

The Role of Guest Experience in Providing Excellent Service to Guests at Sofitel Bali Nusa Dua

Putu Satya Dewi Arsani¹, Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan^{2*}, Made Uttari Pitanatri³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan

ratna.sariwulan16@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Hotel, Guest Experience, Excellent Service

Received : 29 August

Revised : 20 September

Accepted: 25 October

©2024 Arsani, Wulan, Pitanatri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study analyzes the role of guest experience in excellent service at Sofitel Bali Nusa Dua using qualitative descriptive methods. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The results showed that 77% of services were in accordance with expectations, while 23% were not. This discrepancy was caused by the imbalance of responsibility between the butler and guest experience sections when escorting and farewelling VIP guests, as well as the lack of awareness of grooming in certain shifts. The suggestions given are the need for clarity of duties between the two sections and grooming checks by the Leader in the afternoon shift

Peran Guest Experience dalam Memberikan Pelayanan Prima kepada Tamu di Sofitel Bali Nusa Dua

Putu Satya Dewi Arsani¹, Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan^{2*}, Made Uttari Pitanatri³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan
ratna.sariwulan16@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Hotel, Guest Experience, Pelayanan Prima

Received : 29 Agustus

Revised : 20 September

Accepted: 25 Oktober

©2024 Arsani, Wulan, Pitanatri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran guest experience dalam pelayanan prima di Sofitel Bali Nusa Dua dengan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa 77% layanan sesuai dengan harapan, sementara 23% tidak. Ketidaksesuaian ini disebabkan oleh ketimpangan tanggung jawab antara section butler dan guest experience saat mengantar dan melakukan farewell kepada tamu VIP, serta kurangnya kesadaran mengenai grooming di shift tertentu. Saran yang diberikan adalah perlunya kejelasan tugas antara kedua section dan pengecekan grooming oleh Leader pada shift sore

PENDAHULUAN

Sofitel Bali Nusa Dua merupakan salah satu hotel bintang lima di Bali, yang termasuk bagian dari Accor Grup yang memiliki 415 kamar dan 17 villa. Visi dan misi Sofitel Bali Nusa Dua adalah memberikan pelayanan dengan menyuguhkan keagungannya antara perpaduan khas Prancis dengan khas Bali. Sofitel Bali Nusa Dua sudah mendapatkan banyak komentar positif dari tamu mengenai pelayanan dan kesan yang baik selama menginap di hotel. Pelayanan terbaik yang memenuhi harapan kebutuhan pelanggan atau standar kualitas yang sudah ditentukan disebut sebagai pelayanan prima (Freddy, 2017). Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah "excellent service" yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik (Silvia, 2017). Konsep pelayanan prima bergantung pada aspek-aspek yang terdiri dari sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab. Pelayanan prima dapat tercapai apabila sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan, dan tanggung jawab penyedia jasa memiliki kualitas yang baik sehingga mampu memberikan kepuasan pelanggan (Barata, 2014).

Pelayanan terbaik yang dilakukan guest relation officer atau guest experience di Sofitel Bali Nusa Dua yaitu dengan berhubungan langsung ketika tamu tiba di hotel mulai dari menyapa, menjawab pertanyaan, membantu dan memberikan penjelasan mengenai hal yang berkaitan dengan aktivitas perhotelan serta membantu merayakan tamu yang datang untuk honeymoon ataupun perayaan ulang tahun. Guest Relation Officer atau Guest Experience merupakan salah satu jabatan di front office yang fungsinya sebagai perantara atau jembatan antara tamu dengan pihak hotel terutama pada tamu VIP (Yuliyana, 2022). Tugas utama dari seorang guest experience adalah menyambut tamu saat pertama datang dengan ramah dan meyakinkan semua pelayanan yang telah diterima oleh tamu tersebut selama berada di hotel sudah benar-benar memuaskan, selain itu mengantisipasi dan memenuhi harapan ataupun keluhan tamu secara maksimal (Kurniadevi et al., 2022; Kyana et al., 2024; Pinaria et al., 2021; Winata et al., 2023). Untuk mencapai tujuan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada tamu maka seorang guest experience perlu mengikuti Standard Operational Procedure (SOP) yang sudah ditetapkan oleh hotel.

Menurut Junita (2017), Standard Operational Procedure adalah suatu standar dan prosedur yang digunakan sebagai acuan dalam bekerja dan digunakan pula untuk mengukur kinerja atau sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja pegawai di suatu perusahaan. Tujuan dari Standard Operational Procedure yaitu agar petugas menjaga konsistensi dan tingkat kinerja petugas atau tim dalam organisasi atau pekerja mengetahui dengan jelas peran dan fungsi dari tiap-tiap posisi dalam organisasi, memperjelas wewenang dan tanggung jawab dari petugas (Hakam, 2018). SOP dapat membangun kondisi dan situasi kerja yang lebih baik bagi karyawan yang akan berakibat pada kinerja karyawan yang baik (Nugraheni, 2014).

Berdasarkan pengamatan awal terhadap pelayanan di Sofitel Bali Nusa Dua masih adanya guest experience yang tidak melakukan Standard Operational Procedure (SOP) dengan benar. Guest experience memberikan

pelayanan yang kurang memuaskan, tidak ramah, kurang tanggap, lupa mendekorasi kamar tamu occasion serta tidak mengantarkan tamu VIP menuju kamarnya. Pelayanan yang tidak sesuai dari harapan tamu mengakibatkan adanya keluhan yang dilakukan di website hotel.

TINJAUAN PUSTAKA

Guest experience menggambarkan keseluruhan interaksi dan kesan yang diperoleh tamu selama berinteraksi dengan sebuah layanan, seperti hotel, restoran, atau atraksi wisata. Hal ini mencakup segala sesuatu mulai dari proses pemesanan hingga saat tamu meninggalkan tempat, termasuk layanan pelanggan, fasilitas, kenyamanan, dan nilai yang dirasakan. Adapun dimensi dari guest experience meliputi lingkungan fisik, interaksi dengan staf, ketersediaan dan kualitas layanan, emosi dan kepuasan, aksesibilitas dan kemudahan, dan kepribadian merek. Lingkungan fisik atau physical environment merupakan elemen - elemen seperti desain interior, kebersihan, tata letak, dan kenyamanan fasilitas (Hightower & Shariat, 2009). Interaksi dengan staf atau staff interaction merupakan interaksi antara tamu dan staf hotel atau layanan lainnya seperti keramahan, keahlian, dan sikap proaktif staf dalam memenuhi kebutuhan tamu (Ladhari, 2009). Ketersediaan dan kualitas layanan atau service quality merupakan indikator yang berfungsi untuk mengukur seberapa baik layanan yang disediakan memenuhi atau melampaui harapan tamu (A.Pasuraman et al., 1998). Emosi dan kepuasan atau emotional response and satisfaction merupakan respons emosional tamu terhadap layanan yang mereka terima yang dapat mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan dan niat untuk kembali atau merekomendasikan (Ali & Amin, 2014). Aksesibilitas dan kemudahan atau accessibility and convenience didefinisikan sebagai seberapa mudah tamu dapat mengakses layanan atau fasilitas yang ditawarkan, termasuk kemudahan dalam proses pemesanan dan check-in/check-out (Lemon & Verhoef, 2016). Kepribadian merek atau brand personality merupakan persepsi tamu tentang identitas dan kepribadian merek atau layanan yang mereka gunakan yang mempengaruhi bagaimana mereka merasakan pengalaman secara keseluruhan (Kandampully et al., 2018).

Pelayanan prima merupakan suatu pendekatan dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan menekankan kualitas, kecepatan, keramahan, dan responsivitas terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan (Ciptasari et al., 2024; Dwilestari et al., 2024; Pitanatri et al., 2024; Prabhawati et al., 2024). Tujuannya adalah untuk melebihi harapan pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Adapun dimensi dari pelayanan prima adalah keandalan (reliability), tanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), tangibles (bukti fisik). Keandalan atau reliability merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan andal. Tanggapan atau responsiveness merupakan kesediaan dan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Jaminan atau assurance merupakan tingkat pengetahuan dan kesopanan staf serta kemampuan mereka untuk menyampaikan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Empati atau empathy merupakan perhatian yang diberikan oleh perusahaan atau staf kepada pelanggan menunjukkan pemahaman dan

perhatian pribadi. Bukti fisik atau tangibles merupakan aspek fisik dari layanan yang dapat diamati langsung oleh pelanggan seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan staf (A.Pasuraman et al., 1998; Bitner, 1992).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (2013), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Obyek dalam penelitian ini adalah peran guest experience dalam memberikan pelayanan prima. Lokasi penelitian adalah Sofitel Bali Nusa Dua. Melalui metode ini, dapat diungkap mengenai peran yang dilakukan guest experience dalam memberikan pelayanan prima di Sofitel Bali Nusa Dua.

Penelitian ini menggunakan tindakan pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara dari sumber utama yaitu Guest Experience Leader dan beberapa stafnya serta section lain yang berkaitan dengan pekerjaan guest experience. Penelitian ini menggunakan teori konsep pelayanan prima dari Barata (2014), mengenai sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab sebagai acuan pada penulisan penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan data kualitatif yang didapat melalui wawancara langsung kepada Guest Experience Leader, Guest Experience Staff, serta oleh departemen yang terkait terhadap tugas dan tanggung jawab guest experience seperti housekeeping dan butler. Wawancara tersebut dilakukan secara langsung pada tanggal 06 Mei 2023. Selain wawancara langsung, data yang diperoleh juga melalui hasil observasi sebanyak enam kali yang dilakukan pada tanggal 06 Mei hingga 09 Mei 2023 dan 11 Mei hingga 12 Mei 2023 dan dengan menjadikan teori Barata (2014), sebagai acuan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dian Citra selaku Guest Experience Leader, mengatakan bahwa:

1. Pada point sikap, seluruh guest experience sudah memiliki sikap yang sesuai dengan Standard Operational Procedure dalam memberikan pelayanan prima kepada tamu. Sikap yang pertama dilakukan ketika melayani tamu adalah melihat dan tersenyum kepada tamu, menanyakan identitas tamu, menawarkan bantuan kepada tamu, mengatakan kata kata hangat seperti terimakasih telah memilih hotel kami.
2. Pada point perhatian, cara guest experience dalam memperhatikan status tamu secara detail yaitu dengan mencari preferences melalui courtesy atau pesan sebelum tamu tiba, kemudian mengunggah pada profile notes tamu dan mengirim kepada seluruh departemen yang ada di hotel agar tidak terjadi missskomunikasi.
3. Pada point tindakan, contoh tindakan pelayanan prima yang sudah dilakukan guest experience yaitu welcome experience, departure experience dan during stay yaitu meyakinkan bahwa occasion

seperti honeymoon, anniversary, atau birthday celebrate sudah berhasil dilakukan.

4. Pada point kemampuan, guest experience wajib mengetahui dan menjelaskan seluruh product knowledge hotel mulai dari fasilitas dan jam buka semua outlet, activities yang ada di hotel, tipe kamar hotel, hingga kegiatan yang diadakan di hotel. Selanjutnya, cara guest experience mendapatkan kepuasan kepada tamu terhadap pelayanan prima yang diberikan yaitu dengan memberikan perhatian dan tindakan terutama padatamu occasion, tanyakan mengenai kepuasan tamu lalu berikan barcode TripAdvisor dan tamu akan memberikan review yang baik. Cara guest experience menjaga komunikasi yang baik antar departemen adalah dengan berbicara yang sopan, mengucapkan kata tolong dan terimakasih.
5. Pada point penampilan, seluruh guest experience sudah berpenampilan dengan rapi sesuai dengan standard grooming hotel. Untuk standard grooming hotel yang ditetapkan adalah menggunakan pantofel coklat, rambut terikat rapi dengan donut bun serta make up yang tebal pada shift sore.
6. Pada point tanggung jawab, mempersiapkan VIP list sehari sebelum kedatangan, memastikan semua set up occasion maupun VIP sudah terlaksana, menyambut tamu occasion dan VIP, mempersiapkan garland, oshibori, dan welcome drink untuk tamu VIP, membuat kategori list tamu VIP, melakukan inventory, serta memastikan tamu merasa puas selama menginap.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga staff guest experience di Sofitel Bali Nusa Dua bahwa

1. Pada point sikap, seluruh staff guest experience sudah melakukan pelayanan prima sesuai dengan Standard Operational Procedure.
2. Pada point perhatian, cara guest experience memperhatikan tamu VIP dan Occasion secara detail yaitu dengan melihat biodata dari tamu sebelum menginap contohnya tamu seperti Presiden, Menteri atau Artis terkenal termasuk kategori VIP 5, untuk sekretaris serta member yang bukan limitless dan diamond termasuk kategori VIP 4. Untuk tamu occasion, yang perlu diperhatikan secara detail adalah permintaan tamu, tanggal dan lokaset up yang diinginkan.
3. Pada point tindakan, guest experience sudah melakukan set up amenities sesuai dengan benefit yang didapat, melakukan courtesy call terkait kenyamanan selama menginap, mengantarkan tamu ke kamar serta menjelaskan seluruh kegiatan yang ada di hotel. Ketika tamu akan check out, guest experience memastikan tamu merasa puas selama menginap serta meminta tamu menuliskan review selama menginap di google review hotel.
4. Pada point kemampuan, guest experience harus memahami seluruh product knowledge hotel. Seluruh guest experience mampu menjaga komunikasi yang baik antar departemen lain serta cara guest experience dalam mendapatkan kepuasan tamu yaitu dengan bertanya mengenai

pengalaman selama menginap dan meminta tamu untuk mengisi TripAdvisor atau google review.

5. Pada point penampilan, seluruh guest experience sudah berpenampilan yang rapi sesuai dengan standard grooming hotel.
6. Pada point tanggung jawab, cara guest experience dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya adalah dengan memperhatikan seluruh pekerjaannya telah diselesaikan dengan baik. Selain itu guest experience memiliki kewajiban untuk tersenyum kepada tamu, menjelaskan secara lengkap seluruh informasi yang ada di hotel, menawarkan bantuan kepada tamu, mengingat dan memastikan kenyamanan tamu selama menginap serta membuat tamu untuk datang kembali ke hotel.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap section atau departemen lain yang terkait dengan guest experience seperti butler dan housekeeping adalah

1. Pada point sikap, seluruh guest experience sudah memberikan pelayanan prima kepada tamu contohnya bersikap yang ramah kepada tamu, selalu tersenyum, membuat tamu merasa nyaman selama menginap serta peduli terhadap tamu.
2. Pada point perhatian, seluruh guest experience sudah memperhatikan status dan benefits tamu secara detail contohnya ketika ada tamu yang alergi atau menyukai sesuatu, guest experience akan membuat catatan pada profile notes tamu yang nantinya akan dibaca oleh seluruh departemen terkait.
3. Pada point tindakan, guest experience berhasil dalam melakukan pelayanan prima kepada tamu hal tersebut dapat dilihat dari review baik yang tamu tuliskan pada TripAdvisor atau google review hotel.
4. Pada point kemampuan, guest experience berhasil dalam berkomunikasi yang baik antar section maupun departemen lain hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya miskomunikasi saat melakukan tugas dan tanggung jawabnya.
5. Pada point penampilan, seluruh guest experience sudah berpenampilan yang rapi sesuai dengan standard grooming hotel.
6. Pada point tugas dan tanggung jawab, guest experience sudah melakukannya sesuai dengan Standard Operational Procedure yaitu seperti menyambut tamu, tersenyum, menawarkan bantuan, mengantarkan tamu ke kamar, menjelaskan seluruh fasilitas hotel, menanyakan pengalaman tamu selama menginap, melakukan set up VIP dan Occasion, melakukan perpisahan kepada tamu serta memberikan tamu barcode TripAdvisor untuk meminta review kepada tamu.

Tabel 1. Hasil Observasi di Sofitel Bali Nusa Dua

No	Jenis Kegiatan	Hari 1			Hari 2			Hari 3			Hari 4			Hari 5			Hari 6			Sesuai (%)	Tidak Sesuai (%)	
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	Guest experience memiliki sikap pelayanan yang sesuai dengan SOP hotel	√	√	√	√	√	√	X	X	√	√	X	X	√	√	√	√	√	√	78%	22%	
2	Guest experience memberikan pelayanan prima dan perhatian yang khusus kepada tamu VIP dan Occasion	√	√	X	√	√	X	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	78%	22%
3	Guest experience memahami product knowledge hotel	X	X	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√	√	78%	22%
4	Guest experience membuat formulir VIP Daily Amenities untuk tamu VIP	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100%	0%
5	Guest experience mendistribusikan formulir VIP daily amenities ke departemen yang terkait	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100%	0%
6	Guest experience bersama dengan FOM menyambut tamu VIP yang tiba di Hotel	√	√	X	√	√	X	X	√	X	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	78%	22%
7	Guest experience mengantarkan tamu VIP dan tamu occasion ke kamar	√	X	X	√	X	X	√	√	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	22%	78%

8	Guest experience menjelaskan guest activities , dan fasilitas yang ada di hotel	√	√	X	X	X	√	X	√	√	X	√	√	X	√	√	X	√	√	61%	39%
9	Guest experience melakukan courtesy call sehari sebelum tamu check out. Jika bermasalah langsung membuat report dan melaporkan kepada Duty Manager	√	√	√	√	X	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	89%	11%
10	Guest experience mengirim kue, kartu ucapan dan menghias kamar tamu occasion	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100%	0
11	Guest experience memberikan farewell pada tamu VIP yang akan check out	X	X	X	X	X	√	X	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	33%	67%
12	Guest experience berkomunikasi dengan departemen lain terkait kelengkapan setup kamar tamu	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100%	0
13	Guest experience berhasil dalam mendapatkan kepuasan tamu terhadap pelayanan yang dilakukan	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100%	0
14	Guest experience sudah berpenampilan	√	X	X	√	X	√	√	√	√	√	X	√	√	X	√	√	X	√	56%	44%

- g. Guest experience mengantar tamu VIP dan Occasion ke kamar. Sebanyak 22% guest experience sudah sesuai dengan kenyataan. Namun, terdapat 78% guest experience tidak sesuai dengan kenyataan dikarenakan adanya ketimpangan antara butler dan guest experience sehingga butler memiliki inisiatif yang langsung mengantarkannya ke kamar, sedangkan untuk tamu occasion ada beberapa yang pergi ke kamarnya sendiri karena kamarnya dekat dengan lobby atau sudah pernah datang ke hotel sebelumnya.
- h. Guest Experience menjelaskan guest activities dan fasilitas yang ada di hotel saat mengantar tamu ke kamar. Sebanyak 61% sudah sesuai dengan kenyataan namun, sebanyak 39% tidak sesuai dengan kenyataan sebab saat mengantarkan tamu ke kamar guest experience lebih banyak bertanya mengenai pengalaman tamu seperti bagaimana selama di perjalanan menuju hotel ataupun akan ada rencana tour kemana untuk besok pagi. Hal tersebut juga bisa terjadi karena adanya guest experience sering lupa mengenai product knowledge hotel.
- i. Guest experience melakukan courtesy sehari sebelum tamu check out. Sebanyak 89% sudah sesuai dengan kenyataan dan 11% tidak sesuai dengan kenyataan. Tidak sesuai dengan kenyataan terjadi karena saat melakukan observasi, shift sore pada section guest experience harus menyambut tamu VIP sehingga pada hari tersebut courtesy tidak dilakukan.
- j. Sebanyak 100% guest experience sudah sesuai dengan kenyataan dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya yaitu mengirim kue, kartu ucapan dan menghias kamar occasion. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara bersama Guest Experience Leader dan Guest experience staff, yang mengatakan tugas dan tanggung jawab harus dilaksanakan 100% agar operasional hotel tidak terganggu.
- k. Sebanyak 33% guest experience sudah sesuai dengan kenyataan dalam memberikan farewell pada tamu VIP yang akan check out. Namun, sebanyak 67% tidak sesuai dengan kenyataan karena saat farewell tamu VIP diantar langsung oleh butler tanpa menunggu section guest experience untuk ikut serta.
- l. Guest experience sudah berkomunikasi yang baik antar departemen terkait. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh section butler dan housekeeping departemen, dapat dibuktikan juga dari tidak adanya miskomunikasi antar departemen terkait, serta hasil dari observasi dengan nilai 100% sesuai kenyataan.
- m. Guest experience berhasil dalam mendapatkan kepuasan tamu. Sebanyak 100% sudah sesuai dengan kenyataan. Hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya keluhan yang terjadi selama tamu stay hingga tamu check out.
- n. Guest experience sudah berpenampilan yang baik sesuai standard grooming hotel. Hal ini senada dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Guest Experience Leader bahwa salah satu contohnya pada shift sore perlu menampilkan make up yang bold atau tebal. Sebanyak 56%

sudah sesuai kenyataan dan 44% tidak sesuai kenyataan. Tidak sesuai kenyataan karena masih adanya guest experience yang berpenampilan kurang maksimal terutama pada shift sore.

Di Sofitel Bali Nusa Dua terdapat standard minimum yang ditetapkan bahwa seluruh guest experience harus memenuhi 100% tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Standard Operational Procedure. Namun berdasarkan hasil observasi yang dilakukan sebanyak enam kali, guest experience mencapai 77% sudah sesuai kenyataan dan 23% belum sesuai kenyataan dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Standard Operational Procedure.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, dengan menggunakan teori dari Barata (2014), mengenai konsep pelayanan prima seperti sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab dapat disimpulkan bahwa peran guest experience dalam memberikan pelayanan prima di Sofitel Bali Nusa Dua sangat berpengaruh penting pada penilaian serta citra baik hotel. Sebanyak 77% guest experience sesuai kenyataan dalam memberikan pelayanan prima. Sedangkan sebanyak 23% guest experience belum sesuai kenyataan dalam memberikan pelayanan prima.

Hal yang tidak sesuai kenyataan terjadi karena adanya ketimpangan antara tugas dan tanggung jawab dari section butler dan section guest experience dalam mengantar dan melakukan farewell kepada tamu VIP. Selanjutnya, guest experience kurang memiliki kesadaran terkait penyesuaian grooming hotel pada shift tertentu karena tidak adanya pengecekan yang dilakukan Leader di setiap pergantian shift kerja. Serta guest experience kurang memastikan bahwa tamu occasion telah memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan prima pada google review di Sofitel Bali Nusa Dua.

Untuk meningkatkan pelayanan prima Sofitel Bali Nusa Dua, perlu ditingkatkan pembagian tugas antara butler area dan guest experience area khususnya penyambutan dan pemberhentian tamu VIP. Meninjau SOP yang ada dan memberikan pelatihan yang lebih mendalam untuk kedua bagian dapat membantu menutup kesenjangan ini. Selain itu, pemeriksaan rutin oleh manajer di setiap pergantian shift dapat meningkatkan kesadaran akan kepedulian dan ulasan tamu, memastikan tamu VIP puas dengan layanan yang diberikan dan Google Anda dapat mendorong orang untuk meninggalkan ulasan positif di platform seperti Ulasan.

PENELITIAN LANJUTAN

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari peneliti sendiri. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan artikel, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Pasuraman, Zeithaml, & Leonard L. Berry. (1998). SERVQUAL A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Ali, F., & Amin, M. (2014). The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry. *Journal for Global Business Advancement*, 7(3), 249-266.
- Barata. (2014). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Pt. Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Ciptasari, D. A., Pitanatri, P. D. S., & Adinda, C. (2024). The Influence of Social Media Marketing Instagram and Electronic Word of Mouth TripAdvisor on Purchase Interest at The Stones, Legian-Bali. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 3(4), 369-380. <https://doi.org/10.55927/esa.v3i4.9821>
- Dwilestari, N. K., Pitanatri, P. D. S., & Suastini, N. M. (2024). The Influence of Price and Celebrity Endorsement via Instagram on Generation Y Tourists' Purchase Interest at The St. Regis Bali Resort. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 3(4), 381-394. <https://doi.org/10.55927/esa.v3i4.9806>
- Freddy. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hakam, F. (2018). Analisis Penyediaan Rekam Medis Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Standar Operasional Prosedur (Sop) Di Puskesmas X. *Jurnal Manajemen Informasi Dan Administrasi Kesehatan (Jmiak)*, 1(1), 11-15. <https://doi.org/10.32585/Jmiak.V1i1.119>
- Hightower, R., & Shariat, M. (2009). Servicescape's Hierarchical Factor Structure. *Global Review Of Business and Economic Research*, 5, 375-398. <https://www.researchgate.net/publication/236671197>
- Junita, T. D. (2017). Peranan SOP Pada Organisasi Pemerintahan Kota Surabaya Dalam Peningkatan Kepuasan Pelayanan Kepada Masyarakat (Studi di Bagian Umum dan Protokol Pemerintahan Kota Surabaya). *Jpap: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 3(2), 858-863. <https://doi.org/10.30996/Jpap.V3i2.1266>
- Kandampully, J., Zhang, T. C., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21-56.
- Ladhari, R. (2009). Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions: A study in the hotel industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 308-331.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta

- Selatan: Referensi (Gp Press Group).
- Nugraheni, R., Prihatini, A. E., & Budiarmo, A. (2014). Pengaruh Standar Operasional Prosedur dan Pengawasan Terhadap Kinerja PramuniagaPasaraya Sritatu Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 187-195. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/5194>.
- Kurniadevi, N. W. A., Liestiandre, H. K., & Negarayana, I. B. P. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Bali Safari & Marine Park, Gianyar. *Jurnal Kepariwisata*, 21(2), 99-112.
- Kyana, N. L. G. S. M., Suandari, N. P. K., Hermarani, P. A., Ekawati, N. W., & Giantari, I. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Pengalaman Berwisata Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada Desa Wisata Kertalangu). *Jurnal Kepariwisata*, 23(1), 1-11.
- Pinaria, C., Kalpikawati, I. A., & Febrianto, I. G. A. (2021). Karakteristik Wisatawan Yang Menginap Di Homestay Dan Persepsi Wisatawan Mengenai Ubud Sebagai Destinasi Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2), 86-91.
- Pitanatri, P. D. S., Witarsana, I. G. A. G., Kartini, N. L. P., Swandewi, N. K., & Pitanatri, M. U. (2024). Winning Over The Gen Z: Empirical Insights Into Social Media Behaviour During Travel. *International Journal Of Professional Business Review*, 9(8), E04884-E04884.
- Prabhawati, L. G. A., Pitanatri, P. D. S., & Adyatma, P. (2024). The Influence of E-WOM and Price Through Booking.com on Purchase Interest at Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 3(4), 355-368. <https://doi.org/10.55927/esa.v3i4.9809>
- Silvia, F. (2017). Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor. *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (Kppn) Makassar* Ii, 1-12. http://eprints.unm.ac.id/10107/1/jurnal_febi_silvia_1465141013_ilmu_adm_negara.pdf
- Tathagati. (2013). *Step By Step SOP Standard Operating Procedure*. Yogyakarta: Efata Publishing.
- Yulanda, G., & Putri, E. D. H. (2017). Strategi guest relation officer dalam penanganan tamu yang menunggu pelayanan di hotel santika premiere yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 20-30. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/141>
- Yuliyana, N. M., Terapan, F. I., Taufiq, R., Terapan, F. I., Sumarsih, U., & Terapan, F. I. (2022). Penanganan Keluhan Tamu Oleh Guest Relation Officer. 8(6), 809-818.
- Winata, G. A. S., Diarta, I. K. S., & Sari, N. P. R. (2023). The Effect Brand Awareness, Brand Association, and Perceived Quality on Brand Loyalty Through Guest Satisfaction as Mediation Variable at Hotel Le Grande Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 22(1), 70-87.