



KAJIAN PROGRAM DAN IMPLEMENTASI *MEMBERSHIP* HOTEL CHANTI
SEMARANG

Oleh

Azis Nur Rosyid¹, Artin Bayu Mukti², Wahyu Mafatikhul Aulia³

^{1,2,3}Fakultas Vokasi, Universitas Stikubank Semarang;

Jl. Kendeng V bendan Semarang, 024-8414970

E-mail: ¹azis_fpar@edu.unisbank.ac.id, ²bayu_fpar@edu.unisbank.ac.id,
³wahyumafatikhulaulia@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Program Membership yang digunakan sebagai sarana untuk mempertahankan dan meningkatkan repeat purchase para pelanggan dengan berbagai penawaran menarik serta poin dan diskon supaya tamu tidak tertarik dengan penawaran dari produk pesaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui program dan implementasi membership terhadap tamu di Hotel Chanti Semarang dan menemukan faktor pendorong maupun penghambatnya supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan efektivitas program member tersebut. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif sedangkan metode penyajian data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mencari informasi data melalui wawancara pada staff Hotel Chanti Semarang. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data dan pembahasan menunjukkan bahwa implementasi membership terhadap tamu di Hotel Chanti Semarang sudah sesuai dengan program yang dilaksanakan dan akan terus ditingkatkan supaya tamu akan terus datang kembali dan tidak tertarik dengan tawaran dari produk pesaing.

Kata Kunci: Program, Implementasi, Membership

PENDAHULUAN

Saat ini dunia industri sudah sangat berkembang dan beragam, hal ini dikarenakan adanya perkembangan zaman yang semakin pesat dan modern. Industri pariwisata inilah yang menjadi salah satunya. Pariwisata sudah cukup berkembang menjadi industri terbesar di dunia dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa terbesar, serta berperan dalam pembangunan ekonomi suatu negara.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005) Pariwisata merupakan aktivitas seseorang yang melakukan perpindahan sementara waktu ke tempat di luar mereka tinggal dan bekerjanya serta memerlukan persiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga seseorang yang berwisata akan membutuhkan tempat untuk tinggal sementara berupa guest house, losmen, perkemahan, hotel dan sebagainya.

Hotel merupakan jenis akomodasi yang menggunakan jasa dalam melayani masyarakat umum. Saat ini hotel tidak hanya digunakan untuk tempat beristirahat sementara oleh orang yang sedang berwisata, hotel juga dapat digunakan sebagai tempat rekreasi, olahraga, makan dan minum, serta sebagai tempat pertemuan atau jamuan pernikahan.

Usaha hotel mempunyai ciri khusus yaitu pergabungan antara penjualan *tangible product* atau produk nyata seperti kamar, minuman dan makanan bersamaan dengan menjual *intangible product* atau jasa pelayanan seperti sikap ramah, santun, sopan, sigap, dan lain-lain. Supaya keberhasilan tercapai maka pengelola perlu menjaga kualitas produk dan menyajikan dengan pelayanan seimbang.

Bisnis perhotelan bertujuan untuk memperoleh pendapatan yang optimal melalui



pemenuhan kebutuhan dan keinginan tamu yang menginap di hotel. Letak dan bangunan hotel dikategorikan menjadi berbagai jenis. Untuk Hotel berada di tengah kota bisa disebut dengan city hotel, jika terletak di pinggir kota biasa dikatakan sebagai *resident hotel*. Hotel juga memiliki kelas yang terdiri dari hotel kelas melati, hotel bintang 1, 2, 3, 4 dan 5. Untuk pelayanan di masing-masing kelas hotel juga pasti akan berbeda.

Untuk memperoleh pandangan hotel yang baik serta jaminan hotel dalam waktu yang lama maka kepuasan tamu menjadi hal utama yang menjadi sasaran pelayanan. Dengan beragamnya kebutuhan dan keinginan tamu di hotel maka untuk menunjang hal tersebut hotel terdiri dari beberapa departemen. Departemen yang terdapat pada susunan organisasi dari Hotel Chanti Semarang antara lain :

Front Office Department, Housekeeping Department, Food & Beverage Department, Engineering Department, Accounting Department, Human Resources, dan Sales & Marketing Department.

Departemen *Front Office* adalah bagian yang berhubungan langsung dengan tamu. Menurut Bagyono, (2012:21) Ada beberapa bagian dalam lingkup kerja *Front Office Department*, antara lain Resepsionis, Reservasi, Operator, *Bellboy*, dan *Guest Relation Officer (GRO)*.

Seorang *Guest Relation Officer* harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap tamu. Petugas *GRO* harus mampu menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh tamu, karena kemampuan dalam memberikan informasi akan menciptakan citra baik hotel dan kepuasan bagi tamu. Kepuasan tamu inilah yang akan membuat tamu ingin datang kembali ke hotel dan mungkin akan menjadi tamu setia atau *membership hotel*.

Membership adalah salah satu langkah untuk membangun hubungan lebih mendalam pada perusahaan. *Membership* merupakan suatu kegiatan untuk mencapai dukungan status formal dalam suatu kelompok tertentu. Dengan

adanya member yang loyal, maka akan menjadikan produk atau jasa lebih cepat dikenal. Menurut Gronros (2000) *Membership* atau Keanggotaan merupakan pengakuan pelanggan menjadi anggota dalam suatu kelompok ataupun organisasi serta perusahaan secara resmi. Dengan adanya *membership* pelanggan dapat menikmati program reward dan promosi dari perusahaan tersebut.

Peran *GRO* di Hotel Chanti Semarang selain menjaga citra baik hotel, yaitu menerima saran, kritik maupun keluhan dari tamu untuk memperbaiki kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan tamu sehingga tamu menjadi loyal. Apabila tamu merasa puas atas pelayanan yang di berikan, *GRO* mempunyai kesempatan untuk menawarkan member Hotel Chanti kepada tamu yang mungkin ada rencana menginap kembali di Hotel Chanti supaya pada periode menginap selanjutnya tamu bisa mendapatkan keuntungan.

LANDASAN TEORI

Konsep *Front Office*

Front Office merupakan salah satu bagian penting yang ada di Hotel. Kata *Front Office* berasal dari bahasa Inggris *front* dan *office* yang berarti kantor depan. Seperti yang dijelaskan Bagyono pada tahun 2012 dalam buku Teori dan Praktik Hotel *Front Office*.

Modul Operasi Kantor Depan oleh Ani (2020) “menyatakan bahwa *Front Office* merupakan salah satu bagian dari sebuah hotel yang berfungsi sebagai penghubung antara pihak luar dengan tamu internal hotel. Letaknya berada di dekat pintu masuk sehingga memudahkan tamu untuk menemukannya.”

Kantor Depan dapat dianggap menjadi jantung hotel, karena merupakan sumber komunikasi bagi departemen dalam hotel itu sendiri dan tamu. Karyawannya memberikan layanan yang memengaruhi penilaian tamu, yang menjadikannya bagian penting dari hotel. Karyawan kantor depan menangani tamu dari mereka tiba di hotel hingga mereka pergi.



Front office department merupakan bagian hotel yang berkaitan dengan tamu secara langsung saat tamu datang dan pergi meninggalkan hotel. Bagian ini dianggap menjadi pemberi kesan bagi tamu sehingga karyawan kantor depan harus mempertahankan kesan terbaik dari tamu.

Berikut merupakan bagian dari Staff Kantor Depan antara lain :

1. Concierge
2. Resepsionis
3. Driver
4. Guest Relation Officer
5. Operator Telepon
6. Administrator Kantor Depan
7. Petugas Night Audit

DutaPersada.2021.<https://www.dutapersadajogja.com/categories/detail/227/bagian-front-office-dan-tugasnya-di-sebuah-departemen-hotel>, diakses tanggal 21 Juli 2022

Beberapa fungsi kantor depan antara lain :

1. Wakil Management
Berperan untuk dapat menyelesaikan masalah tertentu yang biasanya hanya bisa diselesaikan oleh pihak manajemen.
2. Bertindak Sebagai Penjual
Harus memiliki jiwa salesmanship untuk mempromosikan produk hotel secara profesional.
3. Pemberi Informasi
Staff Front Office diharapkan mampu memberikan informasi yang tepat mengenai produk dan fasilitas hotel atau mungkin hal lain di luar hotel.
4. Penyimpanan Data
Front Office sebagai sumber dan pusat penyimpanan data dalam kegiatan sehari-hari.
5. Bertindak Diplomatik
Pada situasi tertentu staff front office harus mampu bertindak untuk menjaga hubungan yang telah terjalin dengan pihak lain.
6. Pemecah Masalah
Front Office sebagai tempat penyelesaian masalah tamu terutama keluhan dari tamu.

7. Wakil Dari Hubungan Masyarakat
Front Office berperan memberikan citra yang baik terhadap para tamu atau pengunjung hotel.

8. Koordinator Kegiatan Pelayanan
Front Office berperan sebagai tempat koordinasi dari seluruh kegiatan yang terjadi di hotel sehingga dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar.

Daily Trip. 2020.
<https://www.dailytripp.my.id/2020/09/fungsi-dan-peranan-front-office.html> diakses pada 21 Juli 2022

Untuk memaksimalkan tanggung jawabnya, *front office* dibagi menjadi beberapa bagian pelayanan yaitu :

1. Reservasi akomodasi
2. Sebagai Pemberi informasi mengenai layanan produk dan fasilitas hotel
3. Menginformasikan permintaan tamu ke bagian yang bersangkutan
4. Merekap *report* keterangan kamar
5. Melakukan pengecekan pada transaksi tamu hotel
6. Membuat report kebutuhan hotel
7. Menjawab telepon dan menginformasikan ke departemen terkait
8. Membawakan barang tamu

Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Kantor Depan menjadi pusat kegiatan yang ada di hotel, dari prosedur registrasi hingga informasi mengenai tamu selama menginap.

Syarat menjadi seorang staff front office antara lain :

1. Berpenampilan rapi dan wangi
2. Menjaga sopan santun dalam menghadapi tamu atau tamu.
3. Memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas.
4. Lancar dalam berkomunikasi
5. Memahami produk yang dimiliki perusahaan
6. Datang sebelum jam masuk



7. Mengikuti briefing sebelum atau sesudah bekerja
(Jtm Paradise, 2022, <https://jtmparadise.com/pengertian-guest-relation-officer/> diakses pada 21 Juli 2022)

Menurut STP Bogor dalam situsnya <https://stpbogor.ac.id/peran-fungsi-front-office-dalam-sebuah-hotel/> menyatakan pada umumnya petugas *front office* harus memiliki beberapa kemampuan sebagai berikut :

1. Keterampilan Komunikasi
2. Mendengarkan tamu untuk memahami kebutuhan serta keluhan tamu
3. Membaca kebutuhan tamu
4. Keterampilan dalam membagi waktu
5. Selalu mencari cara untuk membantu orang lain

Konsep Guest Relation Office

“*Guest Relation Officer* merupakan salah satu bagian dari hotel yang termasuk dalam *front office department*. *Guest Relation Officer* memiliki tugas untuk mempertahankan hubungan baik antara tamu dengan hotel, dengan antisipasi keluhan dari tamu, kemudian menampung atau mencari jalan keluar sehingga tamu merasa diperhatikan, dan merasa puas” (Sugiarto, 2000:111).

Pengertian *Guest Relations Officer* Menurut Agus Sambodo dan Bagyono dalam buku Dasar - Dasar Kantor Depan Hotel (2002:34) merupakan orang bertugas sebagai perantara antara hotel dengan tamu hotel, serta sebagai penerima segala masukan, serta keluhan tamu bagi peningkatan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan tamu hotel.

Sedangkan menurut Aces (2016) *Guest Relations Officer* merupakan jabatan di kantor depan yang berfungsi untuk penghubung antara hotel dan tamu, maka dari itu *Guest Relations Officer* harus mampu berkomunikasi serta memiliki hubungan yang baik terhadap semua orang. *Guest Relations Officer* juga bertanggung jawab terhadap segala aspek pelayanan *Front Office*.

Selanjutnya menurut Adi (2006) dalam buku *Front Office Managment, Guest Relation Officer* bertugas menangani kebutuhan tamu secara khusus karena kebutuhan tamu yang bermacam-macam. Di hotel berbintang, VIP perlu di-escort, kemudian dalam *check-in*, perlu *butler*, dan sebagainya. Tamu sering komplain, menanyakan sesuatu, meminta bantuan karena tidak dapat atau malas melakukannya sendiri. *Guest Relation Officer* bertugas membantu mengatasi kesulitan dan memenuhi keperluan mereka, seperti untuk konfirmasi tiket pesawat, reservasi untuk restoran atau hotel lain, paket tour, dan sebagainya. Tugas semacam itu dilaksanakan oleh seorang *Guest Relation Officer*.

Guest Relation Officer memiliki tugas memberikan informasi mengenai fasilitas hotel serta pelayanan keluhan dan perhatian dalam berhubungan langsung dengan pihak luar yang memiliki kepentingan dengan hotel seperti tamu, pengunjung dan lain-lain. *Guest Relation Officer* juga bertugas membuat tamu merasa nyaman dan betah tinggal di hotel.

Adapun tugas dan tanggung jawab seorang *GRO* hotel menurut Edden (2015) , antara lain :

1. Membaca log book.
2. Memeriksa *list* tamu hari ini
3. Membuat daftar tamu VIP
4. Menyiapkan compliment bagi tamu VIP
5. Mempersiapkan kamar bagi tamu VIP.
6. Menyesuaikan VIP list dengan data pada rak informasi dan rak kamar.
7. Memeriksa tanggal lahir tamu untuk disiapkan birthday cake.
8. Mengisi daftar cek *GRO*.
9. Menangani *check-in* tamu VIP secara khusus
10. Menyapa seluruh tamu.
11. Menangani komplain tamu.
12. Memeriksa reservasi kamar bagi VIP besok.
13. Beramah tamah dengan tamu.
14. Menyambut kedatangan tamu rombongan



Menurut Farrah (2022) *Guest Relation Officer* mempunyai beberapa tugas antara lain yaitu :

1. *Guest Relation Officer* harus berada di lobi untuk menyapa dan membantu tamu.
2. Memastikan tamu dilayani dengan baik
3. Berwawasan luas mengenai informasi hotel, kota serta menjaga hubungan baik dengan pihak luar yang dapat membantu dan mendukung kegiatan hotel.
4. Mengantar tamu untuk *showing room* dan menawarkan kamar serta fasilitas lainnya.
5. Membantu resepsionis dalam menangani kedatangan dan keberangkatan tamu grup
6. Menyambut, menyapa dan mengantar tamu juga mencatat semua komentar dan langsung menyerahkannya kepada *General Manager*.
7. Memastikan seluruh persiapan telah siap sebelum tamu VIP datang
8. Mengatur data lampau tamu dalam sistem untuk keterangan masa datang.
9. Menyapa dan menemui tamu yang menginap jangka panjang, serta memastikan tamu menerima pelayanan dengan baik.
10. Menyiapkan birthday card atau slice cake bagi tamu yang berulang tahun.

Farrah, 2022, <https://hotelier.id/guest-relation-officer-adalah/> diakses tanggal 21 Juli 2022

Menurut Grace (2015) *Guest Relation Officer* harus memenuhi kualifikasi sebagai berikut :

1. Harus bersikap ramah dan sopan.
2. Berpenampilan menarik dan rapi
3. Dapat berkomunikasi dengan baik
4. Memiliki kemampuan berbahasa asing
5. Mampu bekerja sama dengan departemen lainnya.
6. Memiliki daya ingat yang baik.
7. Teliti dalam segala hal.
8. Berpotensi dan memiliki kemampuan yang dapat diandalkan.

9. Dapat berhubungan baik terhadap semua orang.

10. Dapat menghafal nama tamu, terutama tamu VIP atau *repeater guest*.

Program Membership

Keanggotaan adalah tindakan memperoleh dukungan resmi sebagai anggota. Ketika seseorang diterima menjadi anggota dalam kelompok tersebut berarti ia diakui secara resmi atas posisinya dalam kelompok tersebut. Keanggotaan dapat berupa kelompok informal, seperti keluarga, atau kelompok formal, seperti kelompok agama, persaudaraan, serikat mahasiswa, perdagangan, pengecer (Blackwell: 1995)

“*Membership* adalah pengakuan formal sebagai pelanggan dalam suatu perusahaan. Keanggotaan biasanya ditunjukkan dengan adanya kartu anggota.” (Gronroos : 2000).

Sedangkan menurut Arsi (2020) “*Membership* adalah usaha perusahaan untuk membangun relasi berkepanjangan yang saling menguntungkan antara pelanggan dengan perusahaan supaya terjadi pembelian secara berulang terhadap produk atau jasa perusahaan.”

Kemudian menurut Yunita (2017) “Kartu anggota adalah keanggotaan formal dalam suatu organisasi, perusahaan, atau asosiasi dan sertifikasi sebagai pelanggan yang diakui. Kartu anggota hanya dapat digunakan oleh orang pemilik yang memenuhi persyaratan. Anggota umumnya memperoleh banyak manfaat dan fasilitas.”

Seorang pelanggan member memiliki perilaku antara lain sebagai berikut:

1. Retensi, yaitu pelanggan melakukan pembaruan terhadap keanggotaannya dari tahun ke tahun.
2. Partisipasi, yaitu tingkatan seorang anggota pelanggan dalam menggunakan jasa yang disediakan perusahaan
3. Kerja Sama, yaitu tingkatan seorang anggota pelanggan berpartisipasi dalam produksi produk dan layanan serta pemasaran perusahaan



Program – program yang dapat diterapkan oleh pelanggan yang menggunakan membership antara lain :

- a. Pelayanan sigap, menyenangkan dan profesional
- b. Perhatian maksimal dari perusahaan.
- c. Pelayanan yang berkualitas
- d. Layanan yang konsisten
- e. Staff yang berkompeten
- f. Perhatian maksimal dan teliti terhadap seluruh sistem pelayanan
- g. Pemberian layanan berkualitas dalam jangka panjang
- h. Media komunikasi terbuka untuk komplain dan penghargaan
- i. Harga yang wajar untuk produk dan layanan perusahaan.

Member dapat digunakan oleh orang-orang yang diakui sebagai anggota perusahaan. Pada umumnya member menawarkan keuntungan serta fasilitas beragam. Sehingga pelanggan yang bukan anggota akan lebih tertarik (Johan & Nugroho : 2013).

Menurut Curatman dkk (2020) Program keanggotaan merupakan program umum perusahaan. Dengan menggunakan sistem keanggotaan, perusahaan dapat menawarkan keuntungan dengan menawarkan potongan harga, promosi, cashback, dan harga khusus untuk kondisi tertentu, pada setiap pembelian di outlet perusahaan mitra.

Konsep Implementasi *Membership*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), implementasi memiliki makna pelaksanaan atau penerapan.

Menurut Gordon (Mulyadi, 2015:24) menyatakan bahwa implementasi merupakan suatu hal yang berkenaan dengan berbagai kegiatan yang diarahkan pada realisasi program.

Implementasi merupakan sebuah penerapan atau pelaksanaan suatu hal.

N.A, Siti. 2022. Memahami Pengertian Implementasi, Tujuan, Faktor, dan Contohnya. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6243accfd3afb/memahami->

[pengertian-implementasi-tujuan-faktor-dan-contohnya](#) diakses 29 Agustus 2022

Menurut (Taufik dan Isril, 2013:136) “Implementasi merupakan sebuah hasil, maka implementasi menyangkut tindakan seberapa jauh arah yang telah diprogramkan itu benar-benar memuaskan.”

Kemudian menurut Rifan (2021) “Implementasi merupakan kegiatan yang dilaksanakan dengan perencanaan serta mengacu pada aturan tertentu guna mencapai tujuan suatu kegiatan.” Tujuan dari implementasi yaitu untuk menerapkan dan mewujudkan rencana yang telah disusun menjadi bentuk nyata.

(Aditya,Rifan, 2021, <https://www.suara.com/news/2021/02/09/175201/apa-itu-implementasi-tujuan-dan-contoh-penerapannya?page=all> diakses tanggal 22 Juli 2022)

Dari teori tersebut dapat di simpulkan bahwa implementasi *membership* merupakan penerapan kebijakan suatu perusahaan yang bertujuan untuk melaksanakan program atau aktivitas dengan harapan tamu memperoleh keuntungan yang sesuai.

Adapun tujuan member bagi perusahaan dan pelanggan antara lain:

1. Bagi Pelanggan
 - a. Mendapatkan diskon
 - b. Mendapatkan Poin
 - c. Mendapatkan Pelayanan Khusus
2. Bagi Perusahaan
 - a. Meningkatkan loyalitas pelanggan
 - b. Sebagai media branding
 - c. Untuk menjaring data pelanggan

(Qiscus, 2022, <https://www.qiscus.com/id/blog/kartu-member/> diakses tanggal 22 Juli 2022)

Menurut Edward dalam Afrizal (2017) Faktor – Faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan yaitu :

1. Komunikasi adalah kegiatan seseorang dalam menyampaikan pikiran, perasaan, harapan atau pengalamannya kepada orang lain.



2. Sumber Daya, orang yang bertanggung jawab dalam implementasi kebijakan guna melakukan pekerjaan secara.
3. Disposisi (Sikap) diartikan sebagai sikap para pelaksana untuk mengimplementasikan kebijakan.
4. Struktur Birokrasi, menjadi hal penting yang penting karena mempengaruhi implementasi supaya dapat bekerja lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan tipe deskriptif. Menurut Sugiyono (2016), Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bermaksud untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain yang sudah disebutkan, kemudian hasilnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Spesifikasi penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif, analisis data obyek penelitian terhadap implementasi membership terhadap tamu di Hotel Chanti Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan teknik analisa yang dilakukan penulis adalah metode kualitatif. Analisis kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dari pihak yang diamati dalam bentuk lisan atau tulisan (Nana : 2010). Dengan demikian peneliti akan mengumpulkan data dan menganalisis wawancara serta tinjauan teori dari *front office department* di Hotel Chanti Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Membership di Hotel Chanti

Berdasarkan wawancara dengan Front Office Manager Hotel Chanti Semarang yaitu Bapak Harifan, di peroleh data Produk Program Member sebagai berikut :

1. Pembuatan member tidak di kenakan biaya.
2. Syarat registrasi hanya memerlukan KTP, email dan nomor telepon yang aktif dan mengisi formulir pendaftaran member.

3. Member yang didapatkan ketika baru mendaftar adalah member blue bentuk fisiknya baru berupa kertas.
4. Untuk upgrade ke tingkat member yang lebih tinggi tamu harus memenuhi syarat dan ketentuan menginap sesuai dengan masing masing tingkatan member.
5. Member dapat digunakan di seluruh merchant Tentrem grup

Berdasarkan formulir pendaftaran member Tentrem di Hotel Chanti Semarang di peroleh data produk program member sebagai berikut :

1. Blue Member
Merupakan tahapan awal setelah registrasi. Bentuk fisiknya baru berupa kertas, Keuntungan yang diperoleh hanya berupa poin
2. Gold Member
Merupakan tahapan kedua setelah member blue. Fisiknya sudah berupa kartu. Tamu bisa *upgrade* ke gold member setelah memenuhi kriteria yaitu menginap 3 kali di Hotel Chanti maupun Hotel Tentrem dalam kurun waktu 1 tahun di hitung per periode menginap. Keuntungan yang diperoleh Gold Member yaitu :
 - a. Poin
 - b. Penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem grup
 - c. Pembayaran kamar discount 10% dari harga website
3. Platinum Member
Merupakan tahapan ketiga setelah member gold. Tamu bisa *upgrade* ke platinum member setelah memenuhi kriteria yaitu menginap 10 kali di Hotel Chanti atau Hotel Tentrem dalam kurun waktu 1 tahun di hitung per periode menginap. Keuntungan yang diperoleh Platinum member yaitu :
 - a. Poin
 - b. Penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem group
 - c. Pembayaran kamar discount 10% dari harga website

- d. Gratis akses ke eksekutif lounge
- e. Gratis late check out sampai jam 3 apabila kamar tersedia.
- 4. Black Member
Merupakan tahapan tertinggi. Tamu bisa upgrade ke black member setelah memenuhi kriteria yaitu menginap 25 kali di Hotel Chanti atau Hotel Tentrem dalam kurun waktu 1 tahun di hitung per periode menginap.
Keuntungan :
 - a. Poin
 - b. Penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem grup
 - c. Pembayaran kamar discount 10% dari harga website
 - d. Gratis akses ke eksekutif lounge
 - e. Gratis late check out sampai jam 3 apabila kamar tersedia
 - f. Gratis upgrade ke Eksekutif Suite apabila kamar tersedia
 - g. Gratis Laundry 5 pcs

Berikut merupakan Jumlah Member Tentrem per tanggal 29 Juli 2022

Tabel 4.1 Jumlah Member Tentrem

No	Tingkat Member	Jumlah Member
1.	Blue Member	10.212
2.	Gold Member	354
3.	Platinum Member	34
4.	Black Member	49

Sumber : Loyalty Agent Chanti Hotel, 2022

Berikut merupakan salah satu data Tentrem Member tingkat Blue

Tabel 4.2 Data Tentrem Member Tingkat Blue

ID Member	00220149
ID Guest	10888782
Full Name	I Putu Aris Brihaspati
Name on Card	I Putu Aris Brihaspati
Email	ar4_nol@yahoo.com
Member	Blue

Sumber : Loyalty Agent Chanti Hotel, 2022

Berdasarkan formulir pendaftaran Tentrem Member, tamu member bisa

mendapatkan keuntungan atau penawaran menarik di beberapa *merchant* tentrem grup antara lain :

1. Hotel Chanti Semarang, Hotel Tentrem Semarang, Hotel Tentrem Yogyakarta
 - a. Potongan harga untuk kamar sebesar 10% dari tarif terbaik yang tersedia.
 - b. Potongan harga untuk spa sebesar 10%
 - c. Potongan harga 10% untuk makanan prasmanan makan malam
 - d. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman alkohol untuk ala carte
 - e. Potongan harga 10% untuk Galeri Sido Muncul
 - f. Pembayaran 1 jam mendapatkan gratis 1 jam untuk Diva Karaoke
2. Koenokoeni Villa Bali
 - a. Potongan harga kamar dari 35% dari harga yang di publikasikan.
 - b. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.
3. Tanamera Coffe Yogyakarta dan Semarang
 - a. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.
4. Gubug Mang Engking Ungaran, Semarang
 - a. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.
5. Kedai Kopi Oma Semarang
 - a. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.
6. Wolfpac Sports Bar Semarang
 - a. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.
7. Kedai Kopi Tenong Semarang dan Jakarta
 - a. Potongan harga 10% untuk makanan dan minuman.

Untuk mendaftar member di Hotel Chanti tamu hanya perlu memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- b. Mengisi formulir registrasi

Berdasarkan formulir pendaftaran Tentrem Member di Hotel Chanti maka di peroleh data Syarat dan Ketentuan Member sebagai berikut :



- a. Kartu keanggotaan tidak dapat di pindahtanggankan.
- b. Hak istimewa hanya diperpanjang setelah menunjukkan kartu yang valid
- c. Kartu keanggotaan dan poinnya akan kadaluarsa dalam 1 tahun setelah poin terakhir di peroleh.
- d. Perpanjangan kartu jika kadaluarsa atau rusak adalah Rp 100.000
- e. Hotel Tentrem grup dan mitranya memiliki hak tanpa batasan untuk mengubah hak istimewa dengan atau tanpa persetujuan dari anggota.

Menurut Curatman dkk (2020) program membership atau keanggotaan adalah program yang umum dilakukan oleh perusahaan. Dengan menggunakan sistem keanggotaan, perusahaan dapat menawarkan beberapa keuntungan bagi pelanggan antara lain, menawarkan promo, diskon, cashback, dan harga khusus dengan syarat tertentu untuk setiap pembelian di outlet-outlet perusahaan atau perusahaan lain yang bermitra dengannya.

Bentuk *loyalty* program yang ditawarkan di hotel Chanti Semarang merupakan *membership* tidak berbayar. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan repeat purchase para pelanggan. Untuk pelanggan yang merupakan membership akan mendapatkan keuntungan berupa poin, potongan harga atau diskon,serta reward lainnya yang bisa diakumulasi.

Untuk tamu yang ingin mendaftar menjadi member Tentrem di Hotel Chanti harus mengisi formulir yaitu :

1. Tamu harus mengisi nama sesuai KTP dan nama untuk kartu member yang akan digunakan untuk membuat member
2. Mengisi tanggal lahir dan kebangsaan
3. Mengisi alamat rumah dan kode pos
4. Mengisi nomor telepon dan juga email aktif
5. Tanda tangan

Selain mengisi formulir pendaftaran member Tentrem tamu harus memiliki KTP, nomor telepon dan email yang aktif untuk memudahkan pada saat registrasi. Untuk nomor

telepon dan email akan digunakan untuk mengirimkan konfirmasi apabila tamu tersebut sudah terdaftar menjadi member Tentrem. Biasanya tamu akan mendapatkan email dari tentrem rewards yang berisi nomor ID dan juga password untuk mengakses website Tentrem Rewards.

Untuk Produk Program member di Hotel Chanti ada 4 tingkatan dengan masing-masing keuntungan yang berbeda. Tamu yang baru mendaftar akan mendapatkan Blue member yang fisiknya baru berupa kertas dan keuntungan yang di dapatkan baru berupa poin yang nantinya dapat ditukar di beberapa merchant Tentrem Grup.

Selanjutnya yaitu Gold Member untuk mencapai ke tahap Gold tamu harus menginap 3 kali dengan periode berbeda dalam 1 tahun. Bentuk fisik Gold member sudah berupa kartu. Keuntungan yang akan diperoleh oleh Gold member anatara lain adalah poin, penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem grup dan diskon untuk pembayaran kamar sebesar 10% dari harga website .

Kemudian Platinum Member merupakan tingkatan setelah member gold. Tamu bisa *upgrade* ke platinum member setelah menginap 10 kali di Hotel Tentrem Management dalam kurun waktu 1 tahun di hitung per periode menginap. Keuntungan yang diperoleh Platinum member antara lain yaitu poin, penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem grup, pembayaran kamar discount 10% dari harga website, gratis akses ke eksekutif lounge, serta gratis late check out sampai jam 3 apabila kamar tersedia.

Tingkatan terakhir yaitu Black Member tamu bisa *upgrade* ke black member setelah memenuhi kriteria yaitu menginap 25 kali di Hotel Tentrem Management dalam kurun waktu 1 tahun di hitung per periode menginap. Keuntungan yang didapatkan oleh Black Member anatara lain points, penawaran eksklusif di beberapa merchant tentrem grup, pembayaran kamar discount 10% dari harga website , gratis akses ke eksekutif lounge, gratis

late check out sampai jam 3 apabila kamar tersedia, gratis laundry 5 pcs serta gratis upgrade ke Eksekutif Suite apabila kamar tersedia.

Pemilik member juga dapat menikmati beberapa keuntungan berupa diskon di outlet-outlet Tentrem Grup antara lain Hotel Chanti Semarang, Hotel Tentrem Semarang, Hotel Tentrem Yogyakarta diskon harga untuk kamar, spa, restoran, bar, galeri sidomuncul dan Diva Karaoke. Kemudian diskon harga kamar dan makanan serta minuman di Koenokoeni Villa Bali. Diskon untuk makanan dan minuman di Tanamera Coffe Yogyakarta dan Semarang. Diskon makanan dan minuman di Gubug Mang Engking Ungaran, Semarang, Diskon untuk makanan dan minuman di Kedai Kopi Oma Semarang, diskon untuk makanan dan minuman di Wolfpac Sports Bar Semarang, dan diskon untuk makanan dan minuman di Kedai Kopi Tenong Semarang dan Jakarta.

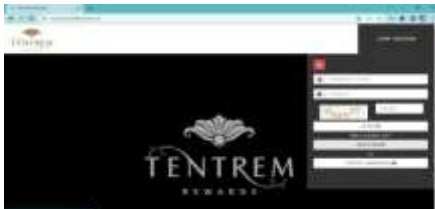
Gambar 4.1 Kartu Member Tentrem Blue, Gold, Platinum dan Black



Sumber : Harian Jogja, 2019

Untuk tamu yang sudah teregistrasi menjadi Tentrem member dapat mengakses website Tentrem Reward dengan ID dan password yang sesuai dengan yang dikirimkan oleh tentrem reward melalui email yang sudah di cantumkan pada formulir pendaftaran.

Gambar 4.2 Tampilan website Tentrem Rewards



Sumber : Website Tentrem Rewards, 2022

Cara akses website Tentrem Rewards yaitu sebagai berikut :

1. Masuk ke <https://rewards.hoteltentrem.com/>
2. Kemudian klik pada bagian *Login* atau *Register*
3. Masukkan ID atau email yang terdaftar
4. Masukkan Password
5. Masukkan Captcha
6. Kemudian klik Login

Setelah berhasil login maka tamu akan mendapatkan informasi poin yang diperoleh dan juga tingkatan membernya pada saat itu.

Dalam pelaksanaan program membership di Hotel Chanti Semarang ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh tamu member yaitu :

- a. Server membership yang terkadang eror, sehingga poin member tidak terupdate dan perlu menghubungi admin *loyalty*.
- b. Kartu fisik yang tertunda untuk dikirim karena tidak ada balasan dari tamu kemana member akan dikirim.
- c. Kesalahpahaman mengenai akumulasi poin karena kartu member yang sudah tidak berlaku. Masih banyak yang salah paham mengenai akumulasi poin yang diperoleh padahal sudah dijelaskan dari awal pendaftaran apabila member akan kadaluarsa dalam kurun waktu 1 tahun setelah perolehan poin terakhir.
- d. Banyaknya tamu yang kurang paham mengenai cara akses member melalui website. Tamu Member Hotel Chanti dapat mengakses website untuk melihat perolehan poin atau tingkatan membernya, tetapi ada beberapa tamu yang kurang mengerti cara mengakses website.

Implementasi Membership Terhadap Tamu di Hotel Chanti

Berdasarkan wawancara dengan loyalty agent didapatkan data penerapan keuntungan member di Hotel Chanti sebagai berikut :

1. Tamu yang ingin mendapatkan keuntungan berupa poin atau potongan harga, pada saat reservasi atau saat kedatangan harus membawa member dan menunjukkan identitas yang sesuai dengan member.



2. Jika keuntungan berupa poin maka akan didapatkan setelah tamu check out.
3. Jika keuntungan berupa potongan harga kamar maka akan didapatkan pada saat check in.
4. Tamu bisa upgrade ke kamar suite tetapi harus melakukan konfirmasi terlebih dahulu pada saat check in.
5. Tamu bisa late check-out sampai jam 3 dengan konfirmasi terlebih dahulu.

Berdasarkan wawancara dengan Front Desk Agent Hotel Chanti Semarang yaitu Ibu Sharon, diperoleh data penerapan program member sebagai berikut :

1. Semua tamu yang datang di Hotel Chanti dapat membuat member Tentrem tanpa terkecuali.
2. Setelah tamu teregistrasi, tamu akan mendapatkan email dari Tentrem Rewards yang berisi ID dan juga password untuk mengakses website tentrem rewards.
3. Setelah 3x menginap dalam periode berbeda, tamu akan upgrade ke member Gold
4. Setelah 10x menginap dalam periode berbeda, tamu akan upgrade ke member Platinum
5. Setelah 25x menginap dalam periode berbeda, tamu akan upgrade ke member Black
6. Penggunaan poin untuk ditukar dibeberapa fasilitas hotel harus reservasi terlebih dahulu.

Berdasarkan wawancara dengan *Guest Relation Officer* Hotel Chanti Semarang yaitu Fanny Angelina Sembiring dapat di peroleh data Faktor pendukung Implementasi member sebagai berikut:

1. Sumber daya yang baik dan menarik dalam menyampaikan produk member sangat berpengaruh terhadap tamu.
2. Komunikasi yang baik sangat diperlukan untuk memudahkan tamu dalam memahami program member yang di sampaikan.
3. Sikap antusias para staff juga sangat dibutuhkan untuk beradaptasi dengan tamu.

Hotel Chanti merupakan hotel yang dapat di kategorikan menjadi hotel bisnis atau wisata. Hotel ini menyediakan member yang dapat digunakan di seluruh merchant tentrem grup. Tujuan dari program membership adalah untuk membuat orang mengetahui bahwa Tentrem Grup itu ada dan ingin Tentrem grup bisa dikenal secara luas oleh banyak orang.

Menurut Gordon (Mulyadi, 2015:24) menyatakan bahwa implementasi merupakan suatu hal yang berkenaan dengan berbagai kegiatan yang diarahkan pada realisasi program.

Berikut merupakan implementasi prosedur registrasi dan penggunaan Membership Tentrem di Hotel Chanti Semarang sebagai berikut :

1. Setelah tamu mengisi formulir pendaftaran maka pihak Tentrem Rewards akan mengirimkan konfirmasi ke email pendaftar berisi ID member beserta password yang bisa digunakan untuk mengakses website membership.
2. Tamu yang baru mendaftar member belum memiliki kartu karena fisiknya hanya berupa kertas saja. Walaupun belum memiliki fisik kartu tamu bisa menggunakan nomor ID atau nama lengkap sesuai member.
3. Setelah tamu memenuhi syarat dan ketentuan maka tamu akan di *upgrade* ke gold, Platinum, dan Black member maka tamu akan mendapatkan fisik kartu yang akan dikirimkan ke alamat yang sudah dikonfirmasi.
4. Setelah tamu mendapatkan kartu member, pada saat check-in tamu hanya cukup menunjukkan fisik kartu di berbagai merchant.
5. Tamu juga bisa menggunakan kartu member di beberapa merchant Tentrem grup untuk mendapatkan diskon dan keuntungan lain.

Berikut merupakan implementasi syarat pendaftaran member di Hotel Chanti Semarang yaitu :

1. Tamu harus memiliki Kartu Tanda Penduduk dan bersedia untuk di *copy*



2. Tamu harus memiliki email yang aktif untuk konfirmasi member
3. Tamu harus memiliki nomor telepon yang aktif supaya mudah di hubungi untuk proses registrasi maupun konfirmasi lain mengenai member
4. Alamat rumah yang sesuai dengan KTPa. untuk mengirimkan kartu fisik member
5. Berkenan mengisi formulir pendaftaranb. member dan tanda tangan sebagai bukti bahwa tamu memang bersedia untukc. bergabung menjadi member

Berikut merupakan hal yang perlu diperhatikan staff *Front Office* Hotel Chanti dalam menangani tamu Member yaitu sebagai berikut :

1. Menyambut dengan hangat tamu member dan menyapa namanya a.
2. Menyiapkan amenities berupa slice fruit sebelum tamu datang dan *set up* di kamar b.
3. Menyiapkan welcome card di kamar
4. Membantu persiapan check in tamu member supaya tidak menunggu terlalu lama c.
5. Mengantarkan sampai ke kamar jika tamu berkenan
6. Membantu menjawab pertanyaan tamu seputar hotel dan membership d.

Berikut merupakan peran *Guest Relation Officer* dalam Implementasi program membership antara lain :

1. Menanyakan kesan tamu selama menginap untuk memastikan tamu merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan dan sesuai dengan harapannya.
2. Apabila tamu merasa puas selama menginap *guest relation officer* akan menawarkan program membership kepada tamu.
3. Menjelaskan apa saja yang menjadi keuntungan dan syarat jika bergabung menjadi member supaya tamu tertarik.
4. Menginformasikan segala hal mengenai member secara jelas dan rinci.
5. Membantu proses registrasi member.
6. Memastikan syarat dan ketentuan untuk bergabung menjadi member lengkap dan terpenuhi.

Membantu *follow up* kepada pihak terkait ketika ada masalah mengenai member.

Ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi keberhasilan implementasi membership di Hotel Chanti Semarang yaitu :
Faktor Pendukung Implementasi antara lain :
Tamu yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap produk member

Komunikasi yang baik dari staff hotel terhadap tamu

Staff yang ramah dan sabar dalam menjawab pertanyaan tamu

Penyampaian produk member dari staff yang menarik bagi tamu

Admin loyalty yang selalu sigap dalam pemberian informasi terhadap tamu

Faktor Penghambat Implementasi antara lain :
Staff yang kurang aktif dalam menawarkan member Tentrem terhadap tamu di Hotel Chanti
Kurangnya penjelasan mengenai keuntungan yang didapatkan apabila bergabung menjadi member

Tamu yang kurang memahami program member dan sungkan untuk bertanya pada saat dijelaskan mengenai syarat dan ketentuan member.

Member tidak bisa digunakan apabila nama yang digunakan untuk reservasi tidak sesuai dengan yang terdaftar pada member.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan Program dan Implementasi *Membership* di Hotel Chanti Semarang yang telah di deskripsikan, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Program *Membership* di Hotel Chanti Semarang merupakan program member tidak berbayar yang memberikan banyak keuntungan bagi para tamu yang bergabung sebagai member. Keuntungan bisa berupa poin dan diskon di seluruh merchant Tentrem Grup. Penggunaan member cukup dengan menunjukkan kartu member atau nomor ID member.



2. Implementasi *Membership* di Hotel Chanti Semarang dilaksanakan *staff front office* dengan terus menarik tamu untuk bergabung menjadi anggota member supaya meningkatkan pembelian dengan memperhatikan prosedur registrasi, penanganan, syarat dan ketentuan serta faktor dalam implementasi tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan serta hasil pengumpulan data yang telah dilakukan dengan wawancara, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Perlu ditingkatkannya sikap antusias staff dalam menawarkan member dan menjelaskan keuntungannya supaya tamu tertarik untuk membuat member.
2. Implementasi *membership* di Hotel Chanti sudah berjalan dengan baik, namun *staff front office* perlu meningkatkan informasi mengenai syarat dan ketentuan supaya tidak ada kesalahpahaman oleh tamu.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Pitana, I Gede dan Putu Gede Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.

[2] *Bagyono*. 2012. *Teori dan Praktik: Hotel Front Office*. Bandung: CV. Alfabeta.

[3] Wijayanti, Ani. 2019. *Modul Operasional Kantor Depan*. UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA PSDKU. Yogyakarta.

[4] Duta Persada. 2021. *Bagian Front Office Dan Tugasnya Di Sebuah Departemen Hotel*. DutaPersada. <https://www.dutapersadajogja.com/categories/detail/227/bagian-front-office-dan-tugasnya-di-sebuah-departemen-hotel> diakses tanggal 21 Juli 2022

[5] DailyTrip. 2020. *Fungsi dan Peranan Front Office*. Daily Trip. <https://www.dailytripp.my.id/2020/09/fungsi-dan-peranan-frontoffice.html> diakses tanggal 21 Juli 2022

[6] Jtm Paradise. 2022. *Pengertian Guest Relation Officer: Tugas Syarat dan gaji Lengkap*. Jtm Paradise. <https://jtmparadise.com/pengertian-guest-relation-officer/> diakses pada 21 Juli 2022

[7] Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor. 2021. *Peran dan Fungsi Front Office di Hotel*. STP Bogor. <https://stpboGOR.ac.id/peran-fungsi-front-office-dalam-sebuah-hotel/> diakses pada 20 Juli 2022

[8] Endar, Sugiarto & Sulartiningrum, Sri. 1996. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. Hal 8.

[9] Bagyono & Agus Sambodo. 2006. *Dasar – Dasar Kantor Depan Hotel*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

[10] Patra, A. V. (2016). *Strategi Guest Relations Officer dalam Menangani Keluhan Tamu di Hotel Santika Premiere Jogja*.

[11] Adi. 2006. *Front Office Management*. Yogyakarta. Andi Offset

[12] Ifo, E. N., & Baharta, E. (2015). *Review Of The Role Of Guest Relation Officer (gro) At The Front Office Hotel Hyatt Regency Yogyakarta*. *eProceedings of Applied Science*, 1(3).

[13] Farrah. 2022. *10 Peran Guest Relation Officer di Hotel*. <https://hotelier.id/guest-relation-officer-adalah/> diakses pada 21 Juli 2022

[14] Sibuea, G. E. 2015. *PERANAN GUEST RELATIONS OFFICER HOTEL JW MARRIOTT MEDAN SEBAGAI PENGHUBUNG PIHAK MANAJEMEN DENGAN KONSUMEN*. Sumatera Utara.

[15] Kharisma, A. (2020). *Peran Membership Loyalty Program Accor Pada Loyalitas Tamu di The Phoenix Hotel Yogyakarta (Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta)*.

[16] Yunita, Yunita (2017) *Pengaruh Penggunaan Member Card Terhadap*



- Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Pasar Modern di Kota Banjarmasin. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- [17] Santoso, J., & Alamjaya, N. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Membership Card Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Di Narita Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 1(1).
- [18] Curatman, Aang., Suroso, Agus., dan Suliyanyo. (2020). Program Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish
- [19] Mulyadi, Deddy. 2015. Study Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik, Bandung: Alfabeta.
- [20] Aditya, Rifan. 2021. Apa itu Implementasi? Tujuan dan Contoh Penerapannya. Suara.com. <https://www.suara.com/news/2021/02/09/175201/apaituimplementasi-tujuan-dan-contoh-penerapannya?page=all> diakses tanggal 22 Juli 2022
- [21] Qiscus, 2022. Lebih Dekat dengan Customer Melalui Sistem Kartu Member. <https://www.qiscus.com/id/blog/kartu-member/> diakses 22 Juli 2022
- [22] Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel (Studi tentang persepsi tamu hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi)*. Brawijaya University.
- [23] Candrawardhani, Sirley. 2022. Pengertian After Sales Service, Kelebihan & Tips Menerapkannya. Kitalulus. <https://www.kitalulus.com/seputar-kerja/after-sales-service-adalah>
- [24] Gita Subakti, Agung. 2016. Universitas Bina Nusantara. <https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/01/hotel-dan-sejarahinya/> diakses 18 Juni 2022
- [25] Inkiriwang, N. Y. (2019). *IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN MELALUI KEGIATAN SALES E-COMMERCE PADA OTA (ONLINE TRAVEL AGENT)*(Studi Kualitatif Tentang Implementasi Bauran Pemasaran Melalui Kegiatan Sales E-Commerce Pada Ota (Online Travel Agent) Di Hotel Grand Ambarrukmo Yogyakarta Periode Mei–Juli 2018) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- [26] Linda, Tina. 2019. PERANAN FRONT OFFICE ATTENDANT DI HOTEL THE ZON REGENCY JOHOR BAHRU, MALAYSIA. Majalah Imiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi. Medan.
- [27] Pinongo, A. B., & Purnomo, B. (2016). PERANAN RESEPSIONIS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI THE SUNAN HOTEL SOLO. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 11(2).
- [28] Riski, G. A. A. (2019). Analisa Peran Front Desk Agent Dalam Pembentukan Citra Positif Di Vila Bali Asri Seminyak-Bali. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 36-44.
- [29] Sugiyono (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [30] Syadoh Sukmadinata, Nana. 2010. *Metode Penelitian*. Bandung Remaja Rosdakarya.