



# Perspektif Staf dan Tamu Hotel Terhadap Pengaplikasian Chatbot pada Kantor Depan Hotel di Gading Serpong

Victoriano Hidayat<sup>\*1</sup>, Budi Setiawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pradita

**Abstrak:** Gading Serpong mengalami perkembangan yang sangat pesat dan menjadi titik kumpul untuk berbagai acara atau kegiatan tertentu. Perkembangan tersebut perlu dimanfaatkan seiring dengan proses digitalisasi dan revolusi industri 5.0 yang telah memberikan dampak yang signifikan terhadap bidang teknologi informasi. Hadirnya kecerdasan buatan yaitu Artificial Intelligence (A.I.) menciptakan suatu program yang memungkinkan untuk membalas pesan secara otomatis 24 jam tanpa henti khususnya dalam dunia perhotelan yaitu chatbot. Metode yang umum digunakan adalah Decision Tree-Based (DTB). Chatbot perlu diimplementasikan pada hotel-hotel di Gading Serpong khususnya pada layanan front office hotel untuk dapat membantu mengatasi permasalahan yang muncul pada saat High Season atau Peak Hour seperti panggilan tamu yang tidak terjawab. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan teknik observasi, wawancara sebagai pengumpulan data. Data yang terkumpul selanjutnya akan diolah dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menjelaskan cara kerja chatbot dengan metode DTB, manfaat penggunaan chatbot oleh hotel-hotel di Gading Serpong, perspektif staf dan tamu hotel, serta tantangan dan solusi terhadap pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel di gading serpong.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, Kantor Depan Hotel, Chatbot, Decision Tree-Based

DOI: <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i1.3313>

\*Correspondence: Victoriano Hidayat

Email:

[victoriano.hidayat@student.pradita.ac.id](mailto:victoriano.hidayat@student.pradita.ac.id)

Received: 11-09-2024

Accepted: 21-10-2024

Published: 07-11-2024



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** Gading Serpong has experienced very rapid development and has become a gathering point for various events or certain activities. This development needs to be utilized along with the digitalization process and the industrial revolution 5.0 which has had a significant impact on the field of information technology. The presence of artificial intelligence, namely Artificial Intelligence (AI), creates a program that allows for automatic reply to messages 24 hours non-stop, especially in the hospitality world, namely chatbots. The method commonly used is Decision Tree-Based (DTB). Chatbots need to be implemented in hotels in Gading Serpong, especially in hotel front office services to be able to help overcome problems that arise during High Season or Peak Hour such as unanswered guest calls. This research is qualitative research and uses observation and interview techniques as data collection. The collected data will then be processed using the Miles and Huberman model. The results of this study explain how chatbots work using the DTB method, the benefits of using chatbots by hotels in Gading Serpong, perspective of hotel staff and guests, as well as the challenges and solutions to the application of chatbots in hotel front office services in Gading Serpong.

**Keywords:** Digitalisation, Hotel Front Office, Chatbot, Decision Tree-Based.

## Pendahuluan

Gading Serpong sebagai salah satu kota berkembang yang berada di kawasan kabupaten Tangerang merupakan kota yang dikembangkan oleh dua developer utama, yaitu Summarecon Serpong dan Paramount Land (Detik.Com, 2024). Perkembangan Gading Serpong dapat dilihat dari jumlah penduduk saat ini sekitar 120.000 jiwa belum termasuk masyarakat yang tidak menetap. Selain itu, kawasan Gading Serpong sering menjadi tempat untuk melakukan pertemuan dan acara - acara (Meeting Point). Perkembangan tersebut, juga ditunjang dengan hadirnya berbagai fasilitas kota, seperti pusat perbelanjaan, pusat kuliner, pusat bisnis, dan khususnya perhotelan (Illena & Setiawan, 2023). Hotel sebagai salah tempat berlangsungnya kegiatan atau acara perlu mempersiapkan segala kebutuhan informasi yang diperlukan, sehingga tamu bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan, sebelum akhirnya memutuskan untuk memilih hotel yang sesuai. Adapun hotel - hotel di Gading Serpong terdiri dari hotel bintang 5, bintang 4, dan bintang 3.

**Tabel 1.1 Hotel - Hotel di Gading Serpong**

No.	Nama Hotel	Status Hotel (Bintang Hotel)
1.	JHL Collection	Bintang 5
2.	Episode By JHL	Bintang 4
3.	Vivere Hotel	Bintang 4
4.	Qubika	Bintang 3
5.	Ibis Hotel Gading Serpong	Bintang 3
6.	Vega Hotel	Bintang 4
7.	Atria Hotel	Bintang 4
8.	Fame Hotel	Bintang 3

Sumber: Hasil data olahan peneliti, 2024

Dari 8 hotel yang terdapat di Gading Serpong, terdapat lima (5) hotel yang ditemukan memiliki permasalahan pada front office departement yang berkaitan dengan tamu. Permasalahan tersebut, ditemukan melalui ulasan google review tahun 2023 dan 2024. Pada hotel Vivere Gading Serpong, terdapat tamun dengan akun @AdityaRamon yang mengungkapkan bahwa staf di kantor depan hotel sulit untuk dicari dan tamu dengan akun @NathanPutraWijaya yang mengungkapkan bahwa staf kurang responsif saat tamu bertanya terkait dengan proses check-in atau hendak upgrade kamar (1). Permasalahan lain ditemukan pada hotel Qubika Boutique Hotel, dimana tamu dengan akun @stvtelussa

mengatakan bahwa staf resepsionis tidak dapat dihubungi dan pernyataan bahwa tamu tidak mendapatkan respon terkait permasalahan yang dihadapi saat menginap di hotel yang disampaikan oleh akun @SuryanahBicung (2). Selanjutnya, pada hotel Ibis Gading Serpong, tamu mengeluh bahwa petugas di kantor depan hotel slow respon saat hendak memesan kamar yang dinyatakan oleh akun @FihziMinang (3). Tamu yang menginap di Vega Hotel Gading Serpong dengan akun @KhadijahKhairunnisa, mengungkapkan bahwa pelayanan pelanggan di Vega Hotel sangat lama kepada pelanggan karena beberapa kali staf melakukan kesalahan saat proses check in (4). Pada hotel Episode Gading Serpong, tamu dengan akun @Yuaani pernah menemukan permasalahan pada saat peak hour atau high season, pelayanan dari staf menjadi lebih lambat dan terdapat kesalahan terkait jenis kamar yang dipesan oleh tamu (5).

Kondisi tersebut masuk ke dalam service related complaints atau komplain yang berkaitan dengan kesalahan yang dilakukan staf pada saat melayani tamu, sehingga tamu menunggu terlalu lama atau pelayanan tidak sesuai dengan harapan tamu (Rendrawan et al., 2020). Kondisi serupa pernah dibahas dalam jurnal yang ditulis oleh (Pratiwi et al., 2021) tentang keluhan tamu terhadap pelayanan di kantor depan hotel berdasarkan pada ulasan di Tripadvisor. Dalam penelitiannya, terdapat keluhan yang ditemukan dan berkaitan dengan penyampaian informasi yang tidak efektif, yaitu tamu mengeluh karena petugas kantor depan hotel kurang cepat dan tepat dalam melayani tamu (1), serta kurangnya pengetahuan petugas dalam memberikan informasi (2). Keluhan yang disampaikan dapat terjadi karena penerapan SOP yang kurang maksimal, tingkat hunian yang sedang tinggi (high season/high occupancy), dan pada saat peak hour. Oleh karena itu, peran dan fungsi dari departemen kantor depan sangat penting dan kompleks, mulai dari menjaga citra atau representasi dari hotel, melakukan penjualan kamar, hingga sebagai sumber informasi. Kantor Depan harus selalu memberikan pelayanan yang baik kepada tamu, mulai dari tamu datang, menginap, sampai melakukan proses check-out (Danurdara & Paramitha, 2022). Selain itu, kantor depan hotel juga berperan penting dalam menangani keluhan - keluhan tamu, sehingga koordinasi antar departemen lain harus dijaga dengan baik untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan dengan koordinasi yang baik, maka dapat mengurangi keluhan atau ketidakpuasan tamu saat menginap di hotel (Alicia & Tj, 2023).

Hotel sebagai salah satu industri yang cukup berperan dalam dunia pariwisata, sehingga penting untuk menerapkan digitalisasi dalam menjalankan operasionalnya. Mengingat bahwa digitalisasi tidak dapat dihindarkan, terutama setelah revolusi industri 4.0 berhasil diterapkan. Perubahan tersebut, banyak terjadi pada teknologi informasi, di mana teknologi informasi sangat berperan dalam setiap bidang industri yang ada di Indonesia, khususnya industri perhotelan (Herlambang & Fathoni, 2023). Saat ini, dunia sedang menuju pada perkembangan revolusi 5.0, dimana robot dan teknologi akan semakin banyak diproduksi dan diprogram dengan kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (A.I). Hasil dari proses tersebut adalah chatbot. Chatbot merupakan sebuah program komputer yang berdasar pada A.I. dengan bahasa yang dapat disesuaikan, sehingga dapat membantu tamu dalam memenuhi kebutuhannya (Nugraha et al., 2022). Perkembangan

tersebut harus dimanfaatkan untuk dapat meningkatkan produktivitas perusahaan atau dalam hal ini hotel (Raza et al., 2020).

Pengaplikasian chatbot dalam menyampaikan informasi dapat dilakukan melalui media informasi, seperti media sosial, website, atau aplikasi. Penggunaan chatbot dalam proses penyampaian informasi melalui media sosial, website, atau aplikasi dapat memberikan pengalaman baru bagi pelanggan dan membantu proses penyampaian atau pertukaran informasi antara pelanggan (tamu) dan perusahaan (hotel) (Santoso et al., 2021). Penyampaian informasi kepada pelanggan dengan respon yang cepat memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan merasa lebih dihargai (Titoni et al., 2024). Penggunaan chatbot dalam penyampaian informasi dapat diartikan sebagai front office staff (agent) yang menerima pesan dari user atau tamu, kemudian menjawab atau memberikan respon yang paling relevan terkait informasi yang diperlukan kepada user atau tamu (Harahap & Fitria, 2020). Metode yang biasa digunakan pada chatbot adalah Decision Tree-Based (DTB) atau metode dimana pengelola telah menyediakan alur pertanyaan yang mengarahkan tamu dalam mencari informasi yang dibutuhkan (Santoso et al., 2021). Pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel diharapkan mampu memberikan manfaat bagi keberlangsungan dan perkembangan hotel - hotel di Gading Serpong, serta bagi kepuasan tamu itu sendiri. Berdasar dari kondisi tersebut, maka peneliti tertarik untuk melihat bagaimana perspektif dari staf dan tamu hotel terhadap manfaat pengaplikasian chatbot pada kantor depan hotel.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif atau metode yang digunakan untuk mempelajari suatu fenomena yang terjadi, kemudian dijelaskan dalam bentuk naratif atau deskripsi untuk memahami fenomena atau masalah yang sedang terjadi (Fadli, 2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber. Narasumber akan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, sehingga kriteria maupun ketentuan yang dibutuhkan dalam memilih narasumber akan ditentukan terlebih dahulu dan bukan termasuk kedalam random sampling (Ani et al., 2021). Dalam penelitian ini, narasumber yang dipilih adalah staf kantor depan hotel, manajer kantor depan hotel, dan tamu hotel yang sudah pernah menginap di hotel Gading Serpong.

Setelah mendapatkan data yang diperlukan, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data menggunakan model Miles dan Huberman untuk mendapatkan analisis yang mendetail dan akurat. Adapun model Miles dan Huberman terbagi kedalam 4 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data atau pengurangan data yang tidak diperlukan, penyajian data dalam bentuk diagram atau narasi, dan penarikan kesimpulan (Zulfirman, 2022).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, maka ditemukan data bahwa hotel - hotel yang berada di Gading Serpong belum ada yang menggunakan chatbot sebagai salah

satu layanan di kantor depan hotel. Padahal, penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel dapat memberikan banyak manfaat, mulai dari membantu penyampaian informasi kepada tamu hingga meningkatkan pendapatan hotel. Hal serupa pernah disampaikan oleh (Maulina, 2023) dalam jurnalnya yang mengatakan bahwa penggunaan teknologi terbaru, seperti (IoT), chatbot, dan (A.I.) dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan pengalaman baru bagi tamu, dan mengefisienkan operasional hotel.

Terdapat beberapa brand hotel besar di Indonesia dan beberapa belahan bumi yang sudah menggunakan chatbot sebagai layanan pada kantor depan hotel. Penggunaan tersebut memberikan manfaat atau benefit dalam operasional hotel secara keseluruhan. Berikut daftar hotel beserta benefit yang didapatkan:

**Tabel 1.2 Hotel dan benefit menggunakan chatbot**

No.	Nama Hotel	Benefit
1.	Four Seasons Hotel and Resorts - The Four Seasons Chat	Membantu meningkatkan kepuasan tamu dengan respon cepat yang dilakukan oleh <i>chatbot</i> ketika ada tamu yang menghubungi. Melalui <i>chatbot</i> ini, tamu juga bisa menghubungi resepsionis tanpa perlu berjalan ke lobi.
2.	The Cosmopolitan of Las Vegas - Rose	Hasil dari penggunaan <i>chatbot</i> ini terbukti dapat meningkatkan kecepatan pelayanan kepada tamu. Tamu hanya perlu mengirim pesan kepada Rose dan segala kebutuhan yang diperlukan akan segera dipenuhi.
3.	Thon Hotel	Penggunaan <i>chatbot</i> membantu Thon Hotel dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan yang diberikan oleh tamu yang berulang atau sama. Sehingga staf Thon Hotel dapat berfokus pada pertanyaan yang lebih kompleks dan rumit.

Sumber: (<https://www.successfulmeetings.com>, <https://www.kindly.ai>, <https://hoteltechreport.com>)

Dalam penggunaannya, terdapat banyak metode atau bahasa pemrograman yang digunakan untuk mengoperasikan chatbot. Pada penelitian ini, metode yang dipilih adalah DTB. Gambaran pengoperasian chatbot dengan metode DTB adalah sebagai berikut:

### **Cara Kerja Chatbot pada Layanan Kantor Depan Hotel**

Cara kerja chatbot dengan metode DTB membuat pengembang atau pihak hotel untuk menentukan alur pertanyaan yang akan disediakan kepada tamu. Sistem chatbot akan dimasukkan kedalam aplikasi atau akun Whatsapp hotel atau layanan konsumen pada

website resmi hotel. Penggunaan DTB akan membawa tamu untuk mengikuti alur yang tersedia sesuai dengan kebutuhan tamu. Pada tahapan awal, tamu akan diberikan pilihan terkait informasi apa yang dibutuhkan sesuai dengan jasa yang ditawarkan oleh hotel. Setelah itu, tamu akan memilih secara umum, departemen atau pilihan yang paling relevan dengan kebutuhan informasi yang diperlukan. Setelah memilih, nantinya akan diberikan pilihan lebih mendetail terkait informasi yang diperlukan dan tamu diarahkan untuk memilih kembali (Santoso et al., 2021). Berikut merupakan contoh penerapan chatbot pada platform sosial media Whatsapp yang biasa digunakan oleh hotel - hotel di Gading Serpong.



**Gambar 1.1 Cara Kerja Chatbot**

Sumber: Olahan Data Peneliti

Alur pertanyaan yang terdapat pada gambar diatas menunjukkan bahwa tamu diarahkan untuk memilih setiap pilihan yang ditampilkan pada halaman chat. Setiap pilihan akan mengarahkan tamu pada kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh tamu. Sebagai contoh, pada gambar diatas tamu membutuhkan informasi terkait wedding package di Pradita Hotel. Setelah tamu mengirimkan pesan, maka chatbot akan memberikan salam dan melakukan konfirmasi untuk melanjutkan. Konfirmasi dilakukan dengan cara tamu membalas "Ya" dan chatbot akan memberikan beberapa pilihan informasi untuk dipilih oleh tamu. Pilihan informasi yang disediakan merupakan judul informasi yang nantinya terdapat sub judul yang mengarahkan tamu pada informasi yang lebih detail. Berikutnya, tamu akan memilih informasi yang paling relevan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Setelah memilih, maka chatbot akan menampilkan sub judul informasi berikutnya. Proses tersebut akan terus berlangsung sampai tamu mendapatkan informasi yang dibutuhkan atau saat chatbot telah memberikan detail informasi yang disediakan pihak hotel. Penerapan metode Decision Tree-Based pada Chatbot membutuhkan sumber data yang banyak dan rinci untuk dapat memastikan setiap informasi yang dibutuhkan oleh tamu tersedia. Dari cara kerja chatbot diatas, maka terdapat beberapa manfaat yang dapat diterima oleh tamu dan pihak hotel terkait pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel.

### **Manfaat Pengaplikasian Chatbot pada Layanan Kantor Depan Hotel untuk Memberikan Informasi kepada Tamu hotel di Gading Serpong**

Manfaat yang dapat diterima dari mengaplikasikan chatbot pada kantor depan hotel adalah terpenuhinya kebutuhan informasi untuk tamu. Kebutuhan akan informasi merupakan kebutuhan yang sering dicari oleh tamu sebelum menginap atau mengadakan acara di hotel. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, tamu akan menghubungi

departemen kantor depan hotel baik secara langsung, maupun melalui media komunikasi. Hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, media komunikasi yang digunakan oleh hotel - hotel di Gading Serpong adalah Website, Instagram, dan Whatsapp. Media - media tersebut digunakan untuk membantu proses penyaluran informasi kepada tamu, selain dari telepon operator dan secara langsung saat tamu berkunjung ke hotel. Akan tetapi, penggunaan media tersebut masih bersifat manual atau dioperasikan langsung oleh staf di kantor depan hotel, sehingga ketika sedang banyak tamu yang datang ke hotel atau melakukan proses check-in dan check-out, media komunikasi yang digunakan tidak dapat merespon tamu yang menghubungi atau akan menjadi slow respon.

Berkaitan dengan kondisi diatas, maka pengaplikasian chatbot pada kantor depan hotel merupakan hal yang penting, mengingat bahwa kebutuhan informasi yang cepat dipenuhi akan meningkatkan kepuasan tamu. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan, dimana chatbot dinilai mampu membantu staf kantor depan hotel dalam menyampaikan informasi kepada tamu yang sifatnya dasar atau umum terkait hotel. Manfaat tersebut, telah dirasakan oleh Thon Hotel pada layanan kantor depan hotelnya dalam menjawab setiap kebutuhan informasi yang sering ditanyakan oleh tamu atau pertanyaan berulang. Hadirnya chatbot membantu staf kantor depan untuk fokus pada informasi yang lebih detail atau kompleks. Selain membantu staf kantor depan hotel, pengaplikasian chatbot dapat menjadi sebuah pengalaman baru bagi tamu ketika menginap di hotel. Pengalaman yang berkesan akan memberikan atau membangun citra yang baik dalam diri tamu yang menginap. Semakin baik kesan yang diberikan, maka semakin puas juga tamu yang menginap dan kepuasan dari tamu tersebut akan berdampak pada keberlanjutan dari hotel karena kepuasan yang dirasakan tamu akan membawa tamu untuk kembali menginap di hotel yang sama (Maharani et al., 2023).

Pada wawancara yang dilakukan berikutnya menunjukkan hasil yang mengungkapkan bahwa chatbot dianggap memiliki kecepatan yang baik dalam menjawab setiap kebutuhan tamu di hotel. Kecepatan dalam menjawab tamu, akan mengurangi waktu tunggu tamu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Artinya semakin cepat tamu mendapatkan respon dari pertanyaan yang diajukan. Responsiveness yang baik akan membuat tamu merasa dihargai dan memberikan kenyamanan kepada tamu (Nugraha et al., 2022). Hal tersebut, dapat juga dapat meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di hotel. Hasil wawancara juga menyebutkan bahwa terkadang tamu hanya perlu mendapatkan informasi yang cepat, tanpa perlu berinteraksi dengan staf yang cenderung akan lebih lama karena SOP yang diterapkan pada kantor depan hotel. Selain meningkatkan kepuasan tamu di hotel, pengaplikasian chatbot dapat membangun brand awareness yang baik bagi sebuah hotel dan Brand awareness yang baik dari sebuah hotel dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi tamu untuk menginap di hotel atau dalam artian lain, dapat menarik tamu - tamu baru yang belum pernah menginap di hotel tersebut (Akbar & Wadud, 2024). Berdasar pada kondisi tersebut, maka pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel dapat berdampak pada meningkatnya kualitas pelayanan dari sebuah hotel dan menjaga keberlangsungan dari hotel tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel dinilai mampu mengurangi biaya operasional karena dengan menerapkan chatbot kebutuhan akan jumlah staf dapat dikurangi atau disesuaikan. Setiap staf yang bekerja di hotel, biasanya tidak hanya menerima gaji, tetapi juga tunjangan dan service charge (bonus). Tunjangan yang diberikan disesuaikan berdasarkan pada level jabatan yang dimiliki, sehingga semakin tinggi cenderung semakin besar. Hasil wawancara juga mengungkapkan hal serupa dimana dengan adanya staf, maka pengeluaran untuk gaji atau upah akan meningkat. Oleh karena itu, pengurangan jumlah staf akan berbanding lurus dengan pengurangan biaya operasional pada sebuah hotel. Biaya operasional yang dapat dikendalikan melalui efektifitas dan efisien jumlah staf akan berdampak pada peningkatan pendapatan hotel (Pii & Ramli, 2022). Peningkatan pendapatan pada sebuah hotel, akan memberikan dampak yang baik bagi perkembangan hotel tersebut. Perkembangan yang dapat terjadi adalah meningkatnya fasilitas hotel atau terjaganya fasilitas yang sudah tersedia.

Dari kondisi tersebut dapat dilihat bahwa pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel tidak hanya berpengaruh pada meningkatnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, tetapi juga berpengaruh pada perkembangan dan keberlangsungan hotel itu sendiri. Manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh hotel antara lain, yaitu meningkatnya kepuasan tamu, meningkatnya kualitas pelayanan, memberikan pengalaman baru bagi tamu, pengendalian biaya operasional, dan meningkatnya pendapatan. Sedangkan, manfaat jangka panjang yang dapat dirasakan oleh hotel adalah kemungkinan untuk mengembangkan fasilitas hotel (modernisasi), menjaga fasilitas yang sudah tersedia, keberlangsungan hotel sebagai bentuk bahwa hotel mampu beradaptasi dengan era digitalisasi khususnya pada teknologi informasi. Manfaat - manfaat tersebut, diperlukan oleh hotel - hotel di Gading Serpong saat ini, mengingat bahwa kawasan Gading Serpong sedang mengalami perkembangan pesat sebagai meeting point dan memiliki peluang yang baik kedepannya. Terkait keadaan diatas, maka pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel menimbulkan berbagai perspektif baik dari tamu maupun dari pihak hotel.

### **Perspektif Staf dan Tamu Terkait Pengaplikasian Chatbot pada Layanan Kantor Depan Hotel**

Dalam perspektif staf kantor depan hotel, departemen kantor depan merupakan representatif hotel dan bagian yang langsung berhadapan dengan tamu, memiliki peranan penting dalam menjaga nilai dan makna hospitality di hotel. Seluruh staff di kantor depan hotel diwajibkan untuk bersikap ramah, berpenampilan menarik, dan membaca situasi ketika tamu membutuhkan bantuan. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kesan yang baik dan ceria bagi setiap tamu yang datang (wawancara narasumber, 2024). Permasalahan yang dihadapi pada setiap periode High Season atau dalam memberikan informasi seputar hotel menjadi hal yang cukup serius. Berdasarkan pada hasil wawancara pada periode Agustus 2024, pengaplikasian Chatbot sebagai salah satu layanan dalam memberikan

informasi kepada tamu, ternyata belum dapat dikatakan sebagai solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan yang ada. Selanjutnya, menurut perspektif staf kantor depan hotel, pengaplikasian chatbot tidak sejalan dengan konsep hospitality yang mengutamakan keramahtamahan kepada tamu. Bagi departemen kantor depan hotel, nilai dan makna hospitality dalam hotel harus tetap dijaga karena hal itu yang menjadikan ciri khas bagi industri perhotelan. Dalam menghadapi situasi - situasi yang berdampak pada layanan kantor depan hotel terkait penyampaian informasi kepada tamu hotel, solusi yang dipilih adalah menambah jumlah personil atau staf di kantor depan hotel.

Wawancara dilakukan dengan Front Office Manager dan Front Office Staff pada hotel Vivere Gading Serpong dan mendapatkan solusi yang berbeda dalam menghadapi high season atau menghindari tidak terjawab nya panggilan tamu. Hotel Vivere membuat skema back up call yang memungkinkan setiap tamu tetap mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Skema yang diterapkan akan mengalihkan panggilan masuk yang sudah tidak terjawab sebanyak 3 kali ke supervisor ketika bagian reservasi dan resepsionis sedang penuh. Apabila supervisor tidak dapat menjawab panggilan masuk, maka secara otomatis panggilan masuk akan dialihkan ke Front Office Manager. Dengan penerapan skema tersebut, Hotel Vivere Gading Serpong hampir tidak pernah mengalami "panggilan tidak terjawab" selama beroperasi.

Selain back up call, Hotel Vivere juga memilih pendekatan langsung kepada tamu dengan membuat sales inquiry harian yang memungkinkan setiap departemen untuk melakukan follow up terkait dengan pertanyaan yang diberikan tamu sesuai dengan keperluannya. Sebagai contoh, apabila terdapat pertanyaan dari tamu yang masuk pada hari itu terkait dengan informasi wedding di Hotel Vivere, maka sales department yang akan melakukan follow up kepada tamu. Kebijakan atau pendekatan tersebut, dipilih Hotel Vivere karena dianggap dapat memahami kebutuhan tamu dengan lebih baik lagi.

Hasil Wawancara dengan Hotel Vivere juga menunjukkan bahwa, kehadiran chatbot sebagai layanan pada kantor depan hotel bukan merupakan solusi yang tepat dalam menghadapi permasalahan yang ada. Fitur yang masih terbatas pada chatbot, dinilai tidak dapat membantu staf pada kantor depan dalam memahami kebutuhan dan keperluan tamu. Bagi Hotel Vivere, pelayanan yang diberikan kepada tamu akan lebih maksimal atau tamu akan lebih puas, jika pelayanan dilakukan langsung oleh staf hotel.

Wawancara juga dilakukan kepada Room Division Manager (RDM) Hotel Ibis Gading Serpong yang merupakan bagian dalam Accor Group, memiliki cara tersendiri dalam menghadapi permasalahan yang ada. Menurut RDM Hotel Ibis, kebutuhan tamu di Gading Serpong itu bersifat mendadak, sehingga hotel harus selalu bersiap ketika ada kemungkinan tamu hendak menginap di hotel. Dari situasi tersebut, maka Hotel Ibis Gading Serpong menerapkan sebuah sistem manajemen pada kantor depan hotel untuk mengantisipasi kebutuhan tamu yang mendadak.

Pada Hotel Ibis Gading Serpong, terdapat satu staf yang bertugas sebagai telepon operator dan reservasi. Staf tersebut memiliki tanggung jawab dalam menjawab setiap panggilan dan pesan yang masuk melalui aplikasi Whatsapp. Akan tetapi, pada pukul 08.00

WIB setiap harinya, aplikasi Whatsapp yang ada juga diterapkan pada komputer di kantor depan hotel, sehingga staf kantor depan yang melihat adanya pesan dari tamu, dapat segera membalas. Penerapan sistem tersebut dapat menjaga hubungan baik dengan setiap tamu yang sudah atau hendak menginap di Hotel Ibis Gading Serpong.

Di sisi lain, bagi RDM Hotel Ibis Gading Serpong dan Accor Group, menjaga Hospitality merupakan hal yang penting dan utama dalam industri perhotelan. Tamu akan jauh lebih puas dan senang, ketika pihak hotel mampu mengenali dan mengingat setiap tamu. Sebagai contoh, pada sistem komputer di kantor depan hotel, data dan permintaan tamu yang menginap akan terekam, sehingga ketika tamu kembali menginap, staf kantor depan dapat mempersiapkan kebutuhan tamu berdasar pada riwayat sebelumnya. Hal - hal seperti itu yang dianggap menjadi ciri khas dan pembeda industri perhotelan dibandingkan dengan industri lainnya.

Disisi lain, tamu hotel juga memberikan perspektifnya terkait pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada tamu hotel selama periode bulan Agustus - September 2024 terkait dengan pengaplikasian chatbot sebagai layanan kantor depan hotel dalam memberikan informasi kepada tamu, menunjukkan bahwa tamu menganggap kantor depan hotel sebagai pusat layanan informasi di hotel, sehingga memiliki peran penting dalam memastikan setiap kebutuhan informasi yang diperlukan tamu dapat terpenuhi, mulai dari proses reservasi sampai dengan tamu meninggalkan hotel (check-out). Pengaplikasian chatbot dengan metode Decision Tree-Based pada kantor depan hotel, dapat membantu staf hotel dalam menjawab atau memenuhi setiap kebutuhan informasi yang sifatnya dasar. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara yang mengungkapkan bahwa, layanan chatbot pada kantor depan hotel dapat membantu staf dalam menjawab atau merespon setiap kebutuhan informasi yang disampaikan oleh tamu. Dengan begitu, maka staf dapat berfokus pada aktivitas atau memenuhi kebutuhan informasi yang sifatnya lebih kompleks.

Selanjutnya, hasil wawancara mengungkapkan bahwa pada saat menginap atau berkunjung, tamu mengharapkan pelayanan yang tidak hanya cepat, tapi juga ramah dan dapat berkomunikasi langsung dengan staf (Direct Service). Apabila berhadapan langsung, tamu akan merasa memiliki dan dapat membangun kedekatan emosional dengan staf hotel. Kedekatan emosional antara staf dan tamu dapat membuat tamu merasa nyaman selama menginap di hotel. Bagi narasumber, saat menginap atau datang ke hotel, pelayanan langsung atau direct service dari staf mampu meningkatkan relasi antara tamu dengan staff hotel, sehingga mampu memberikan kepuasan dan pengalaman yang berkesan bagi tamu. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa berkomunikasi langsung dengan staf, membuat tamu merasa lebih dimengerti dan dimudahkan. Berdasarkan perspektif tamu dan staf hotel, maka pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel memiliki tantangan tersendiri yang harus dihadapi.

## **Tantangan dan Solusi dalam Menggunakan Chatbot pada Layanan Kantor Depan Hotel untuk Memberikan Informasi kepada Tamu Hotel di Gading Serpong**

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, hasilnya mengungkapkan bahwa terdapat anggapan dari tamu yang merasa bahwa penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel dapat menyulitkan tamu saat mencari informasi yang diperlukan. Hal tersebut, disebabkan karena keterbatasan chatbot dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan yang lebih detail atau membutuhkan kehadiran staf untuk bernegosiasi dan sebagainya. Keterbatasan yang timbul berdasar pada cara kerja chatbot yang telah diprogram oleh hotel untuk menjawab atau merespon sesuai dengan alur yang telah ditetapkan. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, maka alur pertanyaan yang ditetapkan dapat dikaji lebih dalam atau dibuat dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.

Selain itu, hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa dengan menggunakan chatbot, maka nilai dan makna dari hospitality yang merupakan ciri khas hotel dapat berkurang atau luntur. Anggapan diatas timbul berdasar pada kekhawatiran pihak hotel karena dengan adanya chatbot, interaksi antara tamu dengan staf akan berkurang, padahal melalui interaksi tersebut, keramahtamahan dapat terjadi. Pandangan tersebut, tidak sepenuhnya benar mengingat konsep dari Hospitality tidak terbatas hanya pada keramahtamahan, tapi meluas pada hal lainnya, seperti memberikan kenyamanan dan keamanan kepada tamu (1), bersikap sopan dan memiliki tata krama (2), Memberikan perlakuan yang sama kepada semua tamu (3), dan banyak hal lainnya (Kennedy, 2024). Luasnya konsep dari hospitality dan melihat banyaknya hal yang cukup penting untuk tetap menjaga nilai dan makna dari hospitality tersebut, maka penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel bukan menjadi faktor utama berkurangnya nilai dan makna dari hospitality.

Hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa untuk menjaga nilai dan makna dari hospitality, maka dapat dilakukan pembagian jenis informasi, sehingga informasi yang bersifat mendasar dapat dilayani oleh chatbot dan informasi yang lebih mendetail atau memerlukan negosiasi akan diarahkan langsung untuk menghubungi staf. Nilai dan makna dari Hospitality dapat tetap terjaga pada saat proses check-in dan check-out, pada saat tamu mengunjungi restoran hotel dan fasilitas hotel lainnya, serta dapat terjaga dengan tegur sapa yang dilakukan staf hotel saat berpapasan dengan tamu. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa, penggunaan chatbot di kantor depan hotel tidak digunakan pada setiap aktivitas yang ada di hotel, sehingga aktivitas lain yang tidak dapat menggunakan chatbot seperti pelayanan di restoran, pelayanan di fasilitas olahraga, pelayanan di fasilitas kolam renang, dan sebagainya. Aktivitas tersebut, masih bisa menjadi cara untuk mempertahankan nilai dan makna dari hospitality di hotel.

Setiap tantangan yang timbul harus dapat diselesaikan atau ditemukan solusinya, mengingat bahwa dalam dunia industri, terkhususnya industri perhotelan, inovasi dalam bidang teknologi perlu untuk dilakukan demi meningkatkan daya saing hotel. Selain itu, dengan melakukan inovasi pada teknologi informasi di hotel, akan memberikan

keuntungan seperti yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu meningkatnya kualitas pelayanan, kepuasan tamu, pengurangan biaya operasional, dan meningkatkan pendapatan (Maulina, 2023). Hasil wawancara pada narasumber juga menunjukkan bahwa, selain timbulnya tantangan dari penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel, penerapan chatbot merupakan hal yang harus diperhatikan sebagai cara untuk menyikapi proses digitalisasi yang ada.

Pengaplikasian chatbot pada layanan kantor depan hotel digunakan hanya sebagai layanan untuk membantu staf kantor depan hotel dalam menyampaikan informasi kepada tamu. Selanjutnya wawancara yang dilakukan, memberikan hasil bahwa dalam menyikapi adanya digitalisasi dan chatbot yang sedang berkembang, maka solusi yang dapat dilakukan adalah membagi antara informasi yang bersifat dasar dan informasi yang membutuhkan kehadiran staf. Informasi yang bersifat dasar dapat dimasukkan kedalam data base chatbot, sehingga tamu dapat mencari informasi melalui media komunikasi seperti Whatsapp, Website, atau Instagram yang telah diprogram dengan chatbot. Sedangkan untuk informasi yang membutuhkan kehadiran staf, dapat langsung diarahkan untuk menghubungi resepsionis atau reservasi untuk menghindari kesalahpahaman dan menjaga hubungan baik dengan tamu.

## Kesimpulan

Penggunaan chatbot pada layanan kantor depan hotel mampu memberikan manfaat yang cukup banyak dan berdampak pada perkembangan hotel - hotel di Gading Serpong. Manfaat yang diberikan adalah peningkatan kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan tamu, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan pendapatan bagi hotel. Manfaat tersebut harus dimanfaatkan oleh hotel - hotel di Gading Serpong, seiring dengan perkembangan yang sedang terjadi di Gading Serpong. Selain manfaat yang ada, penggunaan chatbot pada layanan kantor depan juga harus memperhatikan berbagai aspek, seperti user friendly agar tamu tidak mengalami kesulitan saat menggunakan chatbot dan bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait hotel - hotel di Gading Serpong. Dalam proses penelitian ini, kurangnya data dan minimnya penelitian terdahulu terkait chatbot menjadi salah satu kendala, sehingga dalam proses pengumpulan data, diperlukan berbagai sumber data. Untuk penelitian di masa mendatang, maka diperlukan.

## Daftar Pustaka

- Aditiasari, D. (2024, January 28). *Gading Serpong Jadi Kawasan Elit Properti dalam 10 Tahun, Bagaimana Prospeknya Kini?* Detikcom. Retrieved August 6, 2024, from <https://www.detik.com/properti/berita/d-7164417/gading-serpong-jadi-kawasan-elit-properti-dalam-10-tahun-bagaimana-prospeknya-kini>
- Akbar, A., & Wadud, M. (2024). The Effect Of Speed And Reliability Of Service On Customer Satisfaction Mediated By Employee Performance In Using Agency Services At PT Bukit Prima Bahari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 5 (2). <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4974>

- Alderton, M. (2018, February 15). *5 Hotel Chatbots That Will Make Your Stay More Satisfying. Successful Meetings*. Retrieved September 26, 2024, from <https://www.successfulmeetings.com/News/Industry/Hotel-Chatbots-Aloft-Cosmopolitan-Hotel-Indigo-Four-Seasons>
- Alicia, A. P., & Tj, B. I. (2023). Peranan Front Desk Agent dalam Memberikan Pelayanan Kepada Tamu di Ascent Premiere Hotel dnd Convention Malang. *Pubmedia Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, Vol. 1, No. 1. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v1i1.1898>
- Danurdara, A. B., & Paramitha, N. A. (2022). The Impact of Front Office Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from Hospitality Sector in West Java. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Volume 5, No. 3. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6074>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, Vol. 21, No. 1. 10.21831/hum.v21i1.38075. 33-54
- Rendrawan, G., Trianasari, & Mahardika, Y. M. (2020). Jenis Keluhan dan Cara Penanganan Keluhan di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, Vol. 3, No. 1. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i1.28996>
- Harahap, D. W., & Fitria, L. (2020). Aplikasi Chatbot Berbasis Web Menggunakan Metode Dialogflow. *Jurnal Informatika dan Teknologi Komunikasi*, Vol. 1, No. 1.
- Herlambang, S., & Fathoni, M. I. (2023, Mei). Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Efektivitas Pelayanan Kenaikan Pangkat Di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, Vol. 2, No. 2.
- How Kindly's hotel chatbot improved Thon Hotel's customer experience.* (n.d.). Kindly. Retrieved September 26, 2024, from <https://www.kindly.ai/case-study/hotel-chatbot-thon>
- Illena, I., & Setiawan, B. (2023). Analysis of Bangka Culinary Business Development in Gading Serpong. *Return: Study of Management, Economic And Bussines Articles*, Vol. 2, No. 11. <https://doi.org/10.57096/return.v2i11.181>
- Kennedy, P. S. J. (2024). Hospitality: Sejarah dan Perkembangannya dalam Manajemen Pariwisata. *IKRA-ITH HUMANIOR: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 8, No. 2. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i2>
- Maharani, D. A., Hidayat, W., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Customer Experience dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Pelanggan Mitra Swalayan Kota Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 2.
- Maulina, L. (2023). Revitalisasi Industri Perhotelan Dengan Inovasi Teknologi: Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Pengalaman Pelanggan. *JIMEA: Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, Vol. 7, No. 1.
- Nugraha, Y., Masnita, Y., & Kurniawati, K. (2022). Peran Responsiveness Chatbot Artificial Intelligence Dalam Membentuk Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 20 (3).

- 
- Pii, W., & Ramli, M. R. (2022). Analisis Anggaran Biaya Operasional Usaha Jasa Perhotelan Terhadap Peningkatan Laba pada Hotel Sun City Baubau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMBton*, Vol. 4, No. 1.
- Pratiwi, P. D. A., Indrayani, I. G. A. P. W., & Adnyana, I. M. S. (2021). Klasifikasi Keluhan Tamu Mengenai Pelayanan Front Office di The Westin Resort Nusa Dua Bali Berdasarkan Ulasan pada Tripadvisor. *Jurnal Bisnis Hospitality*. 10.52352/jbh.v10i2.620
- Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesiaq*, Vol. 4, No. 1.
- Santoso, P. D. L., Rizki, I., Kholik, N., Akbar, M. R., Saifudin, A., & Yulianti. (2021). Penerapan Artificial Intelligence dalam Aplikasi Chatbot sebagai Media Informasi dan Pembelajaran mengenai Kebudayaan Bangsa. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, Vol. 6, No. 3. 10.32493/informatika.v6i3.11845
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022, September). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol. 13, No. 3. 10.29244/jmo.v13i3.39338
- 10 Best Hotel Chatbots in 2024. (2024, August 6). Hotel Tech Report. Retrieved September 26, 2024, from <https://hoteltechreport.com/marketing/hotel-chatbots>
- Titoni, E., Frigana, D., Aditya, B., Pribadi, T. A., & Lianto, R. (2024). Peran chatbot artificial Intelligence dalam membentuk kepuasan pelanggan. *Technologia : Jurnal Ilmiah*, Vol. 15, no. 1.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan dan Pengajaran*, Vol. 3, No. 2.