

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KENAIKAN
OKUPANSI KAMAR (STUDI KASUS PADA BAGIAN RESERVASI
HOTEL GOLDEN TULIP SPRINGHILL LAMPUNG)**

TUGAS AKHIR

Oleh

**AZIZAH ANANDA SURI
NPM 2366061001**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KENAIKAN
OKUPANSI KAMAR (STUDI KASUS PADA BAGIAN RESERVASI
HOTEL GOLDEN TULIP SPRINGHILL LAMPUNG)**

Oleh

AZIZAH ANANDA SURI

TUGAS AKHIR

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md.)**

pada

**Program Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial Ilmi Politik**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2026

ABSTRAK

PENERAPAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KENAIKAN OKUPANSI KAMAR (STUDI KASUS PADA BAGIAN RESERVASI HOTEL GOLDEN TULIP SPRINGHILL LAMPUNG)

Oleh

AZIZAH ANANDA SURI

Peningkatan persaingan industri perhotelan menuntut hotel untuk memberikan pelayanan yang berkualitas guna menarik dan mempertahankan tamu. Bagian reservasi memiliki peran strategis sebagai titik kontak awal yang dapat memengaruhi keputusan tamu dalam melakukan pemesanan kamar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi terhadap kenaikan okupansi kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri atas *Asst. Revenue and E-Commerce Manager*, *Reservation Supervisor* dan *Ecommerce, Guest Relation Officer*, serta tamu hotel yang telah melakukan reservasi lebih dari dua kali. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima pada bagian reservasi telah diterapkan melalui enam dimensi menurut Barata, yaitu *ability, attitude, attention, action, appearance, dan accountability*. Penerapan keenam dimensi tersebut mampu menciptakan pelayanan yang profesional, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan tamu sehingga meningkatkan kepuasan, loyalitas, *repeat booking*, serta ulasan positif tamu. Selain itu, bagian reservasi tidak hanya berfungsi sebagai unit pelayanan, tetapi juga sebagai unit penjualan kamar yang berkontribusi terhadap peningkatan tingkat hunian kamar hotel melalui peningkatan konversi pemesanan dan kepercayaan tamu.

Kata kunci: Pelayanan Prima, Reservasi Hotel, Okupansi Kamar, Tingkat Hunian Kamar, Perhotelan

ABSTRACT

THE IMPLEMENTATION OF SERVICE EXCELLENCE IN INCREASING ROOM OCCUPANCY RATE (A CASE STUDY OF THE RESERVATION DEPARTMENT AT GOLDEN TULIP SPRINGHILL LAMPUNG HOTEL)

By

AZIZAH ANANDA SURI

The increasing competition in the hospitality industry requires hotels to provide high-quality services to attract and retain guests. The reservation department plays a strategic role as the first point of contact that can influence guests' decisions in making room reservations. This study aimed to analyze the implementation of service excellence in the reservation department and its contribution to increasing the occupancy rate at Golden Tulip Springhill Lampung Hotel. This research employed a descriptive qualitative approach. Informants were selected using a purposive sampling technique and consisted of the Assistant Revenue and E-Commerce Manager, Reservation Supervisor and Ecommerce, Guest Relation Officer, and hotel guests who had made reservations more than twice. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed using the interactive data analysis model of Miles, Huberman, and Saldana, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The results showed that service excellence in the reservation department had been implemented through six dimensions proposed by Barata, namely ability, attitude, attention, action, appearance, and accountability. The implementation of these six dimensions created professional, responsive, and guest-oriented services, thereby increasing guest satisfaction, loyalty, repeat bookings, and positive guest reviews. Furthermore, the reservation department functions not only as a service unit but also as a room sales unit that contributes to increasing the hotel's occupancy rate through higher booking conversion rates and enhanced guest trust. The findings of this study indicate that the implementation of service excellence in the reservation department plays an important role in increasing the occupancy rate at Golden Tulip Springhill Lampung Hotel.

Keywords: Service Excellence, Hotel Reservation, Room Occupancy, Occupancy Rate, Hospitality Industry

Judul Tugas Akhir

**: PENERAPAN PELAYANAN PRIMA
TERHADAP KENAIKAN OKUPANSI
KAMAR (STUDI KASUS PADA
BAGIAN RESERVASI HOTEL
GOLDEN TULIP SPRINGHILL
LAMPUNG)**

Nama Mahasiswa

: Agizah Ananda Suri

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2366061001

Program Studi

: Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

Dra. Fenny Saptiani, M.Si.

NIP. 196307102025212001

2. **Ketua Jurusan Diploma III Administrasi Perkantoran**

Medya Destalia, S.A.B., M.AB.

NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Dra. Fenny Saptiani, M.Si
NIP. 196307102025212001



Penguji Utama

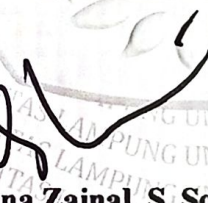
: Mediya Destalia, S.A.B., M. AB.
NIP. 198512152008122002



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Ana Gustina Zainal, S. Sos., M.Si
NIP. 197608212000132001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 5 Juni 2026

PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azizah Ananda Suri

NPM : 2366061001

Jurusan : Diploma III Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam Tugas Akhir ini "Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Kenaikan Okupansi Kamar (Studi Kasus pada Bagian Reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung)" adalah hasil kerja saya sendiri berdasarkan pada pengetahuan dan informasi yang telah saya dapatkan. Tugas akhir ini tidak berisi material yang telah dipublikasikan sebelumnya atau dengan kata lain bukan hasil dari plagiat karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dari hasil penelitian Tugas Akhir saya terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 27 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Azizah Ananda Suri
NPM. 2366061001

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Azizah Ananda Suri yang lahir di Kota Bandar Lampung pada tanggal 27 Januari 2005 sebagai anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Ridham Mashur dan Ibu Sulastri. Penulis memiliki kakak perempuan bernama Atika Rahma May Suri dan Amelia Annisa Suri dan adik perempuan bernama Amiiroh Arifah Suri. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 2 Sawah Lama pada tahun 2017, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Bandar Lampung pada tahun 2020, dan Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Bandar Lampung pada tahun 2023.

Pada tahun 2023, penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Masuk Prestasi Universitas Lampung tahun 2023. Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Bulan Juli – Desember 2025 di Hotel Golden Tulip Springhill Bandar Lampung.

Selama menjadi mahasiswa Penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan Himpunan Mahasiswa Diploma Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung (HMD AP FISIP Unila).

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahirabbil'alamini, segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri teladan bagi seluruh umat. Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan rasa syukur, karya tulis ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Ridham dan Bunda Sulas yang selalu menjadi alasan terbesar penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah dalam setiap proses kehidupan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang tak pernah putus, doa yang selalu dihaturkan di setiap sujud, pengorbanan yang tak terhitung nilainya, serta dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan sejak penulis dilahirkan hingga berada di titik ini. Setiap langkah yang penulis tempuh tidak akan pernah lepas dari peran, perjuangan, dan keikhlasan Ayah dan Bunda. Karya ini juga penulis persembahkan kepada kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, serta doa selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan sumber kekuatan ketika penulis merasa lelah dalam menjalani proses penyelesaian studi. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa syukur dan terima kasih penulis kepada keluarga tercinta yang selalu mendampingi dalam setiap proses kehidupan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta perlindungan kepada Ayah, Bunda, Uni, Atu, dan Adek. Aamiin.

MOTTO

“Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.”

(Yasin 36:82)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”

(Al-Baqarah 2:216)

“Believe you can and you’re halfway there”

(Theodore Roosevelt)

“Jadilah seperti bunga matahari. Bahkan di ruang paling gelap sekalipun, ia tetap berdiri tegak dan selalu berusaha mencari cahaya.”

(Kisah untuk Geri)

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil' alamiin. Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah, karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul "Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Kenaikan Okupansi Kamar (Studi Kasus pada Bagian Reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung)". Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini telah mendapatkan banyak arahan, bimbingan, dan nasihat baik secara langsung maupun tidak sehingga penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
5. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M. AB., selaku Ketua Jurusan Administ Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

6. Ibu Dra. Fenny Saptiani, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan saran serta arahan kepada penulis selama penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar, staf dan karyawan di Jurusan Diploma III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, yang telah mengajari, membimbing dan juga membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi akademik.
8. Uni Youfi Oktaviani selaku *Senior Sales Manager* Golden Tulip Springhill Bandar Lampung yang telah mengarahkan, membimbing, serta mempercayai penulis dalam melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
9. Ibu Dian Islamiyati dan Ibu Dinda Gayetri selaku *Asst. Revenue & Reservation Spv.* Golden Tulip Springhill Bandar Lampung yang telah memberikan saran kepada penulis dalam melaksanakan kegiatan Praktik kerja Lapangan serta penyusunan tugas akhir.
10. Mba Fortuna, Kak Raxel, Kak Dana, Ibu Ayunda, Kak Adi, Pak Iwang, Kak Bitha selaku *Staff Sales & Marketing* Golden Tulip Springhill Bandar Lampung yang telah kebersamai, mengarahkan, dan memberikan ruang kepada penulis selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
11. Ayah dan Bunda terkasih yang sudah memberikan banyak kepercayaan dan kasih sayang serta atas do'a yang selalu menyertai penulis selama ini. Terima kasih telah merelakan dan mengorbankan banyak waktu dan keikhlasan untuk memberikan kehidupan yang layak bagi penulis. Terima kasih telah banyak memberikan semangat, motivasi, dan pembelajaran dalam menjalankan kehidupan hingga saat ini.
12. Uni, Atu, dan Adek yang telah memberikan semangat dan warna bagi kehidupan penulis. Terima kasih telah mengajarkan dan kebersamai penulis berproses untuk menjadi perempuan yang bertanggung jawab, mandiri, dan berani.
13. Keluarga besarku yang selalu memberikan do'a, semangat, dan keceriaan bagi penulis sampai saat ini.

14. Sahabat SMP penulis yang telah memberikan pembelajaran, semangat, dan dukungan bagi penulis.
15. Sahabat-sahabat penulis sedari SMA Sanrina, Zalfa, Mona, Zhafira, Salsa dan Selam *Family* yang telah hadir memberikan semangat, senyum, canda, tawa, dan tempat berkeluh kesah bagi penulis. Terima kasih untuk selalu ada kebersamai disetiap penulis berproses.
16. Sahabat penulis dalam menjalani kegiatan PKL Mutiara Anugerah Ramadhani dan M. Ridho Suryanata terima kasih telah membantu, menemani, menegur, dan mendukung penulis.
17. Rekan-rekan jurusan D3 Administrasi Perkantoran FISIP Universitas Lampung angkatan 2023 yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, yang selalu memotivasi untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini semoga kita semua setelah lulus bisa mendapatkan pekerjaan dan menjadi orang yang sukses.
18. Almamater tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulisan tugas akhir ini disadari masih jauh dari kata sempurna dan memerlukan berbagai perbaikan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat positif bagi penulisan ini hingga selanjutnya sangat diharapkan agar karya tulis dapat terus berkembang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya dan mampu memberikan motivasi serta pengalaman dalam menjalani penelitian. Penulis berharap semoga Allah swt membalas seluruh kebaikan dan balasan terbaik kepada semua orang yang telah membantu proses penyelesaian tugas akhir ini, aamiin.

Bandar Lampung, 27 Mei 2026
Penulis,

Azizah Ananda Suri

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>).....	8
2.1.1 Konsep Dasar Pelayanan Prima	9
2.1.2 Tujuan dan manfaat pelayanan prima	10
2.1.3 Pentingnya Pelayanan Prima.....	12
2.1.4 Keterampilan dasar Pelayanan Prima.....	13
2.1.5 Dimensi <i>Service Excellence</i> dalam Kualitas Pelayanan.....	13
2.2 Tingkat Hunian Kamar (<i>Room Occupancy</i>).....	14
2.3 Penelitian Terdahulu.....	15
2.4 Kerangka Penelitian	18
III. METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Fokus Penelitian	21
3.3 Lokasi Penelitian.....	21
3.4 Subjek Penelitian.....	22
3.5 Jenis Data	23
3.5.1 Data Primer	23
3.5.2 Data Sekunder	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6.1 Observasi.....	24
3.6.2 Wawancara	24
3.6.3 Dokumentasi	24
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	25
3.7.1 Uji Validitas.....	25
3.7.2 Uji Reabilitas.....	27
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Kondensasi Data.....	28

3.8.2 Penyajian Data	28
3.8.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	29
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	30
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	31
4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung	32
4.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan	32
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Pemeriksaan Keabsahan Data	63
4.2.2 Matriks Hasil Peneltian.....	67
4.3 Pembahasan.....	68
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran bagi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung	74
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara di Indonesia dan Provinsi Lampung tahun 2020–2025	1
2. Persentase Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di	2
3. Penelitian Terdahulu.....	16
4. Rincian Jenis dan Jumlah Kamar Hotel Golden Tulip Springhill Lampung..	32
5. Matriks Hasil Peneltian	67
6. Panduan Wawancara	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perkembangan TPK pada Hotel Berbintang di Provinsi Lampung Periode November 2024 sampai dengan November 2025	3
2. Kerangka Pemikiran.....	19
3. Analisis data Model Interaktif Menurut Miles dan Huberman	29
4. Hotel Golden Tulip Springhill Lampung	31
5. Struktur Organisasi Hotel.....	32
6. Fasilitas Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.....	33
7. Ruang Meeting Springhill Grand Ballroom.....	34
8. Training Passport Staf Hotel Golden Tulip Springhill Lampung	36
9. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Internal Hotel Golden Tulip Springhill Lampung	37
10. Pelayanan Via Telepon oleh Staff Reservasi.....	41
11. Pelayanan via Whatsapp oleh Staff Reservasi.....	42
12. Ulasan Tamu Mengenai Fast Response dari Tim Reservasi	46
13. Ulasan Tamu Mengenai Perhatian Tim Reservasi.....	48
14. Pencatatan Special Request Tamu pada Sistem Reservasi Hotel	49
15. Ulasan Tamu terhadap Pelayanan Tim Reservasi	54
.....	

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata menjadi salah satu sektor jasa yang berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional dan daerah. Perkembangan sektor ini tercermin dari meningkatnya jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebagai indikator utama aktivitas pariwisata salah satunya domestik. Provinsi Lampung menjadi salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan pariwisata domestik cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Rincian perkembangan jumlah perjalanan wisatawan nusantara di Provinsi Lampung dan Indonesia selama periode 2020–2025 berdasarkan data BPS disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara di Indonesia dan Provinsi Lampung tahun 2020–2025

Tahun	Jumlah perjalanan (Indonesia)	Jumlah perjalanan (Lampung)
2020	524.571.392	8.525.722
2021	652.630.082	11.703.195
2022	832.075.036	15.482.617
2023	1.007.248.284	20.140.334
2024	1.119.065.500	24.218.900
2025	1.200.332.559	27.090.780

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional (2025)

Berdasarkan Tabel 1 menerangkan bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara mengalami peningkatan yang konsisten pasca terjadinya pandemi yang terjadi di Indonesia. Perjalanan meningkat secara nasional pada tahun 2020 semula 524.571.392 menjadi 1.200.332.559 pada tahun 2025, sedangkan di Provinsi Lampung semula 8.525.722 mengalami kenaikan signifikan hingga menyentuh angka 27.090.780 perjalanan pada periode yang sama. Peningkatan pada periode

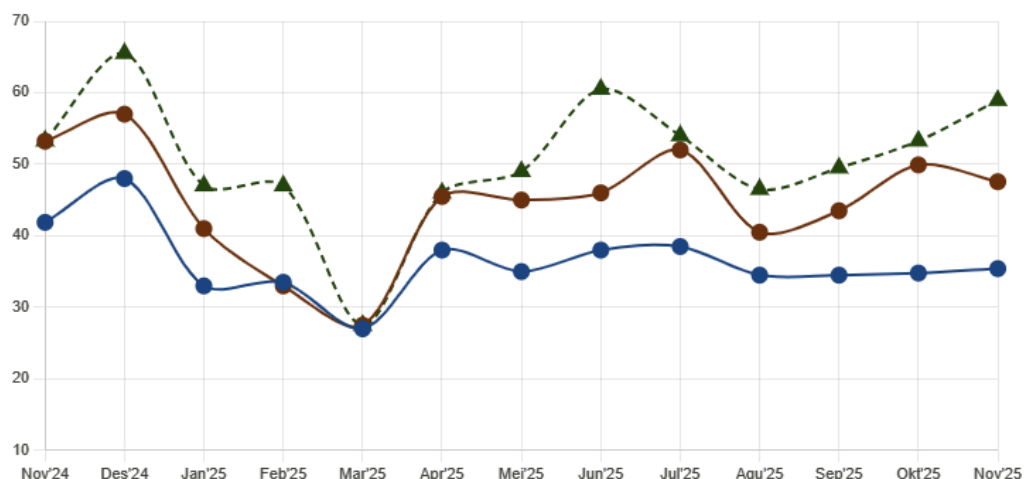
2024-2025 yang cukup tajam menandai adanya percepatan pemulihan mobilitas masyarakat serta aktivitas pariwisata domestik. Peningkatan jumlah perjalanan wisatawan tersebut sejatinya dapat berdampak langsung bagi peningkatan kebutuhan terhadap akomodasi seperti industri perhotelan.

Industri perhotelan memiliki peranan strategis dalam mendukung aktivitas pariwisata dikarenakan hotel merupakan fasilitas utama yang digunakan oleh wisatawan selama perjalanan berwisata (Sigala, 2022). Hal ini mengakibatkan adanya perkembangan yang semakin pesat dalam pembangunan pada dunia perhotelan sehingga terjadinya kompetisi yang terjadi antar pelaku usaha di bidang industri perhotelan. Perkembangan pada industri perhotelan dapat terlihat melalui jumlah hunian kamar hotel setiap harinya. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat pemanfaatan kamar hotel oleh tamu dalam kurun waktu tertentu. Tingkat hunian kamar yang lebih tinggi menunjukkan bahwa tingkat penggunaan fasilitas akomodasi oleh wisatawan lebih meningkat. Berdasarkan data resmi yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung dalam Berita Resmi Statistik Nomor 04/01/18/Th. XXVI tertanggal 5 Januari 2026 kondisi TPK hotel berbintang di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Persentase Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Provinsi Lampung

Kelompok Hotel	TPK (%)			Perubahan Bulanan Okt-Nov 2025	Perubahan Tahunan 2024-2025
	Nov 2024	Okt 2025	Nov 2025		
Bintang 1 dan 2	41,88	34,79	35,41	+0,62	-6,47
Bintang 3	53,22	49,91	47,56	-2,35	-5,66
Bintang 4 dan 5	53,28	53,27	58,94	+5,67	+5,66
TPK Bintang (Total)	51,41	47,26	48,93	+1,67	-2,48

Sumber: BPS Provinsi Lampung (2026)



Gambar 1. Perkembangan TPK pada Hotel Berbintang di Provinsi Lampung Periode November 2024 sampai dengan November 2025

Sumber: BPS Provinsi Lampung (2026)

Berdasarkan Tabel 2 dan Gambar 1, kondisi TPK hotel berbintang di Provinsi Lampung menunjukkan dinamika yang beragam antarkelompok hotel. TPK hotel berbintang secara keseluruhan pada November 2025 tercatat sebesar 48,93 persen yang mana mengalami kenaikan 1,67 poin dibandingkan Oktober 2025. Terdapat pola yang menarik apabila dilihat per klasifikasi bintang seperti bintang 4 dan 5 mencatatkan TPK tertinggi sebesar 58,94 persen dan bahkan mengalami peningkatan sebesar 5,66 poin secara tahunan, sementara hotel bintang 1–2 dan bintang 3 justru mengalami penurunan TPK yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Pola ini mengindikasikan bahwa hotel berbintang tinggi mampu mempertahankan dan meningkatkan tingkat huniannya di tengah tekanan persaingan yang kaitannya erat dengan standar kualitas pelayanan lebih tinggi yang diterapkan oleh hotel-hotel dalam kategori tersebut.

Pelayanan menjadi faktor penentu suatu keberhasilan perusahaan dalam industri perhotelan yang penting dikarenakan kualitas pelayanan akan memengaruhi kepuasan serta keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan (Tjiptono dan Chandra, 2022). Peningkatan kualitas pelayanan dalam hotel terus dituntut, begitu pula dengan strategi penjualan

kamar agar menarik minat tamu serta mempertahankan tingkat hunian pada hotel. Berdasarkan kondisi tersebut, penerapan pelayanan prima menjadi penting sebagai salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan perhotelan untuk meningkatkan minat tamu dalam pemesanan kamar.

Pelayanan prima atau *service excellence* memiliki tujuan menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan prima digunakan sebagai upaya dalam pemberian pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pelayanan terbaik yang dapat diberikan kepada pelanggan antara lain dapat melalui sikap profesional, responsif, dan komunikatif sehingga akan mampu memenuhi kebutuhan serta harapan bagi para pelanggan (Barata, 2016). Pelayanan prima pada konteks perhotelan sebenarnya tidak hanya mencakup mengenai sikap ramah dari karyawan, namun mencakup kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, serta kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan tamu secara menyeluruh.

Unit operasional hotel yang berperan penting dalam proses pelayanan kepada tamu salah satunya ialah bagian reservasi. Bagian reservasi bertanggung jawab menangani proses pemesanan kamar serta memberikan informasi terkait ketersediaan kamar kepada calon tamu. Menurut Kasavana dan Brooks (2013), reservasi merupakan fungsi penting dalam manajemen operasional hotel karena berkaitan secara langsung dengan pengelolaan penjualan kamar. Selain menangani proses pemesanan, bagian reservasi juga berperan dalam mengelola data pemesanan yang mencakup ketersediaan kamar, jenis kamar, serta permintaan khusus dari tamu.

Berbeda dengan beberapa departemen hotel lainnya yang berinteraksi secara langsung dengan tamu, pelayanan pada bagian reservasi umumnya dilakukan melalui media komunikasi seperti telepon, *WhatsApp*, email, maupun sistem pemesanan daring. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri karena staf reservasi dituntut mampu menerapkan pelayanan prima, membangun kepercayaan, serta memahami kebutuhan tamu tanpa melakukan interaksi tatap muka secara langsung. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh

staf reservasi menjadi faktor penting dalam menciptakan kesan pertama bagi calon tamu sekaligus mendukung keputusan pemesanan kamar.

Hotel Golden Tulip Springhill Lampung sebagai salah satu hotel berbintang di Provinsi Lampung yang menyediakan berbagai fasilitas akomodasi bagi wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis. Hotel ini dalam penerapan operasionalnya memiliki bagian reservasi yang bertanggung jawab menangani proses pemesanan kamar melalui berbagai saluran komunikasi dan sistem pemesanan daring yang terintegrasi. Sebagai pihak yang melakukan kontak awal dengan calon tamu, staf reservasi memiliki peran penting dalam memberikan informasi, memahami kebutuhan tamu, serta menciptakan pengalaman pelayanan yang positif sebelum tamu melakukan check-in. Oleh karena itu, penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi menjadi aspek yang menarik untuk dikaji karena berkaitan dengan upaya hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mendukung penjualan kamar dan tingkat hunian hotel.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada industri perhotelan, sebagian besar lebih banyak menitikberatkan pada pelayanan secara umum dalam operasional hotel. Penelitian yang dilakukan oleh Utama (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui pengukuran *Service Quality in Hotels* (SSQH) pada hotel di Kota Bandung. Yustita, Purwaningtyas, dan Ermawati (2023) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa evaluasi kualitas pelayanan hotel berpengaruh terhadap kepuasan tamu melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) pada hotel berbintang. Penelitian lain oleh Marthasaputra, Andayani, dan Parma (2024) menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan tamu serta pengalaman menginap di hotel. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih meninjau kualitas pelayanan secara umum, sementara kajian yang secara khusus menganalisis penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi sebagai unit yang berkaitan

langsung dengan proses penjualan kamar hotel masih relatif terbatas. Berdasarkan uraian tersebut, pelayanan yang diberikan oleh staf reservasi memiliki peran penting dalam proses pemesanan kamar serta memberikan pengalaman awal kepada tamu sebelum mereka menggunakan layanan hotel secara langsung sehingga penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi menjadi salah satu aspek yang dapat mendukung peningkatan hunian kamar hotel. Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Pelayanan Prima terhadap Kenaikan Okupansi Kamar (Studi Kasus pada Bagian Reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung)”** mengenai pelayanan pada bagian reservasi yang berkaitan dengan peningkatan hunian kamar dalam konteks operasional hotel berbintang khususnya di Provinsi Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian tugas akhir ini ialah bagaimana implementasi pelayanan prima pada bagian reservasi terhadap kenaikan okupansi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian tugas akhir ini ialah untuk menganalisis implementasi pelayanan prima pada bagian reservasi terhadap kenaikan okupansi hunian kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan bidang perhotelan, berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen perhotelan dan manajemen pelayanan jasa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi

ilmiah yang berkaitan dengan penerapan pelayanan prima dalam industri perhotelan, khususnya pada bagian reservasi yang memiliki peran penting dalam proses pemesanan kamar hotel.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi manajemen hotel dalam mengevaluasi dan meningkatkan pelaksanaan pelayanan prima yang telah diterapkan, khususnya pada aspek kemampuan, sikap, perhatian, tindakan, penampilan, dan tanggung jawab staf reservasi sehingga dapat mendukung peningkatan hunian kamar hotel.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan merupakan rangkaian aktivitas yang terjadi dalam proses interaksi antara penyedia layanan dengan pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Menurut Qur'ani (2024), Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas atau proses yang berlangsung dalam interaksi langsung antara individu dengan individu lain atau mesin secara fisik, dan bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan orang lain). Apabila dilihat dari dasar kata, menurut para ahli pelayanan prima berasal dari kata pelayanan dan prima. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia *Online*, pelayanan tidak hanya diartikan sebagai 'upaya memenuhi kebutuhan orang lain', tetapi juga dapat dipahami sebagai 'kemudahan yang diberikan berkaitan dengan transaksi barang atau jasa'. Berdasarkan sumber yang sama prima sebagai salah satu istilah memiliki arti 'sangat baik'. Menurut Firmansyah yang dikutip oleh Nisa (2024), Pelayanan prima merupakan layanan berkualitas yang mampu memberikan kepuasan pelanggan, masyarakat, atau pihak terkait lainnya dan upaya memenuhi keinginan atau kebutuhan; menyiapkan dan mengelola hal-hal yang diperlukan dengan sangat baik, sehingga pelanggan memperoleh sesuatu yang melebihi ekspektasi mereka. Pendapat tersebut sejalan dengan pengertian pelayanan prima dari Atep Adya Barata dalam buku *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (2003). Menurut Barata, Pelayanan prima merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan melalui pemberian layanan terbaik untuk memudahkan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas terhadap organisasi atau perusahaan.

Pelayanan prima pada praktiknya dapat tercermin melalui sikap profesional dari pemberi layanan, seperti bertindak cepat, berkomunikasi secara lugas dan sopan, mampu mengendalikan emosi, serta memberikan respons yang tepat terhadap kebutuhan pelanggan. Sikap profesional tersebut dapat diwujudkan apabila penyedia layanan memiliki pemahaman yang baik mengenai kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, menurut Nurlia (2018), salah satu upaya untuk mewujudkan *service excellent* adalah dengan memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai permintaan serta persyaratan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan prima berkaitan erat dengan kualitas pelayanan, karena pelayanan prima hanya dapat tercapai apabila standar kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan (Nurlia, 2018).

2.1.1 Konsep Dasar Pelayanan Prima

Pelayanan prima memiliki beberapa konsep dasar yang menjadi acuan dalam pelaksanaannya. Konsep 3A yang terdiri atas *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian), dan *Action* (Tindakan), dijelaskan dalam buku *Pelayanan Prima bagi Pelanggan dan Kolega*. Nurlia (2018) memaparkan enam konsep pelayanan prima yang menjelaskan secara lebih rinci aspek-aspek penting dalam mewujudkan *service excellent*, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan tertentu yang meliputi kemampuan kerja di bidang kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program layanan prima (*excellent service*) seperti: melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan humas sebagai alat untuk membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi/perusahaan.

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan perilaku tertentu yang harus ditunjukkan ketika berhadapan dengan pelanggan. Keberhasilan bisnis industri jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap

perusahaan. Sebagai karyawan dalam suatu perusahaan, perilaku dan sikap individu secara langsung maupun tidak langsung mencerminkan serta merepresentasikan citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama dalam berhubungan dengan orang-orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan fisik ataupun non-fisik yang akan merefleksikan kredibilitas dan kesan profesional kepada pelanggan.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*attention*) merupakan tindakan memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya. Seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan dalam melakukan kegiatan layanan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/jasa yang kita tawarkan segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*action*) merupakan kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pada konsep perhatian, pelanggan “Menunjukkan minat” untuk membeli produk yang kita tawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah “Menjatuhkan pilihan” untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual-beli.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab merupakan sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

2.1.2 Tujuan dan manfaat pelayanan prima

Menurut Nurlia (2018), tujuan dan manfaat pelayanan prima yaitu guna memberikan layanan yang mampu memenuhi serta memuaskan pelanggan atau

Masyarakat dengan menempatkan pelanggan sebagai fokus utama pelayanan. Sektor publik mendasarkan pelayanan prima memiliki prinsip “pelayanan adalah pemberdayaan”. Sementara itu, pada sektor bisnis pelayanan lebih berorientasi pada pencapaian keuntungan, sedangkan pelayanan prima di sektor publik diarahkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal. Menurut Sirna, Adinegara, dan Nainggolan (2025), pelayanan kepada pelanggan memiliki tujuan dan manfaat yang penting dalam memajukan serta mencapai tujuan perusahaan secara berkelanjutan. Tujuan pelayanan prima diarahkan untuk mencapai kelancaran penjualan produk perusahaan sekaligus memaksimalkan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan. Pelayanan prima juga memiliki tujuan lain yaitu untuk mengenali karakter pelanggan secara lebih mendalam sehingga perusahaan dapat memberikan respons yang tepat terhadap setiap kebutuhan yang muncul. Lebih jauh, pelayanan prima dipandang sebagai suatu nilai yang wajib diterapkan oleh manajemen perusahaan dalam membentuk sikap dan perilaku karyawan yang profesional, serta menjadi fondasi dalam membangun budaya organisasi yang berorientasi pada keunggulan layanan dalam aktivitas sehari-hari.

Adapun dari sisi manfaat, penerapan pelayanan prima oleh karyawan memberikan dampak yang signifikan, baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan itu sendiri. Bagi pelanggan, pelayanan prima bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka secara optimal, sehingga ekspektasi pelanggan dapat terpenuhi sebagaimana yang menjadi tujuan kepuasannya. Bagi perusahaan, pelayanan prima berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, khususnya dalam mendukung aktivitas bagian penjualan dan pemasaran dalam memuaskan pelanggan. Melalui penerapan pelayanan prima secara konsisten, karyawan juga menjadi terlatih untuk membiasakan diri memberikan layanan terbaik (*excellent service*) sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan perusahaan. Pelayanan prima juga berperan dalam menjelaskan keunggulan dan manfaat produk yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga pelanggan memperoleh informasi yang memadai sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian atau pemesanan (Sirna *et al.*, 2025).

2.1.3 Pentingnya Pelayanan Prima

Terdapat beberapa alasan mengapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan haruslah bersifat prima. Hal ini dikemukakan dalam buku *Service Excellence*, yang menjelaskan bahwa:

1. “*No Service No Business*”

Perusahaan didirikan agar barang dan jasa yang dihasilkan dibeli oleh pelanggan. Pelanggan bukanlah sebuah masalah, melainkan tujuan bisnis. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, salah satunya melalui pelayanan sepenuh hati. Tanpa pelayanan, produk dan jasa yang ditawarkan menjadi tidak menarik dan pada akhirnya tidak akan dibeli oleh konsumen. Tanpa konsumen, tidak akan ada kegiatan bisnis,

2. Pelanggan tidak tergantung pada perusahaan

Pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih produk dan jasa karena merekalah yang memiliki daya beli. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap produk atau pelayanan yang diberikan, mereka dapat dengan mudah berpindah ke perusahaan lain. Oleh karena itu, justru perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan, bukan sebaliknya,

3. Pelayanan prima merupakan penentu keberhasilan perusahaan

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan secara berkelanjutan kepada pelanggannya. *Institute of Customer Care* di Inggris mengungkapkan bahwa perusahaan pemenang umumnya adalah perusahaan yang sangat memperhatikan kepentingan pelanggan dan mampu memberikan kualitas pelayanan yang melebihi pesaing serta melampaui harapan pelanggan,

4. Pelanggan yang puas memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan

Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, menunjukkan loyalitas, membela perusahaan ketika muncul isu negatif, serta menjadi media promosi yang efektif melalui rekomendasi dari mulut ke mulut kepada lingkungan sekitarnya.

2.1.4 Keterampilan dasar Pelayanan Prima

Menurut Bastiar (2010), petugas yang berhubungan dengan pelanggan harus memiliki keterampilan dasar dalam pelayanan, meliputi:

1. Memusatkan perhatian pada pelanggan.
2. Memberikan pelayanan yang efisien.
3. Membina hubungan yang baik dan harmonis dengan pelanggan.
4. Memberikan penjelasan dan informasi yang jelas.
5. Mengetahui dan memahami keinginan pelanggan.
6. Menjelaskan jasa pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan.
7. Mengalihkan tugas pelayanan kepada pihak lain apabila diperlukan.

Selain itu, Bastiar (2010) menjelaskan bahwa perusahaan perlu memetakan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau jasa layanan. Dengan memetakan proses tersebut, perusahaan akan lebih mudah menemukan kunci pelayanan yang perlu disempurnakan oleh manajer atau pimpinan perusahaan sehingga mampu memberikan pengalaman yang optimal bagi setiap konsumen.

2.1.5 Dimensi *Service Excellence* dalam Kualitas Pelayanan

Pelayanan prima memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep kualitas pelayanan karena keduanya sama-sama berfokus pada upaya memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Perusahaan jasa perlu memperhatikan berbagai aspek yang menjadi tolok ukur kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dalam upaya mewujudkan pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam kajian manajemen pelayanan, kualitas pelayanan sering dijelaskan melalui beberapa dimensi yang menggambarkan bagaimana pelanggan menilai layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama yang dikenal dengan konsep SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Model SERVQUAL merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan karena mampu menggambarkan berbagai aspek yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu organisasi jasa. Kelima dimensi tersebut menjadi dasar dalam mengevaluasi kualitas pelayanan serta menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan.

2.2 Tingkat Hunian Kamar (*Room Occupancy*)

Tingkat hunian kamar merupakan salah satu indikator utama yang digunakan dalam industri perhotelan untuk mengukur efektivitas pengelolaan kamar hotel dalam suatu periode tertentu. Secara konseptual, tingkat hunian kamar atau yang dikenal dengan istilah *room occupancy* didefinisikan sebagai persentase perbandingan antara jumlah kamar yang berhasil terjual atau dihuni oleh tamu dengan jumlah keseluruhan kamar yang tersedia untuk dijual dalam kurun waktu tertentu, baik harian, bulanan, maupun tahunan (Damardjati, 2001). Berdasarkan konsep tersebut, semakin tinggi persentase tingkat hunian kamar suatu hotel, semakin optimal pula pemanfaatan kapasitas akomodasi yang dimiliki hotel tersebut, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan hotel.

Kajian manajemen operasional hotel membahas tentang tingkat hunian kamar dipandang sebagai tolok ukur keberhasilan strategi penjualan dan pemasaran kamar yang diterapkan oleh hotel. Menurut Yoeti (dalam Satiti, Ermawati dan Dindri, 2021), dengan mengetahui persentase tingkat hunian kamar, manajemen hotel dapat memperkirakan kebutuhan stok bahan makanan dan minuman, menyiapkan segala macam kebutuhan kamar, serta menjadikannya sebagai bahan perbandingan dengan hotel lain dalam rangka evaluasi daya saing bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar tidak hanya berfungsi sebagai indikator kinerja keuangan, tetapi juga sebagai dasar perencanaan operasional seluruh departemen yang ada di hotel.

Tingkat hunian kamar dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Berdasarkan sisi internal, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel, strategi penetapan harga kamar, ketersediaan dan variasi jenis kamar, serta efektivitas proses reservasi merupakan faktor-faktor yang secara langsung memengaruhi keputusan tamu dalam memilih dan melakukan pemesanan kamar (Sulastiyono, 2016). Sementara itu, dari sisi eksternal, kondisi pariwisata daerah, tren perjalanan wisatawan, persaingan antarhotel, serta perkembangan platform pemesanan daring turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap fluktuasi tingkat hunian kamar hotel. Oleh karena itu, hotel perlu mengintegrasikan strategi pelayanan dan pemasaran secara sinergis guna mempertahankan dan meningkatkan tingkat hunian kamarnya secara berkelanjutan.

Tingkat hunian kamar dijadikan sebagai salah satu indikator untuk mengukur dampak penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi terhadap peningkatan penjualan kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung. Bagian reservasi sebagai titik kontak pertama antara hotel dan calon tamu memegang peranan yang sangat strategis dalam proses konversi pemesanan menjadi hunian aktual. Pelayanan prima yang diberikan oleh staf reservasi, mulai dari sikap profesional, perhatian terhadap kebutuhan tamu, hingga kecepatan dan ketepatan dalam memproses permintaan reservasi, diyakini mampu meningkatkan kepercayaan calon tamu sehingga berujung pada peningkatan jumlah pemesanan yang terkonfirmasi dan pada akhirnya berkontribusi terhadap naiknya tingkat hunian kamar hotel (Selamet dan Sumadi, 2021).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada sejumlah studi yang telah dilakukan sebelumnya yang dimanfaatkan sebagai bahan rujukan pada penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Andryani, N. P. D. (2024)	Peran Reservasi dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di The Patra Bali Resort dan Villas	Bagian reservasi berperan dalam meningkatkan penjualan kamar melalui komunikasi langsung dengan tamu, penyampaian informasi yang jelas, serta dukungan terhadap aktivitas promosi. Interaksi yang efektif memengaruhi keputusan tamu dalam melakukan pemesanan kamar.	Penelitian Andryani berfokus pada peran bagian reservasi secara umum dalam penjualan kamar di resort berbintang di Bali, tanpa menganalisis penerapan konsep pelayanan prima 6A secara spesifik. Sedangkan dalam penelitian ini mengkaji penerapan pelayanan primaberdasarkan konsep 6A (Barata) pada bagian reservasi dan kaitannya dengan peningkatan okupansi kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.
2	Jatmiko, H., Isnaini, L. N., Pratama, A. D., dan Juhanda. (2022)	Peranan Petugas Reservasi dalam Penjualan Kamar di Hotel 88 Jember saat Pandemi Covid-19	Petugas reservasi di Hotel 88 Jember berperan aktif dalam meningkatkan penjualan kamar melalui strategi upselling secara terus-menerus. Selain mengelola sistem reservasi, petugas harus memiliki kualifikasi ramah, ekspresif, efisien, aktif, inisiatif, dan responsif guna memaksimalkan penjualan kamar.	Penelitian Jatmiko dkk. dilakukan pada masa pandemi Covid-19 dengan fokus pada peranan petugas reservasi dalam meningkatkan penjualan kamar melalui strategi upselling. Penelitian tersebut lebih menekankan fungsi penjualan dan kemampuan staf dalam memaksimalkan reservasi. Adapun penelitian ini mengkaji penerapan pelayanan prima berdasarkan konsep 6A Barata pada bagian reservasi dalam kondisi operasional normal serta hubungannya dengan dukungan terhadap peningkatan okupansi kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.
3	Stiawan, M. dan Hasan, G. (2023)	Pengaruh Kreativitas Karyawan dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan pada OPI Indah Hotel Palembang	Dimensi pelayanan prima (<i>attitude, attention, action</i>) pada <i>Front Office Department</i> OPI Indah Hotel Palembang belum terlaksana secara optimal. Staf masih kurang ramah, lambat merespons, dan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan tamu. Ketiga aspek tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan.	Penelitian Stiawan dan Hasan menggabungkan variabel kreativitas karyawan dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada bagian front office. Fokus penelitian tersebut adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat dan hanya menggunakan tiga dimensi pelayanan prima, yaitu <i>attitude, attention, dan action</i> . Sementara itu, penelitian ini berfokus pada bagian reservasi dengan menggunakan enam

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
				dimensi pelayanan prima (6A) serta mengkaji perannya dalam mendukung peningkatan okupansi kamar, bukan kepuasan pelanggan.
4	Satiti, E. N., Ermawati, K. C., dan Dindri, N. A. (2021)	Strategi Penjualan Kamar <i>Reservation Section</i> terhadap Peningkatan <i>Room Occupancy</i> Salah Satu Hotel Bintang Lima di Kota Solo	Strategi penjualan seperti promosi, penetapan harga yang tepat, dan metode reservasi berpengaruh terhadap peningkatan tingkat hunian kamar. Pengelolaan strategi yang baik mendukung peningkatan jumlah pemesanan kamar.	Penelitian Satiti dkk. berfokus pada strategi penjualan kamar yang dilakukan oleh reservation section melalui segmentasi pasar, paket promosi, dan metode reservasi untuk meningkatkan room occupancy. Penelitian tersebut menitikberatkan pada aspek pemasaran dan strategi penjualan. Sebaliknya, penelitian ini lebih menyoroti kualitas pelayanan yang diberikan staf reservasi melalui penerapan pelayanan prima 6A serta bagaimana pelayanan tersebut dapat mendukung peningkatan okupansi kamar.
5	Sumarini, N. K. dan Susanti, L. E. (2023)	Pengaruh Pelayanan Prima pada <i>Front Office</i> dalam Menjaga Loyalitas Tamu Domestik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kaamala Resort, Ubud	Pelayanan prima front office berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu domestik. Namun pelayanan belum optimal karena keluhan tamu terkait lambatnya proses check-in.	Penelitian Sumarini dan Susanti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas tamu domestik pada bagian front office. Fokus utamanya adalah loyalitas tamu sebagai variabel terikat dan dilakukan dalam konteks pandemi Covid-19. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, berfokus pada bagian reservasi, menggunakan konsep pelayanan prima 6A Barata, serta mengkaji bagaimana pelayanan prima dapat mendukung peningkatan okupansi kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.

Sumber: Data diolah penulis (2026)

2.4 Kerangka Penelitian

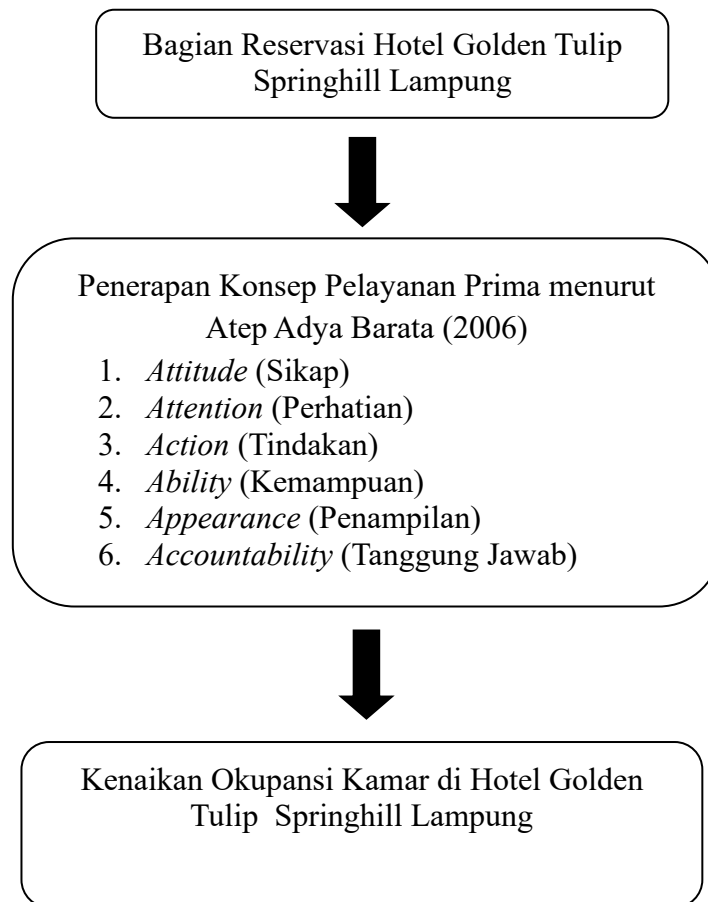
Menurut Sugiyono (2019), kerangka berpikir dapat dipahami sebagai model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penting. Dalam konteks penelitian ini, kerangka berpikir disusun untuk menjelaskan bagaimana penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung berkontribusi terhadap peningkatan Tingkat hunian kamar hotel. Pelayanan prima atau *service excellent* merupakan bentuk pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan dengan mengedepankan sikap ramah, responsif, empati, serta kemampuan dalam memberikan solusi secara cepat dan tepat. Pelayanan prima tidak hanya diterapkan pada saat tamu menginap, tetapi juga sejak tahap awal interaksi, yaitu pada bagian reservasi. Bagian reservasi memiliki peran strategis sebagai garda terdepan dalam menangani pemesanan kamar serta memberikan informasi kepada calon tamu.

Pelayanan prima pada penelitian ini mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Barata (2013), yang menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan upaya memberikan layanan terbaik kepada pelanggan melalui enam dimensi utama, yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), tanggung jawab (*accountability*) yang dikenal dengan konsep 6A. Keenam dimensi tersebut menjadi acuan dalam menganalisis bagaimana staf reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung memberikan pelayanan kepada calon tamu dalam proses pemesanan kamar. Staf reservasi yang menerapkan sikap profesional dan ramah, memberikan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan tamu, serta melakukan tindakan yang cepat dan tepat dalam memproses reservasi diyakini akan menciptakan pengalaman awal yang positif bagi calon tamu.

Pengalaman pelayanan yang positif sejak tahap reservasi berpotensi memengaruhi keputusan tamu untuk melanjutkan pemesanan dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan tingkat hunian kamar hotel. Tingkat hunian kamar pada penelitian ini ditinjau melalui persentase tingkat hunian kamar (*room occupancy*

rate). Kualitas pelayanan yang diberikan pada tahap reservasi memiliki kontribusi penting terhadap pencapaian tingkat hunian kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung. Dengan demikian, penerapan pelayanan prima yang optimal oleh staf reservasi menjadi salah satu faktor kunci yang mendukung keberhasilan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.

Berikut gambaran dari kerangka pemikiran pada penelitian ini:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah penulis (2026)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Alaslan (2021), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan mengutamakan proses dan makna yang tidak dapat diukur secara numerik, serta dilakukan pada kondisi yang alamiah dengan menggunakan teknik triangulasi. Pendekatan ini dipilih karena peneliti bermaksud mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasikan secara mendalam bagaimana penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung dalam kaitannya dengan upaya peningkatan tingkat hunian kamar.

Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara aktual di lapangan, yakni bagaimana konsep pelayanan prima yang meliputi dimensi sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*) diterapkan oleh staf reservasi dalam proses interaksi dengan calon tamu. Menurut Hardani dkk. (2020), penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman makna atas fenomena yang diteliti dengan mengutamakan perspektif partisipan, sehingga mampu menghasilkan gambaran yang kaya, mendalam, dan kontekstual atas suatu realitas yang terjadi di lapangan.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan permasalahan yang ditetapkan agar penelitian lebih terarah dan mendalam sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian kualitatif, fokus penelitian digunakan untuk memperjelas ruang lingkup kajian sehingga peneliti dapat memahami fenomena yang diteliti secara komprehensif (Alaslan, 2021; Hardani *et al.*, 2020). Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis penerapan pelayanan prima yang dilakukan oleh staf bagian reservasi di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung dalam upaya meningkatkan okupansi kamar. Penerapan pelayanan prima pada penelitian ini dikaji berdasarkan konsep dasar pelayanan prima (6A), yang meliputi sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*). Keenam aspek tersebut digunakan sebagai landasan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf reservasi dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi tamu.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan konteks tempat berlangsungnya proses pengumpulan data yang dipilih sesuai dengan relevansinya terhadap fenomena yang diteliti (Alaslan, 2021). Penelitian ini dilaksanakan di bagian Reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat No. 16, Sumur Putri, Kecamatan Telukbetung Selatan, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung merupakan unit yang secara langsung berhubungan dengan calon tamu dalam proses pemesanan kamar, sehingga memiliki peran strategis dalam menentukan okupansi kamar hotel.

3.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif merupakan sumber data yang dipilih secara purposif karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam sesuai dengan fokus penelitian (Hardani *et al.*, 2020). Pemilihan subjek didasarkan pada keterlibatan langsung terhadap fenomena yang diteliti sehingga data yang diperoleh bersifat kontekstual. Subjek pada penelitian adalah bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung yang berperan dalam proses pelayanan kepada calon tamu serta kegiatan pemesanan kamar. Bagian ini dipilih karena merupakan titik awal interaksi yang berpotensi memengaruhi keputusan pemesanan dan tingkat hunian kamar.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih informan yang memiliki keterlibatan langsung dalam aktivitas reservasi. Informan terdiri dari *Asst. Revenue dan E-comm. Manager* Hotel Golden Tulip Springhill Lampung, Dian Islamiyati sebagai informan kunci, *Reservation Supervisor dan Ecommerce* Hotel Golden Tulip Springhill Lampung, Dinda Gayetri, sebagai informan utama, serta *Guest Relation Officer*, Nabiila Azzahra, sebagai informan pendukung internal. Selain itu, sebanyak lima tamu hotel yang pernah melakukan reservasi lebih dari dua kali juga dilibatkan sebagai informan tambahan eksternal, yaitu Ibu Yulia, Bapak Fajri, Ibu Reni, Ibu Ferrika, dan Ibu Tiara untuk melengkapi perspektif pengguna jasa. Pemilihan informan ini diharapkan mampu memberikan data yang komprehensif terkait penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi.

Peneliti berperan sebagai *observator partisipatif* dikarenakan bagian dari staf reservasi. Posisi ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti, namun tetap menjaga objektivitas melalui penerapan teknik triangulasi (Miles dan Huberman, 2014). Jumlah informan tidak ditentukan secara pasti sejak awal, melainkan berkembang hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*) sesuai dengan kebutuhan penelitian (Alaslan, 2021).

3.5 Jenis Data

Data dalam penelitian kualitatif dibedakan berdasarkan sumber perolehannya menjadi data primer dan data sekunder (Hardani dkk., 2020). Kedua jenis data ini saling melengkapi dan digunakan secara bersama-sama untuk menghasilkan temuan yang komprehensif dan valid. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari 2 jenis, yaitu :

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui kegiatan seperti wawancara, observasi, dan partisipasi peneliti di lapangan (Hardani dkk., 2020). Perolehan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan penelitian, yaitu staf dan manajemen bagian reservasi serta tamu Hotel Golden Tulip Springhill Lampung, guna memperoleh gambaran langsung mengenai penerapan pelayanan prima dan dampaknya terhadap okupansi kamar hotel.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, arsip, buku, jurnal, maupun sumber lain yang relevan untuk mendukung penelitian (Hardani dkk., 2020). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur yang berkaitan dengan pelayanan prima dan operasional reservasi hotel, serta dokumen pendukung yang tersedia di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung yang relevan dengan fokus penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Hardani dkk. (2020), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merupakan langkah yang sangat menentukan karena berfungsi untuk memperoleh data yang valid, akurat, dan sesuai dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data umumnya dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang bersifat komprehensif dan mendalam.

Ketiga teknik tersebut pada penelitian ini digunakan secara bersamaan sebagai berikut.

3.6.1 Observasi

Menurut Hardani dkk. (2020), observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan sistematis terhadap fenomena yang diteliti untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di lapangan. Observasi pada penelitian ini dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap proses pelayanan di bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung, meliputi cara staf menerima dan memproses permintaan reservasi, berkomunikasi dengan calon tamu, serta menangani berbagai situasi dalam interaksi pelayanan.

3.6.2 Wawancara

Menurut Alaslan (2021), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara mendalam antara peneliti dan informan guna memperoleh informasi yang kaya dan terperinci terkait fenomena yang diteliti. Wawancara pada penelitian ini dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan yang telah ditentukan, meliputi *Reservation Manager*, *Reservation Supervisor*, *Front Office Manager* atau *Front Office Supervisor*, serta tamu hotel. Wawancara dilaksanakan secara tatap muka dan direkam dengan persetujuan informan untuk memastikan akurasi data yang diperoleh.

3.6.3 Dokumentasi

Menurut Hardani dkk. (2020), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen, arsip, dan catatan yang berkaitan dengan penelitian sebagai data pendukung yang memperkuat temuan dari hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan terhadap data penunjang seperti laporan okupansi kamar (*room occupancy report*), log reservasi, standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, serta dokumen lainnya yang relevan dengan fokus penelitian.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Menurut Alaslan (2021), adanya pengujian keabsahan data merupakan kriteria khusus yang harus dilakukan dalam penelitian kualitatif, meliputi uji kredibilitas, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian sebagai upaya redefinisi terhadap uji validitas pada penelitian klasik. Uji keabsahan data dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Alaslan (2021), uji kredibilitas merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat akurat dan dapat dipercaya sehingga temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji validitas dilakukan melalui teknik triangulasi dan member check.

1. Triangulasi

Menurut Alaslan (2021), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan peneliti dengan cara membandingkan dan mengecek data dari berbagai sumber, teknik, maupun waktu yang berbeda, sehingga sesungguhnya peneliti telah menguji kredibilitas data secara bersamaan selama proses pengumpulan berlangsung. Menurut Hardani dkk. (2020) triangulasi dilakukan sebagai upaya verifikasi atas data yang ditemukan dengan menggunakan lintas metode pengumpulan data maupun beragam sumber data yang relevan. Jenis triangulasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu triangulasi sumber, teori, dan waktu, dimana proses pengujian data yang dilakukan dengan cara memverifikasi data yang diperoleh dari berbagai sumber dan waktu (Sugiyono, 2018).

Sebelum penelitian utama dilaksanakan, peneliti sudah melakukan uji validitas melalui pra-survei sebagai langkah awal untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi lapangan sekaligus menguji kelayakan pedoman wawancara yang akan digunakan dalam penelitian. Pra-survei dilakukan melalui wawancara awal dengan kelima tamu yang pernah menggunakan layanan reservasi Hotel Golden

Tulip Springhill Lampung. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang disusun mampu menggali informasi yang sesuai dengan fokus penelitian serta dapat dipahami dengan baik oleh calon informan. Selain itu, hasil pra-survei juga digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan pedoman wawancara dan penetapan fokus penelitian.

Berdasarkan hasil pra-survei, diperoleh informasi bahwa pelayanan pada bagian reservasi dinilai cukup baik oleh para tamu, terutama dalam hal kemampuan staf memberikan informasi mengenai produk hotel, kecepatan merespons pertanyaan, keramahan dalam berkomunikasi, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan selama proses pemesanan. Informan juga menyampaikan bahwa staf reservasi mampu memberikan alternatif solusi ketika pilihan yang diinginkan pelanggan tidak tersedia dan tetap berupaya membantu hingga proses pemesanan selesai. Kesamaan informasi yang muncul dari beberapa informan menunjukkan bahwa pedoman wawancara yang digunakan telah mampu mengarahkan informan untuk memberikan data yang relevan dengan fokus penelitian mengenai penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi.

Temuan awal dari kegiatan pra-survei tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian yang mengacu pada konsep pelayanan prima 6A menurut Atep Adya Barata, yaitu *ability*, *attitude*, *appearance*, *attention*, *action*, dan *accountability*. Informasi yang diperoleh juga membantu peneliti dalam menentukan informan yang dianggap mampu memberikan data sesuai kebutuhan penelitian. Dengan demikian, pelaksanaan pra-survei turut mendukung validitas penelitian karena membantu memastikan kesesuaian antara fokus penelitian, instrumen yang digunakan, dan kondisi yang terjadi di lapangan.

2. Member Check

Menurut Alaslan (2021), member check digunakan untuk memastikan kembali data yang telah diperoleh dari informan agar tidak mengalami perubahan dalam kurun waktu tertentu apabila dilakukan pengecekan ulang. Teknik ini dilakukan dengan cara mengembalikan hasil transkrip wawancara dan temuan-temuan kepada informan untuk dikonfirmasi kebenarannya. *Member check* pada penelitian ini dilakukan dengan menyampaikan kembali hasil wawancara dan temuan awal kepada informan sebelum digunakan dalam laporan penelitian, sehingga data yang disajikan benar-benar mencerminkan kondisi yang sesungguhnya di lapangan.

3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Hardani dkk. (2020), reliabilitas dalam penelitian kualitatif lebih dikenal sebagai dependabilitas yang menekankan pada proses penelitian yang transparan, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam Alaslan (2021) menegaskan bahwa desain penelitian kualitatif bersifat sementara dan hanya merupakan titik awal yang dapat berkembang sesuai kenyataan di lapangan, sehingga seluruh proses penelitian perlu didokumentasikan secara konsisten untuk menjamin reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan melalui audit trail dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis mulai dari pengumpulan data, proses analisis, hingga penarikan kesimpulan. Dokumentasi tersebut meliputi catatan lapangan, transkrip wawancara, rekaman, dan dokumen pendukung yang disimpan secara teratur sebagai bukti proses penelitian yang dapat ditelusuri dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Alaslan, 2021).

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses sistematis untuk mencari dan menyusun secara teratur data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun

orang lain (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang terdiri atas empat komponen utama yang saling berkaitan secara dinamis sebagai berikut.

3.8.1 Kondensasi Data

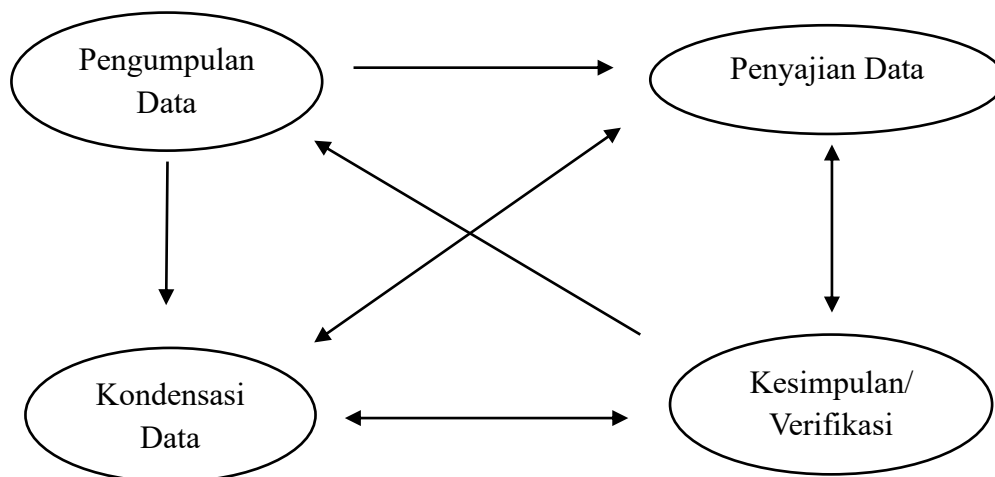
Kondensasi data (*data condensation*) merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan pengtransformasian data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dan dokumen (Miles, Huberman dan Saldana, 2014). Proses ini menggantikan istilah reduksi data yang sebelumnya digunakan oleh Miles dan Huberman (1994). Dalam tahap ini, peneliti memilah data yang relevan dengan fokus penelitian berupa temuan-temuan yang berkaitan langsung dengan penerapan dimensi *attitude*, *attention*, *action*, *accountability*, *appearance*, dan *ability* dalam pelayanan reservasi serta hubungannya dengan penjualan kamar. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian disisihkan agar analisis menjadi lebih tajam dan terarah.

3.8.2 Penyajian Data

Setelah data dikondensasi, langkah berikutnya adalah penyajian data (*data display*). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif, matriks, tabel perbandingan, atau bagan yang memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan secara sistematis. Penyajian data pada penelitian dilakukan dalam bentuk deskripsi naratif yang mengintegrasikan hasil wawancara, observasi, dan telaah dokumen secara kohesif. Sajian data ini memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana pelayanan prima dijalankan oleh staf reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung dan dampaknya terhadap kinerja penjualan kamar.

3.8.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir dalam model analisis interaktif adalah penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*) dan verifikasi (*verification*). Kesimpulan dapat berbentuk uraian mengenai gambaran objek penelitian secara sistematis, yang dapat menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat maupun hubungan yang bersifat interaktif antar variabel yang diteliti. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan telaah dokumen yang telah melalui proses triangulasi, sehingga kesimpulan yang dihasilkan merupakan refleksi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah atas fenomena yang diteliti.



Gambar 3. Analisis data Model Interaktif Menurut Miles dan Huberman

Sumber: Miles dan Huberman dalam Sinerja et al., (2022)

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima telah diterapkan melalui enam dimensi menurut Barata (2004), yaitu *ability*, *attitude*, *attention*, *action*, *appearance*, dan *accountability*. Penerapan keenam dimensi tersebut mendukung kualitas pelayanan reservasi serta berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan tamu dan tingkat hunian kamar hotel. Secara lebih rinci, kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut.

1. *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan staf reservasi didukung oleh penguasaan *product knowledge* mengenai hotel serta sistem reservasi. Kemampuan tersebut diperoleh melalui pelatihan internal dan pengalaman kerja yang membantu staf memberikan informasi secara jelas, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Penguasaan kemampuan teknis dan komunikasi tersebut mendukung kelancaran proses reservasi serta membantu staf dalam menawarkan produk hotel kepada calon tamu.

2. *Attitude* (Sikap)

Sikap pelayanan diterapkan melalui komunikasi yang sopan, ramah, dan profesional pada berbagai media pelayanan, seperti telepon, *WhatsApp*, email, serta platform reservasi daring. Sikap tersebut memberikan kesan positif kepada tamu sejak awal proses pemesanan dan menciptakan kenyamanan selama berkomunikasi dengan pihak hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keramahan dan kesopanan staf menjadi salah satu faktor yang mendorong tamu merasa yakin untuk melakukan pemesanan kamar.

3. *Attention* (Perhatian)

Perhatian terhadap kebutuhan tamu diwujudkan melalui upaya memahami kebutuhan dan permintaan khusus tamu, memberikan alternatif solusi apabila permintaan tidak dapat dipenuhi, serta melakukan koordinasi dengan departemen terkait untuk mendukung kelancaran pelayanan selama tamu menginap. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala komunikasi pada kondisi tertentu, seperti keterlambatan respons atau informasi lanjutan terkait permintaan khusus yang belum tersampaikan secara optimal kepada tamu.

4. *Action* (Tindakan)

Tindakan pelayanan terlihat dari kecepatan dan ketepatan staf dalam memproses reservasi, menangani kendala reservasi serta melakukan koordinasi dengan departemen terkait. Selain menjalankan fungsi pelayanan, bagian reservasi juga berperan sebagai unit penjualan kamar melalui pemberian informasi produk dan promosi yang mendukung peningkatan pemesanan kamar. Tindakan yang cepat dan tepat membantu meningkatkan peluang terjadinya pemesanan kamar serta menjaga kepuasan tamu.

5. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan staf reservasi dijaga melalui penerapan standar *grooming* dan profesionalisme kerja meskipun sebagian besar aktivitas dilakukan di area *back office*. Penampilan yang baik mendukung citra profesional dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu.

6. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab diwujudkan melalui pencatatan dan evaluasi terhadap kesalahan operasional, pengelolaan data reservasi secara akurat, serta pemberian solusi atas kendala yang dihadapi tamu. Penerapan tanggung jawab tersebut membantu menjaga kepercayaan tamu terhadap pelayanan hotel.

Secara keseluruhan, keenam dimensi pelayanan prima saling mendukung dalam pelaksanaan pelayanan reservasi. Penerapan pelayanan prima yang baik tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, tetapi juga mendukung fungsi reservasi sebagai unit penjualan kamar yang berkontribusi terhadap peningkatan tingkat hunian Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Hotel Golden Tulip Springhill Lampung

1. Disarankan untuk meningkatkan konsistensi komunikasi kepada tamu, terutama terkait tindak lanjut permintaan khusus (*special request*) dan perubahan informasi reservasi agar informasi yang diberikan dapat diterima tamu secara jelas dan tepat waktu.
2. Disarankan untuk mengoptimalkan respons pelayanan melalui media komunikasi digital, seperti *WhatsApp* dan *Online Travel Agent (OTA)*, khususnya pada saat tingkat pemesanan tinggi atau di luar jam operasional reservasi.
3. Disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan pelatihan pelayanan prima bagi staf reservasi guna menjaga kualitas pelayanan yang profesional, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan tamu.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Disarankan untuk mengembangkan penelitian menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan mengombinasikan data kualitatif dan kuantitatif sehingga hubungan antara pelayanan prima dan tingkat hunian kamar dapat dianalisis secara lebih komprehensif.
2. Disarankan untuk memperluas objek penelitian pada hotel dengan klasifikasi atau karakteristik yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penerapan pelayanan prima pada bagian reservasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. 2013. *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Andryani, N. P. D. 2024. *Peran Reservasi dalam Meningkatkan Penjualan Kamar di The Patra Bali Resort & Villas*. Tugas Akhir. Program Studi D3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali, Badung. <https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/13992/>
- Bastiar, Z. 2010. Service excellent dalam rangka membentuk loyalitas pelanggan. *Manajerial*. 8(16) : 54–65. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v9i1.1211>
- Chandra, T., Chandra, S., dan Hafni, L. 2020. *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: tinjauan teoritis*. CV IRDH. Purwokerto
- Creswell, J. W. 2018. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications. California.
- Damardjati, R. S. 2001. *Istilah-istilah dunia pariwisata*. PT Pradnya Paramita. Jakarta.
- Jatmiko, H., Isnaini, L. N., Pratama, A. D., & Juhanda. (2022). Peranan petugas reservasi dalam penjualan kamar di Hotel 88 Jember saat pandemi Covid-19. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 5(2), 56-60. <https://doi.org/10.32528/sw.v5i2.9035>
- Kartajaya, H. 2009. *MarkPlus Basics*. Erlangga. Jakarta.
- Kasavana, M. L., and Brooks, R. M. 2018. *Managing Front Office Operations*. Educational Inst of the Amer Hotel. New York.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

- Krisnawati, A., dkk. 2021. *Dasar-dasar ilmu manajemen*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Larasati, S. 2016. *Excellent hotel operation*. Ekuilibria. Yogyakarta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., and Saldana, J. 2014. *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications. California.
- Moleong, L. J. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nisa, A. K. 2025. Pentingnya layanan prima dalam perusahaan. *Mashlahah: Journal of Islamic Economics*. 4(1) : 14–20. <https://doi.org/10.62824/efdb8y11>
- Nurlia. 2018. Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal*. 19-20. <https://doi.org/10.33080/mrj.v1i2.9>
- Redaksi Shira Media. 2017. *Pengetahuan dasar perhotelan*. Shira Media. Sleman.
- Ritasari, R., Saputra, N. G., dan Aulia, Z. N. 2024. *Operasional Kantor Depan Hotel*. PT Penamuda Media. Yogyakarta.
- Satiti, E. N., Ermawati, K. C., dan Dindri, N. A. 2021. Strategi penjualan kamar reservation section terhadap peningkatan room occupancy salah satu hotel bintang lima di Kota Solo. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA)*, 1(3), 61–77. <https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/13992/>
- Selamet, I. W. A., dan Sumadi, I. G. 2021. Peran reservasi dalam meningkatkan penjualan kamar di Tijili Seminyak Hotel. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 2(3), 321–340. <https://doi.org/10.46837/journey.v4i2.84>
- Sirna, I. K., Adinegara, G. N. J., dan Nainggolan, G. 2025. *Excellent service for hospitality industry*. Deepublish. Sleman.
- Stiawan, M., & Hasan, G. (2023). Pengaruh kreativitas karyawan dan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada OPI Indah Hotel Palembang. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1534-1540. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15062>
- Subadri, E., dan Prasetyo, H. 2019. *Pelayanan prima bagi pelanggan dan kolega*. Saka Mitra Kompetensi. Klaten.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD (edisi ke-2)*. Alfabeta. Bandung.

- Sulastiyono, A. 2016. *Manajemen penyelenggaraan hotel*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarini, N. K., dan Susanti, L. E. 2023. Pengaruh Pelayanan Prima pada Front Office dalam Menjaga Loyalitas Tamu Domestik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kaamala Resort, Ubud. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*. 2(2): 376–382. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Suparman HL., Islami, V., dan Nelfiant, F. 2020. *Service excellence*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tania, A., dan Asmawi. 2021. Analisis Pengaruh Harga Kamar terhadap Penjualan Kamar di Montigo Resorts Nongsa, Batam. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. 6(1) : 57–64. <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/163>
- Walker, J. R. 2021. *Introduction to Hospitality Management (8th ed.)*. Pearson. Boston.
- Widagdo, Y.M. & Nellawati, L. 2025. Peranan telepon operator dalam mengelola pembaruan reservasi dari online travel agent di The Sunan Hotel Solo. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 11(1), 28-39. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.28-39>
- Wijayanti, A., dan Brahmanto, E. 2020. *Kantor Depan Hotel*. Graha Ilmu. Yogyakarta.