton, dan untuk mengetahui kualitas pelayanan *guest service agent* dalam melayani tamu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, literatur, dan dokumentasi. Kinerja *guest service agent* untuk meningkatkan kepuasan tamu ditinjau dari *review online travel agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta mendapat *review* memuaskan, pelayanan yang diberikan juga sudah sesuai standar operasional prosedur. *Review* yang dianggap memuaskan 90 %, dan aspek spesifik dari SOP yang dipenuhi 88 %. Temuan ini dapat membantu hotel dalam meningkatkan kepuasan tamu dibuktikan dengan ulasan positif yang diberikan oleh tamu, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar operasional prosedur. Tindakan seperti memberikan *upgrade room*, *VIP notice*, dan *voucher coffee time* berkontribusi pada peningkatan kepuasan tamu sehingga tamu datang kembali menginap di Cavinton Hotel. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff *guest service agent* dinilai baik oleh tamu, yang mencakup keramahan, siap membantu, dan fasilitas yang memadai.

Kata kunci: kinerja, guest service agent, review

ABSTRACT

This study aims to determine the performance of guest service agents in increasing guest satisfaction through online travel agent reviews at Hotel Cavinton, and to determine the quality of guest service agents in serving guests. The method used in this study is qualitative data analysis with observation, literature, and documentation data collection methods. The performance of guest service agents to increase guest satisfaction is reviewed from online reviews of travel agents at Hotel Cavinton Yogyakarta received satisfactory reviews, the services provided are also in accordance with standard operating procedures. Reviews that are considered satisfactory 90%, and specific aspects of SOPs that are fulfilled 88%. These findings can help hotels in increasing guest satisfaction as evidenced by the positive reviews provided by guests, which show that the services provided are in accordance with standard operating procedures. Actions such as providing room upgrades, VIP notices, and coffee time vouchers contribute to increasing guest satisfaction so that guests often come back to stay at Cavinton Hotel. Overall, the quality of service provided by the guest service agent staff is rated well by the guests, which includes friendliness, helpfulness, and adequate facilities.

Keyword: Performance, Guest Service Agent, Review

PENDAHULUAN

Pada saat ini kebutuhan pemesanan kamar untuk menginap dilakukan melalui *online travel agent* sehingga tamu yang akan menginap pasti akan dimudahkan dalam akses pemesanan kamar melalui *online travel agent*. Pada periode-periode tertentu saat *peak season* jumlah reservasi melalui *online travel agent* sangat meningkat karena hampir semua tamu yang menginap di hotel melakukan pemesanan kamar lewat *online travel agent*. Tentunya hal itu berpengaruh terhadap harga kamar dari biasanya. Perubahan harga kamar ini bahkan dapat meningkat dua kali lipat dari harga kamar biasanya. Dengan adanya kemudahan tamu dalam melakukan pemesanan kamar hotel tentunya juga berpengaruh bagi *review*, dan tentu saja tamu bebas dalam menuliskan penilaian terhadap tingkat kepuasan saat menginap di hotel baik itu puas ataupun tidak puas. *Online customer review* menurut Banjarnahor et al., (2021), merupakan informasi yang kredibel dan dapat dipercaya oleh perusahaan dalam membantu konsumen menentukan produk, sehingga dengan adanya *online travel agent* ini bagi hotel yang baik akan semakin baik karena *review* baik dan rating meningkat namun untuk hotel yang memberikan pelayanan kurang baik juga akan berdampak pada *review* yang kurang baik dan bisa saja rating menurun.

Hotel Cavinton Yogyakarta merupakan salah satu hotel di Yogyakarta yang sudah menjalin kerjasama dengan beberapa *online travel agent* seperti agoda, traveloka, booking.com, tiket.com, expedia dan lain-lain. Cavinton Hotel Yogyakarta juga mempertahankan *review* yang sudah didapat dan meningkatkan *review* dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk tamu. Karena pelayanan sangat dipentingkan bagi sebuah hotel, tentunya hotel pasti akan selalu mengedepankan sebuah kualitas pelayanan. Dengan adanya sebuah kualitas pelayanan pada hotel maka akan menciptakan suatu keharmonisan, dan terciptanya loyalitas pelanggan. Tidak

hanya pada kualitas pelayanan jasa namun fasilitas juga harus berjalan bersama pada kualitas pelayanan, dan salah satunya terkait dengan pelayanan *guest service agent* dalam *section front office* yang sangat berpengaruh. Apabila seorang *staff guest service agent* dapat memberikan kesan pertama yang baik untuk pelanggan dan mampu memberikan pelayanan lebih dari yang diinginkan oleh pelanggan maka bisa dikatakan bahwa hotel memiliki sebuah kualitas pelayanan, dan tentunya akan berpengaruh bagi *review* positif untuk hotel dari tamu, hal ini nantinya dapat dibuktikan pada beberapa *review* dari *online travel agent*.

Berdasar latar belakang masalah di atas maka dirumuskan masalah bagaimana kinerja *guest service agent* dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui *review online travel agent* di Hotel Cavinton dan bagaimana kualitas pelayanan *guest service agent* dalam melayani tamu *online travel agent* di Hotel Cavinton.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kinerja dari *guest service agent* dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui *review online travel agent* di Hotel Cavinton, dan mengetahui kualitas pelayanan *guest service agent* dalam melayani tamu dari *online travel agent* di Hotel Cavinton.

KAJIAN LITERATUR

Kinerja

Menurut Wuryaningsih (2013) bagi karyawan, meningkatkan kinerja bukan sesuatu yang mudah. Kinerja antar karyawan tidaklah sama (Savira, 2014). Kinerja yang baik dari seorang karyawan akan berdampak pada kepuasan terhadap pelayanannya.

Kepuasan Pelayanan

Menurut Kottler (2017) pelayanan merupakan suatu aktivitas yang bermanfaat untuk dapat memberikan kepuasan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan ialah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui orang lain yang langsung dapat diterima.

Oliver (2019) menjelaskan kepuasan ialah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan apa yang menjadi harapan. Sedangkan menurut Candiwan (2021) tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan menciptakan persepsi terhadap suatu merek yang tentunya akan membantu perusahaan dalam memenangkan sebuah persaingan.

Guest Service Agent

Menurut Sasmita (2017) *Guest Service Agent (GSA)* sering disebut resepsionis, *Front Desk Agent, Front Desk Clerk, Receptionist* merupakan seseorang yang bertugas melayani tamu yang hendak *check in*.

Online Customer Review

Menurut Febriyanthi (2022) *review* sebagai bagian dari *Electronic Word of Mouth (eWOM)*, yang diungkapkan secara langsung dari seseorang tentang suatu produk. Menurut Filieri (2014) *Online Customer Reviews (OCRs)* adalah salah satu bentuk *Word of Mouth Communication*, calon pembeli bisa mendapatkan informasi tentang produk dari konsumen yang telah mendapatkan pelayanan di tempat tersebut. Semakin banyak customer yang memberikan bintang maka menunjukkan peringkat pelayanan atau penjualan yang semakin baik (Lackermair et al, 2013). Pada era modernisasi saat ini penggunaan *online marketing* dapat memudahkan pada konsumen, hal itu karena untuk melakukan perbandingan, konsumen dapat mengunjungi penjual secara tidak langsung (Yasmin et al, 2015). Hal tersebut akan memudahkan calon pembeli untuk memilih dan atau membeli produk dapat dengan mudah melihat dari rating. Menurut Dellarocas (2003) rating merupakan opini dalam bentuk lain yang diberikan oleh banyak orang. Faktor- faktor dalam *online review* ada tiga, yaitu *online feedback* dari tamu hotel, respon oleh manajemen, dan keputusan dari penggunaan jasa. *Feedback* merupakan inti dari tindakan hotel yang menunjukkan kepuasan tamu, hal itu

karena setiap *feedback* yang positif dapat menarik pelanggan agar mau membayar lebih untuk mendapatkan suatu layanan. Akan tetapi, komentar yang negatif karena pengalaman yang tidak menyenangkan dapat merusak reputasi kualitas layanan. Respon dari manajemen sangat diperlukan ketika pelanggan memberikan komen negatif (Nurzanah, 2021).

Online Travel Agent

Menurut Malla (2016), *online travel agent* ialah agen perjalanan yang sebagai media promosi dan penjualan secara online melalui *website* dan kegiatan transaksinya dilakukan secara *online*. Ulasan pelanggan melalui *online review*, baik melalui *OTA* ataupun melalui sosial media akan berdampak pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan, keterlibatan pelanggan, serta loyalitas. Metode pemasaran yang dikenal sebagai pemasaran berafiliasi melalui media internet yang melibatkan pengembangan jaringan pemasaran online antara pebisnis hotel dan pemasok dapat dilakukan melalui situs web afiliasi online travel agen (OTA), seperti *traveloka.com, agoda.com, tripadvisor.co.id, booking.com, wego.co.id, nusatrip.com,* dan lain-lain (Yulianto, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif untuk meneliti pada obyek, dimana meneliti sebagai instrumen kunci, dalam pengumpulan data menggunakan data primer yaitu observasi secara langsung di lapangan, literatur, dan dokumentasi. Tahapan analisis pada penelitian ini yaitu a) reduksi data, pada tahap ini penulis merangkum hasil dari observasi terhadap staff dan manager terkait *police and procedure* dan standar operasional prosedur terkait pelayanan *front office* terutama *section guest service agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta, b) penyajian data, pada tahap ini penulis memperoleh data untuk menjabarkan hasil kepuasan pelanggan terkait pelayanan yang diberikan, dalam tahap ini penulis mendapatkan data dari beberapa *online*

travel agent kemudian dijabarkan dalam pembahasan mengenai kepuasan serta kualitas pelayanan *guest service agent*.

Diagram alir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Analisis Kinerja GSA

Sumber : data yang diolah (2024)

Kebaharuan penelitian ini yaitu 1) fokus pada *Guest Service Agent*: penelitian ini memberikan perhatian khusus pada peran *guest service agent* dalam meningkatkan kepuasan tamu, yang sering kali kurang mendapat sorotan dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini menekankan pentingnya interaksi langsung antara tamu dan staff *front office* dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif, 2) analisis ulasan online, penelitian ini menggunakan ulasan dari *online travel agent* sebagai data utama untuk menganalisis kinerja *guest service agent*. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih luas dan relevan, mengingat semakin banyak tamu yang berbagi pengalaman mereka secara online, 3) Standar Operasional Prosedur (SOP): jurnal ini menekankan bahwa kinerja *guest service agent* diukur berdasarkan standar operasional prosedur yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dalam menilai kesesuaian pelayanan dengan SOP yang ada, 4) peningkatan kualitas pelayanan: penelitian ini menunjukkan bagaimana tindakan proaktif dari *guest service agent*, seperti memberikan *upgrade* kamar dan pelayanan tambahan, dapat berkontribusi

pada peningkatan positif dari tamu. ini memberikan wawasan baru tentang strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu, 5) keterkaitan antara Pelayanan dan loyalitas pelanggan: jurnal ini mengaitkan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan tamu, 6) relevansi dengan tren Perhotelan modern: dengan meningkatnya penggunaan platform online untuk reservasi dan ulasan, penelitian ini relevan dengan tren terkini dalam industri perhotelan, di mana reputasi online menjadi sangat penting bagi keberhasilan hotel. Secara keseluruhan, kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan analitis yang menggabungkan pengalaman tamu dengan standar pelayanan yang ada, serta relevansinya dengan dinamika industri perhotelan saat ini.

PEMBAHASAN

Kinerja *guest service agent* dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui

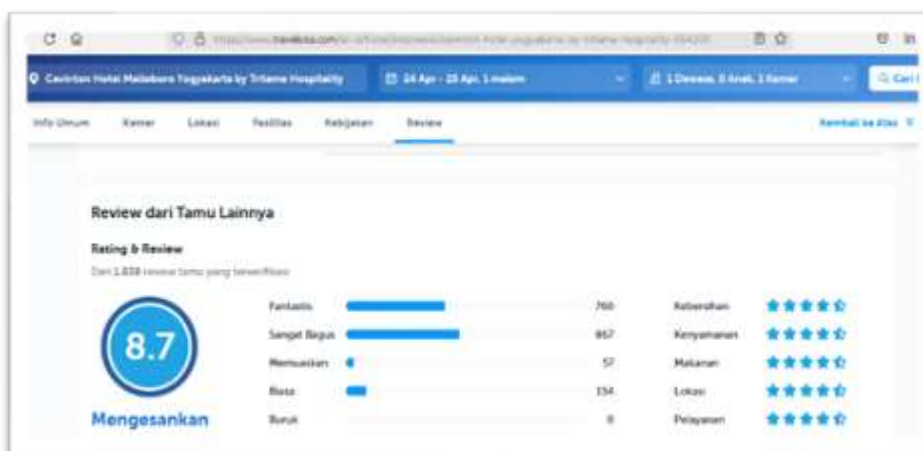
review online travel agent di Hotel Cavinton Yogyakarta

Analisis internal ditinjau dari penilaian kinerja karyawan di Hotel Cavinton yang diukur dengan sepuluh indikator yaitu ketepatan waktu/ absensi, produktifitas, kualitas kerja, pengetahuan tentang pekerjaan, pengembangan pribadi, inisiatif, kepekaan, dapat diandalkan, komunikasi & interaksi, kerjasama. Penilaian dibagi kedalam lima skala yaitu istimewa, melebihi harapan, sesuai harapan, perlu perbaikan, dan tidak dapat diterima. Dari penilaian karyawan tersebut diperoleh hasil penilaian aspek spesifik dari SOP yang dipenuhi adalah 88 %.

Dalam mewujudkan visi dan value dalam bekerja di Hotel Cavinton yaitu “cozy and comfortable”, *key performance indicator* dilakukan setiap tahun dan berkala untuk mengetahui kinerja karyawan sesuai dengan standar hotel atau tidak. Hasil penilaian karyawan akan **Traveloka.com**

dijadikan rujukan dalam menyusun strategi meningkatkan kinerja karyawan Hotel Cavinton.

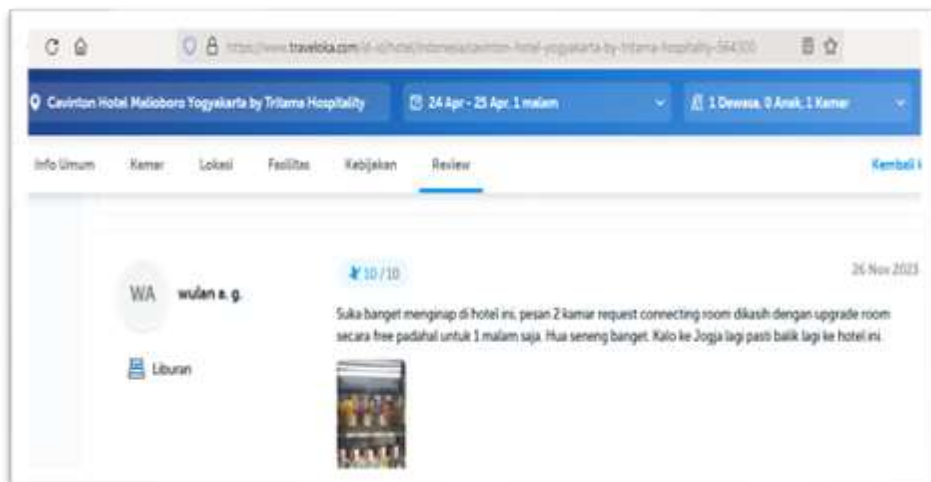
Analisis eksternal dilakukan dengan menjabarkan beberapa *review* dari tamu *online travel agent* terkait kinerja yang dilakukan oleh seorang *guest service agent* untuk meningkatkan kepuasan tamu selama menginap, kemudian peneliti dapat melihat kualitas pelayanan *guest service agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta dari penilaian tamu selama menginap di hotel, sebagian tamu menilai tentang kepuasan selama menginap dengan memberi ulasan di *OTA* yang digunakan oleh pelanggan untuk memesan kamar hotel. Kinerja yang dilakukan oleh seorang *guest service agent* sudah melebihi harapan dan sesuai dengan *police and procedure* di Hotel Cavinton. Berikut disajikan *review* dari *travel agent* yang sudah bekerjasama dengan Hotel Cavinton.



Gambar 2.
Review tamu pada situs Traveloka mengenai Hotel Cavinton Yogyakarta
Sumber :<https://www.traveloka.com> (2024).

Gambar di atas tentang ulasan tamu *online travel agent* tentang Hotel Cavinton Yogyakarta di Traveloka, ulasan dengan skor 8.7 predikat mengesankan di lihat

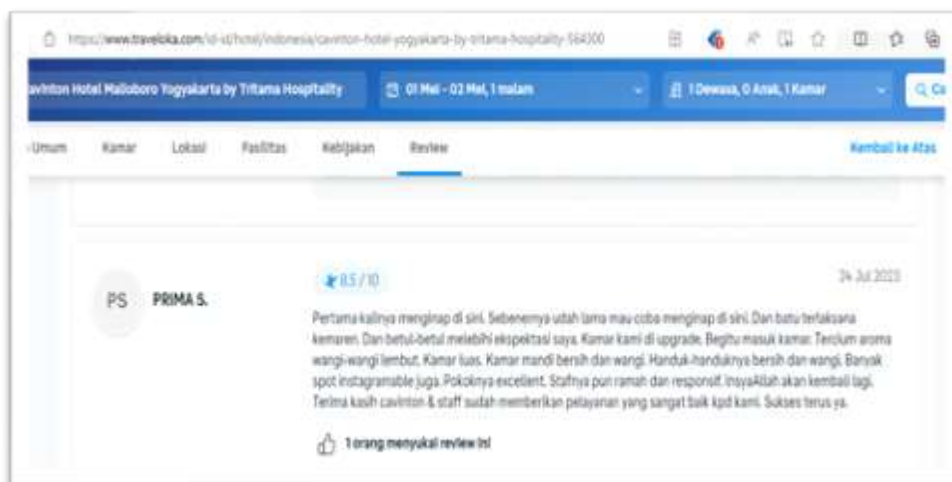
dari kebersihan, kenyamanan, makanan, lokasi, serta pelayanan yang ada di Hotel Cavinton Yogyakarta dengan bintang 4,5/5.



Gambar 3
Kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*
Sumber : <https://www.traveloka.com>, (2024)

Gambar di atas menampilkan *review* pada situs Traveloka dengan nilai 10/10 karena tamu merasa puas dengan pelayanan, mendapatkan *upgrade room* dan mendapatkan kamar yang sesuai dengan *request* dengan interior terbaru.

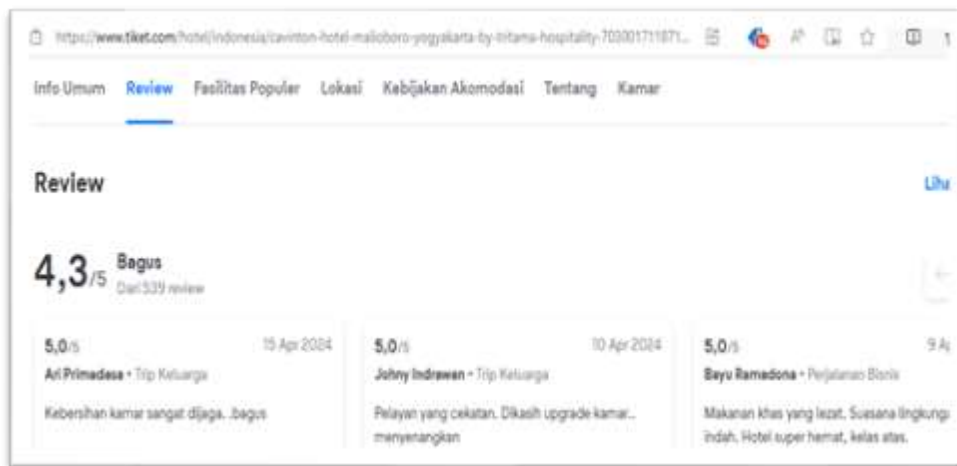
Dapat dilihat dari *review* tamu *online travel agent* merasa senang menginap di Hotel Cavinton Yogyakarta karena mendapatkan *upgrade room* tanpa adanya tambahan biaya apapun, yang mungkin saja tidak didapatkan di hotel lain.



Gambar 4
Kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*
Sumber : <https://www.traveloka.com>, (2024)

Gambar di atas menunjukkan *review* pada situs Traveloka dengan skor 10/10 karena tamu merasa puas dengan mendapatkan *upgrade room*, kamar yang bersih dan wangi, *staff* memberikan pelayanan yang sangat baik dan ramah dan dalam *review* **Tiket.com**

tersebut tamu juga menuliskan bahwa ia tidak menyangka untuk pertama kali datang menginap di Hotel Cavinton Yogyakarta langsung mendapatkan *upgrade room*.



Gambar 5

Review tamu pada situs Tiket.com mengenai pelayanan

Sumber : <https://en.tiket.com>, (2024)

Gambar di atas mengulasan Hotel skor 4.3/5 dan mendapatkan predikat Cavinton di situs Tiket.com, dengan bagus.



Gambar 6

Kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*

Sumber: <https://en.tiket.com>, (2024)

Gambar di atas menunjukkan *review* tamu dengan skor 5.0/5 karena tamu mendapatkan *upgrade room* serta mendapatkan pelayanan yang cekatan, dapat kita lihat dalam *review* tersebut

bahwa tamu merasa senang mendapatkan *upgrade room* dan menuliskan *review* positif pada aplikasi pemesanan kamar yang tamu gunakan.



Gambar 7
Kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*
Sumber: <https://en.tiket.com/hotel> (2024)

Gambar di atas menunjukkan *review* tamu dengan skor 5.0/5 karena tamu mendapatkan *upgrade room* serta mendapatkan *view* kamar yang bagus, dalam *review* tersebut. Poin yang

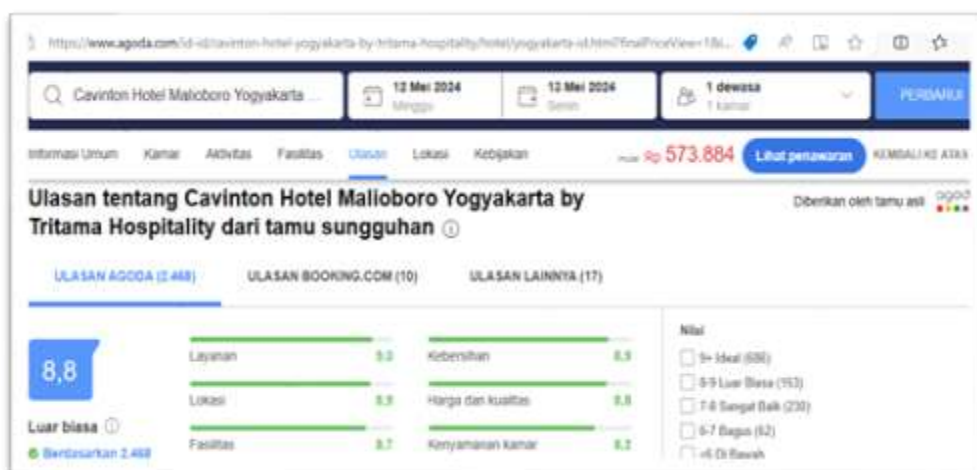
dituliskan tamu yaitu terkait *upgrade room* yang membuat tamu merasa senang saat menginap di Hotel Cavinton Yogyakarta.



Gambar 8
Kinerja *Guest Service Agent* dalam memberikan *VIP Notice*
Sumber: <https://en.tiket.com/hotel> (2024)

Gambar diatas menunjukkan *review* tamu dengan skor 5.0/5 karena tamu mendapatkan *free whole fruit* dari manajemen hotel yang sudah ditentukan oleh *guest service agent*, selain itu pembagian *whole fruit* juga sudah **Agoda.com**

ditentukan oleh manajemen hotel berdasarkan kriteria *VIP*, *VVIP* nantinya akan mendapatkan *whole fruit*, *free mini bar*, dan *welcome cake*, sedangkan *VIP* akan mendapatkan *special whole fruit*.



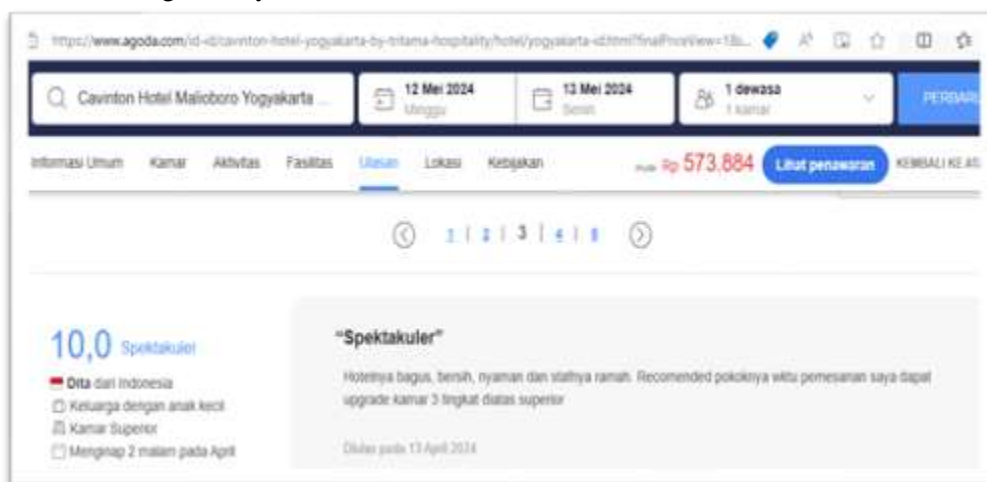
Gambar 9

Kinerja tamu pada situs Agoda mengenai Hotel Cavinton Yogyakarta

Sumber: <https://www.agoda.com>, (2024)

Gambar di atas merupakan *review* dari situs agoda untuk Hotel Cavinton Yogyakarta dengan skor 8.8 luar biasa, pada *review* tersebut tamu merasa puas dengan layanan, lokasi, fasilitas, kebersihan, harga, kenyamanan kamar

dengan detail Pelayanan 9.0, Kebersihan 8.9, Lokasi 8.9, fasilitas 8.7, pada kategori pelayanan juga mendapatkan poin tertinggi di bandingkan yang lain yaitu mendapatkan skor 9.0.



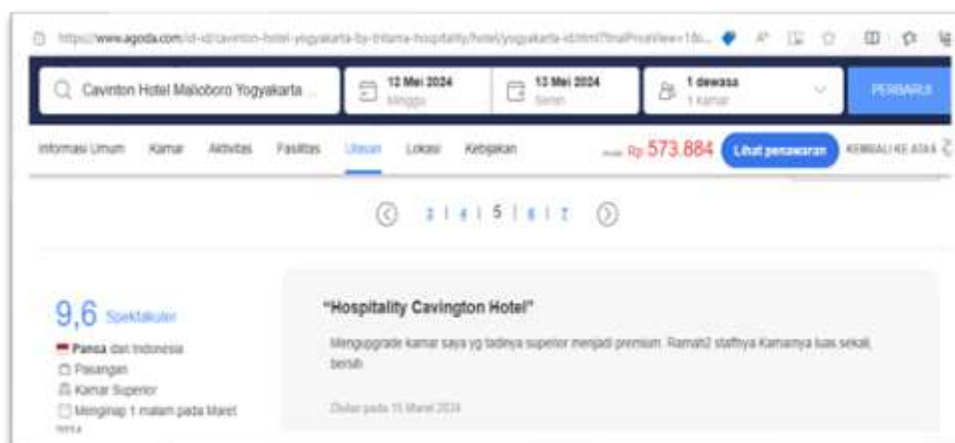
Gambar 10

kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*

Sumber: <https://www.agoda.com> (2024)

Gambar di atas menunjukkan *review* tamu dengan skor 10,0 spektakuler karena *staff* yang ramah, hotel yang nyaman, dalam *review* tersebut tamu merasa senang karena mendapatkan *upgrade room*

bahkan 3 tingkat di atas tipe pemesanan kamar sebelumnya, dan disini *staff* yang bertugas *mengupgrade room* adalah *guest service agent*.



Gambar 11

Kinerja *Guest Service Agent* dalam *Upgrade Room*

Sumber: <https://www.agoda.com>, (2024)

Gambar di atas menunjukkan *review* tamu dengan skor 9,6 karena *staff* yang ramah, kamar yang luas, dalam *review* tersebut tamu juga menuliskan poinnya bahwa **Google Bisnis**

senang mendapatkan *upgrade room* dari tipe superior ke tipe premium yang dilakukan oleh *staff guest service agent*.



5/5 sebulan lalu di Google

Begitu masuk hotel, kesan pertama adalah... hotelnya wangi dan bersih. Begitu check in, ternyata kamar nya di upgrade 3 tingkat dari superior jadi premium executive. Alhamdulillah.. kamarnya nyaman dan luas, cukup untuk saya, suami dan 2 orang anak. Pelayanannya super ramah, makanannya enak, plus dikasih kejutan lagi dapat free cake dan minum. Masyaallah.. recommended banget pokoknya hotel Cavinton. Sukses selalu y



Gambar 12

Kinerja *Guest Service Agent* dalam Memberikan *Voucher Coffee*

Sumber: <https://maps.app.goo.gl/i86fEyRuuBuQVVBR9> (2024)

Berdasarkan gambar *review* tamu di atas dapat diketahui bahwa di Hotel Cavinton Yogyakarta memberikan *special voucher coffe time* untuk tamu potensial yang dinilai berdasarkan harga kamar tertinggi atau pemesanan kamar di tipe premium executive ke atas maka akan mendapatkan *special voucher coffe time* untuk 2 pax. Pada *review* di atas, tamu juga menuliskan bahwa senang karena kamar yang nyaman dan luas, pelayanan yang ramah dan tentunya mendapatkan

special voucher coffe time yang dapat ditukarkan di *Amarta Tea and Lounge* selama menginap berupa *cake* dan *beverage*. Pada gambar di samping merupakan contoh *voucher coffe time* yang nantinya dituliskan tanggal serta nomor kamar oleh *staff guest service agent*.

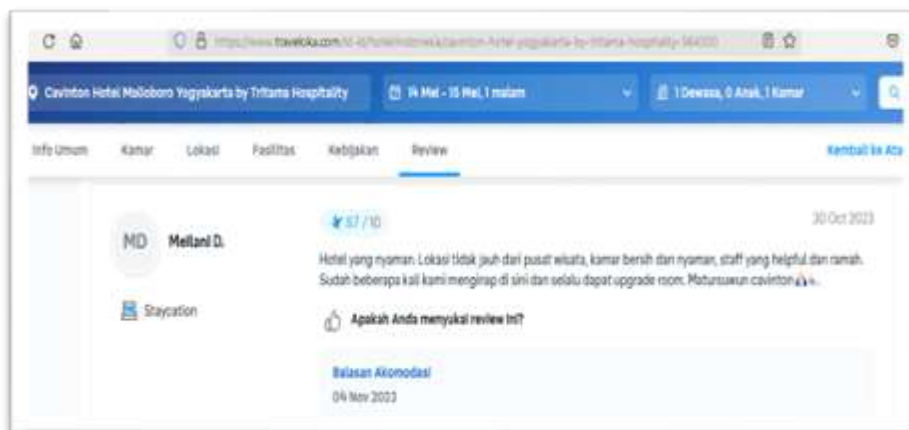
Kinerja *staff guest service agent* untuk meningkatkan kepuasan tamu yaitu dengan memberikan *upgrade room* untuk tamu dan memberikan *VIP notice* untuk

tamu tamu penting seperti *set up welcome cake*, *whole fruit*, dan *mini bar* sesuai dengan pembagian *VIP*, selain itu peranan lain yang dilakukan adalah dengan memberikan *compliment* berupa *voucher coffe time* untuk tamu tamu potensial di Hotel Cavinton Yogyakarta. Beberapa hal tersebut merupakan kinerja seorang *guest service agent* untuk meningkatkan kepuasan tamu dan tentunya untuk mendapatkan bonus *review* positif dari tamu *online travel agent* yang berpengaruh pada tingkat pemesanan kamar di Hotel Cavinton Yogyakarta melalui *online travel agent*.

Kualitas pelayanan *guest service agent* dalam melayani tamu *online travel agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta

Peneliti menjabarkan terkait bagaimana target kualitas pelayanan *guest service agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta terhadap tamu *online travel Traveloka.com*

agent dilihat dari *review* tamu yang *booking* kamar melalui *online travel agent*, dalam penelitian ini peneliti juga melampirkan beberapa *review* dari tamu di *online travel agent* terkait kepuasannya selama menginap di Hotel Cavinton Yogyakarta. Dapat kita ketahui bahwa tamu yang merasa puas akan pelayanan serta fasilitas yang ada akan berpengaruh terhadap *review*, pada pembahasan di bawah ini dapat kita lihat dan kita ketahui bahwa *review* adalah bonus terhadap usaha apa yang dilakukan oleh *staff*. Dapat dibuktikan melalui beberapa *review* pada *online travel agent* bahwa kualitas pelayanan *guest service agent* dalam melayani tamu *online travel agent* di Hotel Cavinton Yogyakarta sudah baik dan sudah sesuai dengan standar operasional prosedur, serta bisa mencapai target.



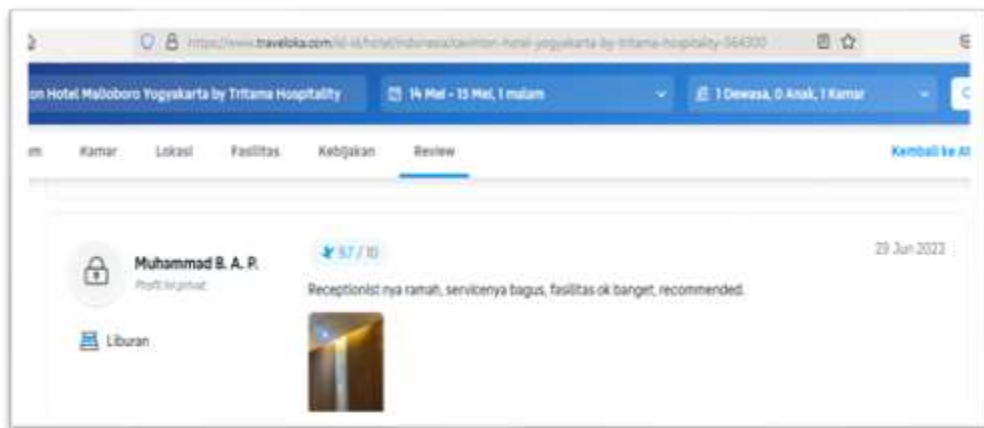
Gambar 13

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Traveloka

Sumber: <https://www.traveloka.com>,_ (2024)

Gambar di atas menampilkan *review* di situs Traveloka dengan nilai 9.7/10 karena tamu merasa puas dengan hotel yang nyaman, *staff* yang baik dan ramah, dalam *review* tersebut dapat di lihat bahwa tamu merasa nyaman dan merasa senang karena hotelnya nyaman dan letaknya yang strategis serta merasa

terbantu oleh *staff* yang ramah dan selalu siap membantu setiap menginap di Hotel Cavinton Yogyakarta, dan dapat diketahui dalam *review* tersebut tamu menuliskan kepuasan terhadap *staff* yang membantu *upgrade room* yaitu *staff receptionist/guest service agent* yang selalu membantu ketika tamu menginap.



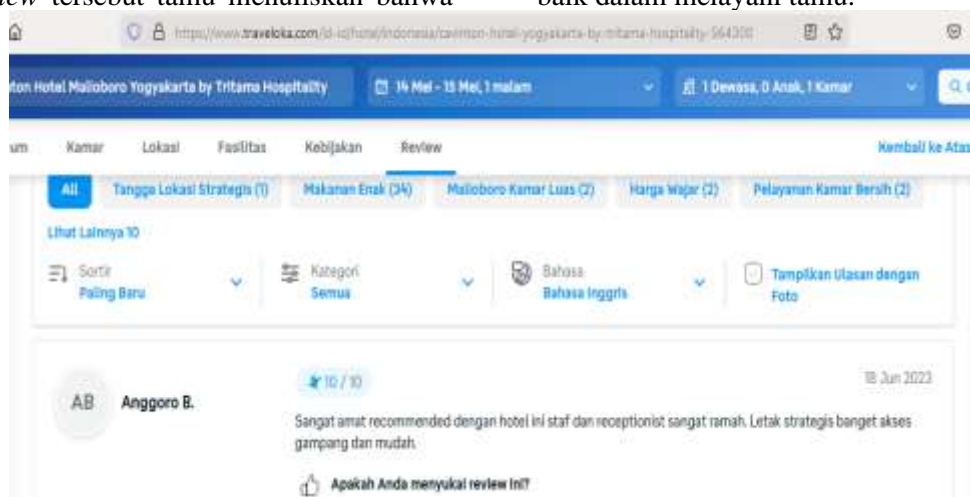
Gambar 14

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Traveloka

Sumber: <https://www.traveloka.com>, (2024)

Gambar di atas menampilkan *review* di situs Traveloka dengan nilai 9.7/10 karena tamu merasa puas dengan *receptionist* yang ramah dan memberikan pelayanan dengan baik dan fasilitas yang baik, pada *review* tersebut tamu menuliskan bahwa

receptionist ramah dan memberikan pelayanan dengan baik begitu juga dengan fasilitasnya, dapat kita ketahui juga bagaimana kualitas pelayanan seorang *receptionist/guest service agent* sudah baik dalam melayani tamu.



Gambar 15

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Traveloka

Sumber: <https://www.traveloka.com>, (2024)

Gambar di atas menampilkan *review* di situs Traveloka dengan nilai 10/10 karena tamu merasa puas dengan *receptionist* yang ramah, letak hotel yang strategis, dalam *review* di atas juga dapat **Tiket.com**

kita ketahui bahwa tamu menuliskan *review* bahwa *receptionist* sangat ramah dan tamu juga merekomendasikan Hotel Cavinton sebagai tempat menginap.



Gambar 16
Review tamu mengenai pelayanan pada situs Tiket.com
Sumber: <https://en.tiket.com>, (2024)

Gambar di atas menampilkan review tamu dengan skor 5.0/5 karena tamu *check-in* cepat dan tidak menunggu lama, lokasi hotel strategis dekat dengan

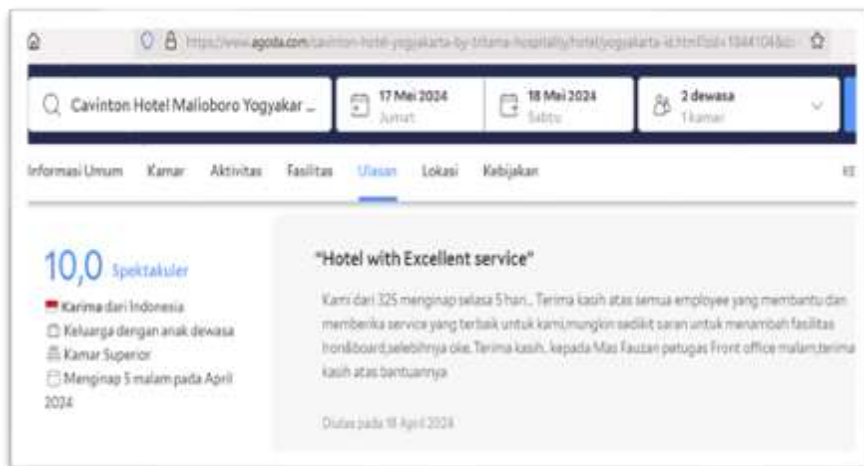
tempat wisata, pada review tersebut dapat kita ketahui bahwa tamu merasa puas dapat *check in* tanpa menunggu lama dibantu oleh *staff receptionist*.



Gambar 17
Review tamu mengenai pelayanan pada situs Tiket.com
Sumber: <https://en.tiket.com>, (2024)

Gambar di atas menunjukkan review tamu dengan skor 5.0/5 karena tamu puas dengan pelayanan *receptionist* yang **Agoda.com**

ramah dan kebersihan kamar, dan letak hotel yag sangat strategis berada di pusat kota.

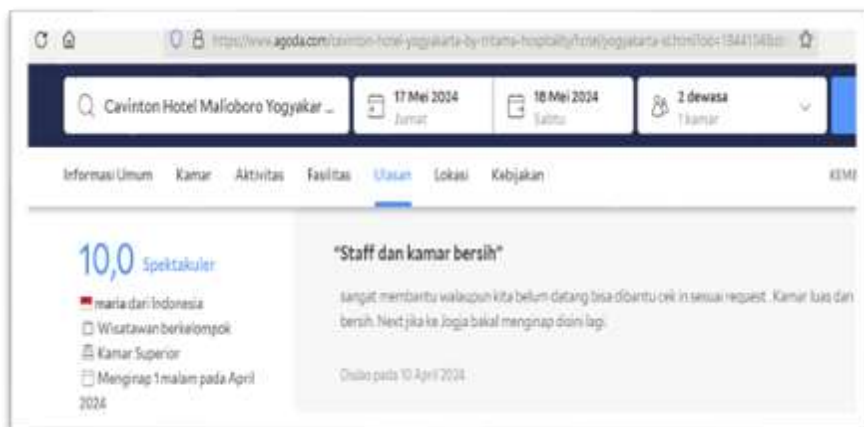


Gambar 18

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Agoda.com

Sumber: <https://www.agoda.com>, (2024)

Gambar di atas menyajikan *review* tamu terhadap pelayanan *receptionist* yang dengan skor 10,0 karena puas terhadap membantu ketika tamu menginap semua *staff* yang membantu dan puas

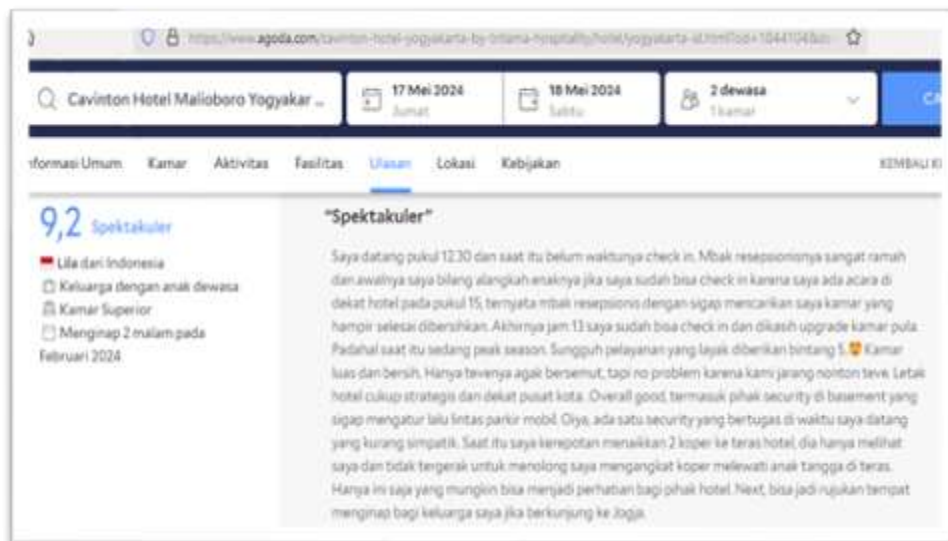


Gambar 19

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Agoda.com

Sumber: <https://www.agoda.com>, (2024)

Gambar di atas merupakan *review* tamu dan luas, dapat diketahui tamu merasa dengan skor 10,0 karena puas terhadap puas terhadap pelayanan sebelum *check in* *staff* yang membantu sebelum tamu yang dilakukan oleh team *front office*. datang untuk *check in*, kamar yang bersih



Gambar 20

Review tamu mengenai pelayanan pada situs Agoda.com

Sumber: <https://www.agoda.com>,_(2024)

Gambar di atas menampilkan review tamu dengan skor 9,2 spektakuler karena puas terhadap *staff receptionist* yang sangat ramah dan untuk bisa *check in* lebih awal dan juga *mengupgrade room* tamu, kemudian tamu juga menjelaskan seluruh *staff* sangat membantu.

Dilihat dari beberapa review tamu di *online travel agent* di atas dapat disimpulkan bahwa seorang *GSA/receptionist* melakukan pelayanan tamu *online travel agent* sudah baik dan rata-rata tamu menuliskan dengan ulasan yang positif tentang kepuasannya selama menginap di Hotel Cavinton, dan juga dapat diketahui berdasarkan review bahwa pelayanan yang dilakukan oleh *staff guest service agent* sudah melebihi harapan tamu dan sesuai standar operasional prosedur.

Hasil analisis dari uraian di atas, bahwa 1) Kualitas pelayanan: meskipun secara umum kinerja *GSA* dinilai baik, ada kemungkinan adanya variasi dalam kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor seperti pengalaman dan pelatihan staff, serta beban kerja yang mereka hadapi. 2) Tingkat kepuasan tamu: meskipun banyak tamu memberikan ulasan positif, masih ada kemungkinan bahwa beberapa

tamu merasa tidak puas dengan pelayanan yang diterima. Ini bisa disebabkan oleh harapan yang tidak terpenuhi atau masalah spesifik yang dihadapi selama menginap, 3) Standar Operasional Prosedur (SOP): Kinerja *GSA* harus selalu sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan. Jika ada ketidaksesuaian dalam pelaksanaan SOP, hal ini dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, 4) Komunikasi dan Interaksi: Keterampilan komunikasi *GSA* sangat penting dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Jika *GSA* tidak mampu berkomunikasi dengan baik atau tidak responsif terhadap kebutuhan tamu, hal ini dapat menjadi masalah, 5) Umpan balik dari tamu: Meskipun ulasan positif banyak diterima, penting untuk memperhatikan umpan balik negatif yang mungkin ada. Ini dapat memberikan wawasan tentang area yang perlu diperbaiki dalam kinerja *GSA*. Dengan memahami permasalahan ini, manajemen hotel dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kinerja *GSA* dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan tamu.

Perbaikan kinerja *guest service agent (GSA)* yang dapat dilakukan di

Hotel Cavinton Yogyakarta yaitu: (1) Pelatihan dan pengembangan: mengadakan pelatihan rutin untuk GSA agar mereka dapat meningkatkan keterampilan komunikasi, pelayanan, dan penanganan keluhan. Pelatihan ini juga dapat mencakup pemahaman tentang produk dan layanan hotel yang lebih baik, 2) Peningkatan Standar Operasional Prosedur (SOP): meninjau dan memperbarui SOP secara berkala untuk memastikan bahwa semua staff memahami dan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. Ini juga termasuk memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana menangani situasi yang tidak terduga. 3) Sistem umpan balik: menerapkan sistem umpan balik yang lebih efektif, di mana tamu dapat memberikan masukan secara langsung setelah *check-out*. Umpan balik ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, 4) Peningkatan komunikasi internal: meningkatkan komunikasi antara GSA dan departemen lain di hotel untuk memastikan bahwa semua informasi yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang baik tersedia dan mudah diakses, 5) Penghargaan dan motivasi: memberikan penghargaan kepada GSA yang menunjukkan kinerja luar biasa dalam pelayanan. Ini dapat meningkatkan motivasi dan mendorong GSA untuk terus memberikan pelayanan prima. 6) Monitoring kinerja: melakukan evaluasi kinerja secara berkala untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan GSA. Ini dapat dilakukan melalui observasi langsung, survei kepuasan tamu, dan analisis ulasan online, 7) Fasilitas dan sumber daya: memastikan bahwa GSA memiliki akses ke semua sumber daya dan fasilitas yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang optimal, termasuk teknologi yang mendukung.

PENUTUP

Kesimpulan dari uraian di atas adalah kinerja *guest service agent* di

Hotel Cavinton Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan tamu melalui ulasan *online travel agent* sudah dijalankan dengan baik dibuktikan dengan ulasan positif yang diberikan oleh tamu, yang menunjukkan bahwa pelayanannya sesuai dengan standar operasional prosedur. Tindakan seperti memberikan *upgrade room*, *VIP notice*, dan *voucher coffee time* berkontribusi pada peningkatan kepuasan tamu. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff *guest service agent* dinilai baik oleh tamu, yang mencakup keramahan, kehelpfulan, dan fasilitas yang memadai.

REFERENSI

- Candiwan & Wibisono. 2021. *Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on E-commerce*. International Journal of Electronic.
- Febriyanthi, Astuti, Winia, I. N., & Solihin, S. 2022. *Analysis of Online Travel Agent Reservation to Increase Room Occupancy at Nandini Jungle Resort & Spa*. International Journal of Glocal Tourism, 3(3), 158-172.
- Filieri, R. 2014. *What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM*. Journal of Business Research, 68(6), 1261-1270.
- Kotler, Philip, and Keller. 2017. *Perilaku Konsumen*. PT Midas Surya Grafindo, Jakarta.
- Lackermair, dan Kanmaz, K. 2013. *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. Advances in Economics and Business, 1(1), 1-5.
- Nurzanah, N., Alimuddin & Nur, A. 2021. *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap*

- Kinerja Karyawan Pada Bulog Kantor Cabang Makassar. Movere Journal, 3(2), 2656-2790.*
- Sasmita. 2017. *Peran Guest Service Agent dalam Penanganan Daytripper di Mayang Sari Beach Resort Bintan Kepulauan Riau. JOM Fisip Vol. 4, 1-15.*
- Savira. 2023. *Online Customer Review (OCRs) dan Rating. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).*
- Wuryaningsih dan Kuswati. 2013. *Analisis Pengaruh Locos Control pada Kinerja Karyawan. Proceeding Seminar Nasional dan Call For Paper Sancal 2013. Surakarta.*
- Yasmin. 2015. *Effectiveness Of Digital Marketing In The Challenging Age: An Empirical Study. International Journal of Management Science and Business Administration, 1(5), 69-80.*
- Yulianto, A. (2015). *Kajian Internet Marketing Sebagai Salah Satu Media Pemasaran Industri Perhotelan. Jurnal Khasanah Ilmu, 6(1), 65-78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/526>*
- menyelesaikan Program Magister Manajemen Pariwisata (S-2) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang. Pada bulan juli tahun 2024 menyelesaikan studi (S-3) program Doktor Manajemen di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Pengalaman Mengajar : Sebagai Dosen Tetap di Akademi Pariwisata Yogyakarta (Akpar Jogja), sebelumnya mengajar di Akademi Pariwisata BSI Yogyakarta. Pengalaman Bekerja : Penulis pernah bekerja sebagai *marketing* di PT. Arga wijaya Kusuma Yogyakarta, *Guest Service Agent* di The Cangkringan jogja villas & spa Yogyakarta, sebagai *Front office supervisor* di Cakra Kusuma Hotel Yogyakarta, *Executive Assistant Manager* di Abadi Hotel Jogja, dan juga sebagai *Lead Auditor* di Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) Bhakti Mandiri Wisata Indonesia, tenaga ahli di PT. Global Inspeksi Sertifikasi Jakarta, serta pengurus Perhimpunan Hotel dan Restoran indonesia (PHRI) yogyakarta bidang penelitian dan pengembangan.

Heni Widyaningsih, S.Pd, M.M Lahir pada tanggal 30 Agustus 1984 di Sleman, Yogyakarta-Indonesia. Pendidikan: Penulis memperoleh gelar sarjana (S1) di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada Jurusan Pendidikan Ekonomi tahun 2006. Pada tahun 2013 telah menyelesaikan Program Magister Manajemen Pariwisata (S2) di STIEPARI Semarang. Pengalaman Mengajar: Sebagai dosen mengajar di STTI Respati Yogyakarta, sebagai dosen tidak tetap di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, sebagai dosen di Akademi Pariwisata BSI Yogyakarta. Saat ini sebagai dosen tetap di Akademi Pariwisata Yogyakarta.

BIODATA PENULIS

Dr. T. Prasetyo Hadi Atmoko, S.E, M.M. Lahir pada tanggal 28 Januari 1981 di Gumawang, Sumatera selatan, Indonesia. Pendidikan : Penulis menempuh pendidikan diploma tiga di sekolah tinggi pariwisata AMPTA pada tahun 1999. memperoleh gelar sarjana (S-1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang pada Jurusan Manajemen Perhotelan tahun 2004. Pada tahun 2009 telah