



DIREKTORAT PEMBINAAN SMK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
2018

KOMUNIKASI INDUSTRI PARIWISATA

BIDANG KEAHLIAN PARIWISATA
PROGRAM KEAHLIAN PERHOTELAN DAN JASA PARIWISATA

KOMPETENSI KEAHLIAN:
PERHOTELAN

SMK/MAK
JILID 1

RR. LISTIANING RIANDARI

REDAKSIONAL

Pengarah:

Direktur Pembinaan SMK

Kepala Sub Direktorat Kurikulum

Kepala Seksi Penilaian

Kepala Seksi Pembelajaran

Penulis:

RR. Listianing Riandari

Pengendali Mutu:

Winih Wicaksono

Penyunting:

Rais Setiawan

Editor:

Agnesia Leviroso Putri

Desain Sampul:

Pratiwi Nur Febrianti

Layout/Editing:

Chandra Prasetya

Penyelaras Akhir:

Tri Wahyuni

KATA PENGANTAR

Dalam rangka merespon perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diperlukan langkah strategis untuk memperbaiki kualitas proses pembelajaran sekaligus proses penilaian. Salah satu langkah strategis tersebut adalah melalui pemenuhan kebutuhan bahan ajar khususnya bagi peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Bahan ajar tersebut untuk pemenuhan mata pelajaran kejuruan, khususnya pada mata pelajaran dasar program keahlian (C2) dan Kompetensi Keahlian (C3)

Bahan ajar tersebut merupakan salah satu referensi dan disusun oleh guru-guru mata pelajaran dari berbagai SMK, yang berbentuk modul dan berbentuk elektronik. Atas jerih payah tersebut kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh penyusun dan para pihak yang telah berkontribusi hingga terciptanya bahan ajar tersebut.

Kami menyadari masih terdapat kekurangan, dan kami harapkan adanya masukan yang positif dan konstruktif untuk perbaikan di kemudian hari. Semoga bahan ajar ini bermanfaat dan sesuai harapan mampu memperbaiki kualitas pembelajaran sekaligus memotivasi guru dalam proses belajar di SMK.

Jakarta, Juli 2019



Dr. Ir. M. Bakrun, MM

Direktur Pembinaan SMK

PRAKATA

Industri pariwisata adalah industri yang menyediakan jasa dalam layanan selama orang melakukan kegiatan wisata. Dalam menawarkan jasa dan layanan nya, industri pariwisata ini membutuhkan interaksi dengan para pelanggannya. Interaksi ini dilakukan dengan tujuan untuk menawarkan jasa, mengetahui kebutuhan tamu dan memberikan saran atas jasa dan layanan yang diberikan. Dalam interaksi tersebut dibutuhkan sebuah komunikasi sebagai kunci berhasilnya interaksi. Penyampaian informasi dan ide yang disampaikan oleh karyawan yang bekerja di bidang ini, akan diterima dan direspon baik oleh penerima informasi jika komunikasi dilakukan dengan baik.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Kelompok Pariwisata dilatih mampu mengaplikasikan ilmu komunikasi dalam lingkup pekerjaan di Pariwisata. Hal ini karena pengguna akhir jasa dan layanan industri adalah manusia yang memiliki berbagai karakter. Disamping berkomunikasi dengan lancar, faktor penunjang penampilan yang

menarik atau appreance dan pemahaman budaya atau cross culture juga menjadi sangat penting, untuk menghindari timbulnya keluhan pelanggan atau guest complaint yang disebabkan tidak sesuai harapan mereka. Isi dari buku Komunikasi Industri Pariwisata ini akan membahas tentang kedalaman komunikasi, penampilan kerja sebagai penentu suksesnya komunikasi, mengenal pelanggan, aplikasi komunikasi dalam tim, komunikasi antar budaya, memahami keluhan pelanggan dan menerapkan komunikasi dalam kegiatan bertelpon dalam dunia kerja.

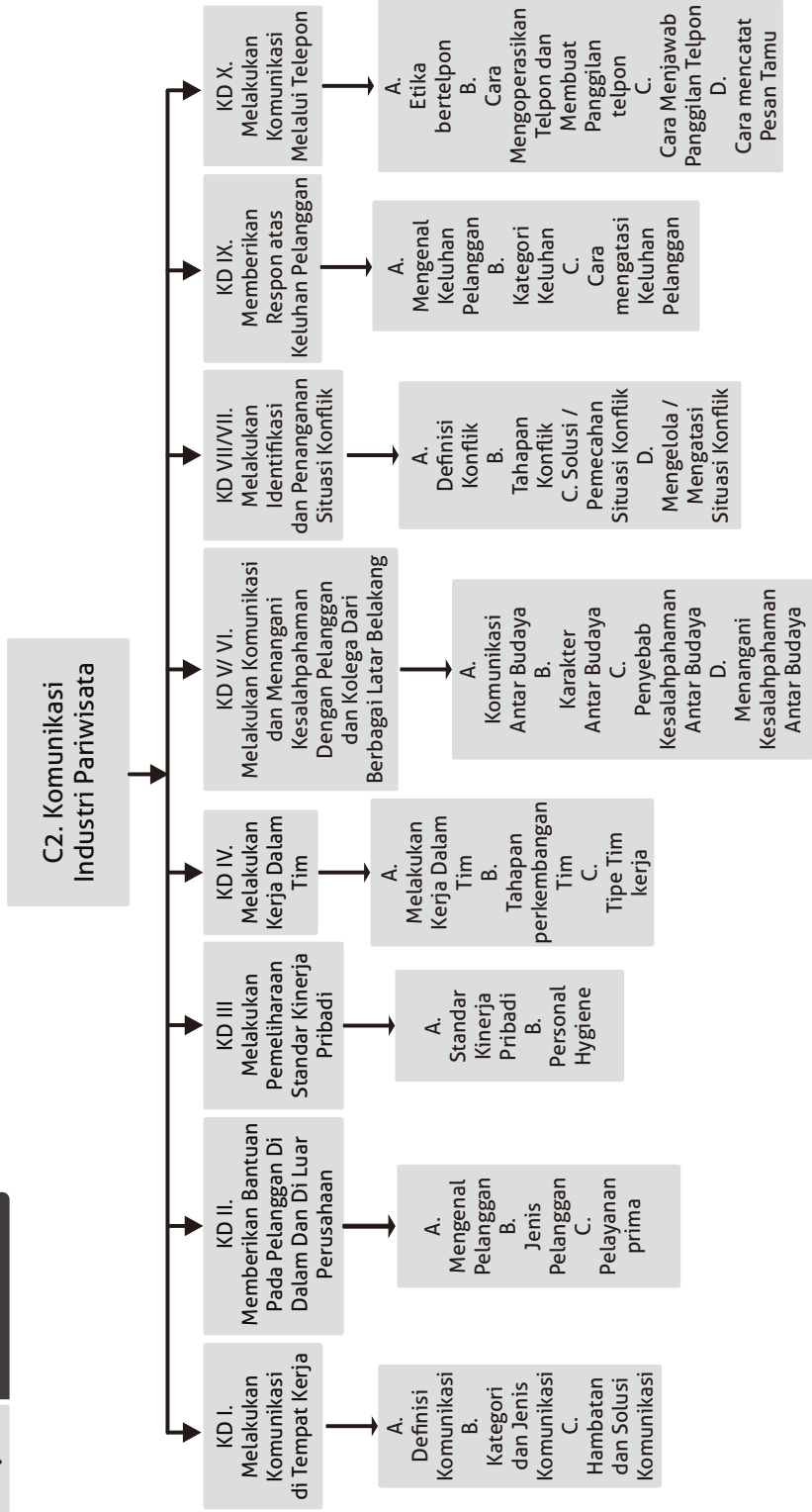
Kritik yang membangun dan saran yang konstruktif selalu kami nantikan dengan senang hati, demi peningkatan kualitas yang lebih baik lagi. Semoga buku ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu siswa siswi SMK. Dalam hal komunikasi, mengenal berbagai karakter pelanggan.

Penulis,

RR. Listianing Riandari



PETA KONSEP



BAB I

MELAKUKAN KOMUNIKASI DI TEMPAT KERJA

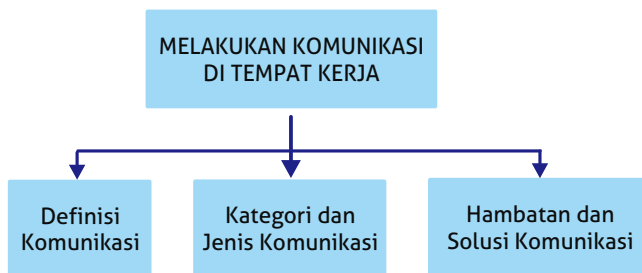


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang definisi komunikasi, peserta didik mampu mendeskripsikan definisi komunikasi tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang kategori dan jenis komunikasi, peserta didik mampu menjelaskan kategori dan jenis komunikasi tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang hambatan dan solusi komunikasi, peserta didik mampu mengidentifikasi hambatan dan solusi komunikasi tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

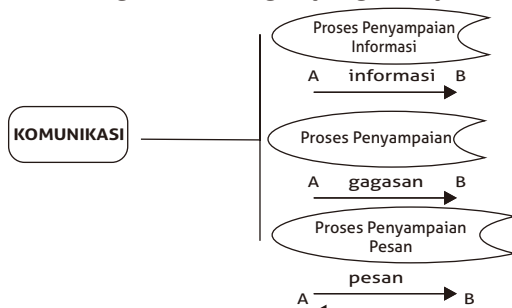
Komunikasi – Komunikator – Pesan – *Message* – Komunikasi – *Receiver* – Informasi – Alur – *Channel* – *Verbal* – *Non Verbal* – *Oral communication* – *Written communication* – Jarak – Jalur – Hambatan – Bahasa



Dalam melakukan aktivitas di kehidupan sehari-hari, kita saling berhubungan dengan orang lain untuk mencapai maksud dan tujuan yang kita inginkan. Salah satu untuk mencapai maksud dan tujuan yang kita inginkan adalah melalui jalur komunikasi supaya orang lain mengerti apa yang menjadi kehendak kita. Jalinan interaksi akan terbangun dengan baik bila hubungan dan komunikasi kita juga dengan orang lain berjalan baik, sehingga berkomunikasi yang baik menjadi sebuah kebutuhan. Apalagi dalam bidang jasa yang memberikan pelayanan kepada orang lain, misalkan perhotelan dan usaha pariwisata. Kedekatan dalam berkomunikasi menjadi erat kaitannya ketika memberikan pelayanan kepada tamu. Disamping itu, etika ketika berkomunikasi menjadi pendukung bagaimana komunikasi itu dapat berjalan dengan baik.

A. Definisi Komunikasi

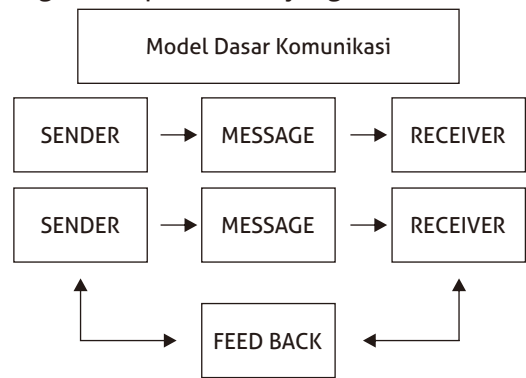
“Komunikasi” berasal dari kata “*Communicate*”, bahasa Latin yang artinya memberitahukan atau berpartisipasi. Dalam bahasa Inggris “*Communication*” artinya suatu pertukaran informasi, ide, atau konsep perasaan. Komunikasi dapat diartikan dimana manusia saling bertukar kata, gagasan dan perasaan. Bertukar gagasan, membantu seseorang untuk berhubungan satu dengan yang lainnya.



Gambar 1.1 Alur komunikasi (Sumber: Dokumen Pribadi)

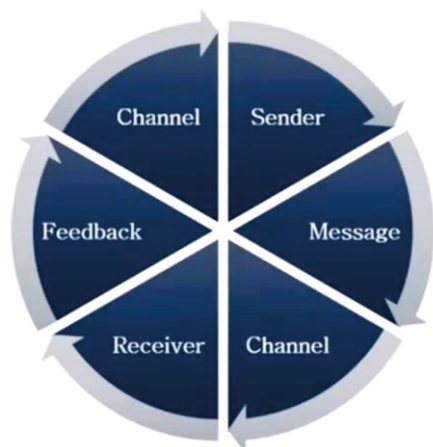
Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi, pesan, gagasan tanpa kata antara dua orang atau lebih dengan cara yang efektif sehingga pesan

yang dimaksud dapat dimengerti. Komunikasi yang tidak baik atau buruk merupakan salah satu alasan mengapa banyak sekali pekerjaan yang gagal atau tidak berhasil diselesaikan dengan baik oleh seseorang. Kemampuan berkomunikasi yang baik sangat tergantung dengan rasa percaya diri seseorang akan kekuatan pribadinya. Survey menyatakan bahwa komunikasi yang baik merupakan bagian dari pendidikan yang baik.



Gambar 1.2 Model dasar komunikasi (Sumber: Dokumen pribadi)

Process of Communication



Gambar 1.3 Hubungan antar komponen komunikasi (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=akfatVK5h3Y>)

Dalam berkomunikasi ada beberapa unsur yang terikat didalamnya, sehingga komunikasi tersebut dapat dilakukan dan tersampaikan dengan baik. Komunikasi terdiri atas lima unsur pokok yang saling



menunjang satu dengan lainnya. Unsur-unsur tersebut meliputi:

1. Komunikator (sender) yakni pihak yang menyampaikan berita dan disebut sebagai sumber berita. Sumber berita dapat berupa, perorangan; kelompok; suatu badan atau organisasi.
2. Pesan (message), yakni warta, berita atau pesan tersebut dapat berupa: lambang, gerak – gerak (mimik atau pantomimic), kode (isyarat), suara (sirine), bahasa lisan dan tulisan.
3. Media (channel) yakni sarana atau saluran yang digunakan sebagai tempat berlakunya lambang-lambang tersebut. Sarana ini dapat berupa: radio, televisi, telegram atau telephone, surat, surat kabar, majalah, dan buletin.
4. Komunikan (*receiver*), yakni obyek atau sarana dari kegiatan komunikasi. Komunikan adalah pihak yang menerima pesan disebut juga receptor atau recepiant.
5. Umpan balik (*feedback*) yakni respon balik atau tanggapan dari berita yang disampaikan.

B. Kategori dan Jenis Komunikasi

Pada saat melakukan bentuk komunikasi apapun, kita akan menggunakan berbagai tipe komunikasi. Umumnya ada dua tipe komunikasi, yakni verbal dan non verbal.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi secara lisan yang dikeluarkan seorang berupa kata dan bahasa yang keluar dari mulut atau suatu pembicaraan secara langsung, sehingga komunikan dapat memahmai langsung maksud dari pembicaraan (pesan yang disampaikan).

Contoh: berbicara, berdiskusi, pertanyaan, dosen menjelaskan saat kuliah, presentasi, dialog, percakapan,

debat, argumentasi, berbincang – bincang.

Komunikasi verbal dapat dibagi menjadi dua, yakni:

- a. *Oral communication* yakni komunikasi yang disampaikan langsung berhadapan atau face to face communication, seperti pembicaraan beberapa orang atau voice chat, video conferencing, dan percakapan dengan telepon atau mobile phone.



Gambar 1.4. Briefing sebagai salah satu oral communication
(Sumber: Dokumen pribadi)



Gambar 1.5. Interview kerja contoh oral communication
Sumber: Dokumen pribadi

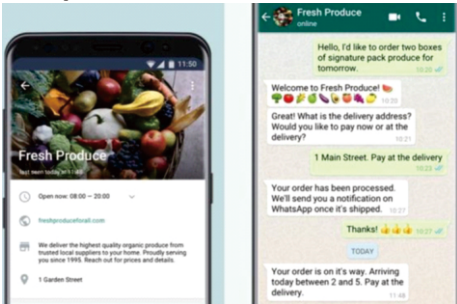


Gambar 1.6. Diskusi sebagai contoh oral communication
Sumber: Dokumen pribadi

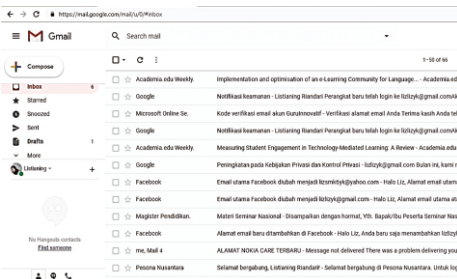


Gambar 1.7. Bertelpon merupakan bentuk oral communication
(Sumber: Dokumen pribadi)

- b. *Written communication* yakni komunikasi yang disampaikan tidak langsung berhadapan pada saat yang bersamaan, misalnya dokumen, email, *short message*, *social media* dan lainnya.



Gambar 1.8. Chatting sebagai written communication
Sumber: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-45042078>



Gambar 1.9. Email sebagai written communication
Sumber: Dokumen pribadi

Kapan *oral communication* atau komunikasi verbal digunakan? Saat bertemu dan menyapa, menjelaskan arah, memberi perintah, menjawab pertanyaan atau permintaan, melayani konsumen, menjelaskan barang-barang dan pelayanan, menangani keluhan tamu, membuat permintaan maaf, berkomunikasi dengan rekan kerja.

2. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi tanpa kata berupa isyarat, ekspresi wajah, *gesture*, *physical appearances* atau berupa simbol yang diungkapkan seseorang dalam berkomunikasi.

Komunikasi non verbal juga meliputi enam tipe yakni:

- a. *Kinesics*: komunikasi dengan ekspresi wajah atau *facial expression*, tatapan mata atau *eye contacts*, isyarat, dan sikap tubuh atau *gesture*



Gambar 1.10. Emoticon sebagai contoh komunikasi non verbal: Kinesics

(Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-vector/set-emoji-smileys-emoticons-isolated-vector-764987188>)



Gambar 1.11. Emoticon sebagai contoh komunikasi non verbal: Kinesics

(Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-vector/set-emoticons-emoji-isolated-on-white-383746414>)

Contoh dari kinesik lainnya adalah ekspresi wajah. Ekspresi wajah ini sering sekali dikenali dan dilakukan sehari-hari baik sadar ataupun tidak sadar. Berikut ini contoh kinesik yang berasal dari ekspresi wajah.



MATERI

Gambaran Ekspresi Wajah/ Facial Expression	Makna
	Tertawa =bahagia sesuatu yang terlihat lucu
	Sedih=kehilangan sesuatu yang tidak diinginkan
	Malu =Tersipu; perasaan sedang senang
	Marah = ketidakpuasan; rasa tidak ingin
	Bingung = ragu-ragu; tidak paham
	Takut =Perasaan was-was; khawatir

Tabel 1.1. Gambaran Ekspresi wajah/ Facial expression
Sumber: Dokumen pribadi

Sikap tubuh biasanya digunakan sebagai isyarat untuk menggantikan suatu kata atau frasa, misalnya mengangguk untuk mengatakan ya;

untuk mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan, misalnya memukul meja untuk menunjukkan kemarahan; untuk mengatur atau mengendalikan jalannya percakapan; atau untuk melepaskan ketegangan.

Gerakan tubuh / Isyarat	Makna
	Jari-jari dikepalkan = Merasa gemas; Merasa kesal/marah
	Ibu jari diajukkan sedangkan jari lain dikepalkan = bagus; baik; siap.
	Ibu jari dan jari telunjuk bertemu dan membuat lingkaran = oke; baik.
	Jari-jari dikepalkan dan diarahkan ke atas = maju; bertahan.
	Semua jari bertemu dan diletakkan di depan dada = harapan; selamat datang; ucapan terimakasih.

Tabel 1.2. Gambaran isyarat dari gerakan anggota tubuh
Sumber: Dokumen pribadi

Contoh *gesture* atau sikap tubuh yang dapat diartikan dalam komunikasi non verbal adalah:



Sikap tubuh/Gesture	Makna
	Sikap siap
	Sikap malas
	Sikap tidak tahu
	Sikap santai

Tabel 1.3. Gambaran Sikap tubuh/Gesture
Sumber: Dokumen pribadi

b. *Artifacts*: penampilan seseorang atau personal appearances yang menunjukkan personality seseorang.



Gambar 1.12. Personality appearance seorang Manager Hotel
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 1.13. Pemilihan busana sebagai personality appearance dalam nonverbal communication
Sumber: (https://web.facebook.com/jayakarta.yogyakarta/photos_all)



Gambar 1.14. Personality appearance dalam bidang Perhotelan
Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>



Gambar 1.15.
Personality appearance sebagai seorang Chef Hotel
Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>

c. *Proxemics*: membangun interaksi komunikasi dengan orang lain dengan memperhatikan jarak atau personal space. Jarak yang Anda gunakan ketika berkomunikasi dengan orang lain, termasuk juga tempat atau lokasi posisi lawan bicara berada. Pengaturan jarak menentukan seberapa jauh atau dekat tingkat keakraban dengan orang lain, menunjukkan seberapa besar penghargaan, suka atau tidak suka dan perhatian terhadap lawan bicara, selain itu juga menunjukkan simbol sosial. Dalam ruang personal, dapat dibedakan menjadi 4 ruang interpersonal:

1) Jarak intim

Jarak dari mulai bersentuhan hingga jarak satu setengah kaki. Biasanya jarak ini untuk bercinta, melindungi, dan menyenangkan.

2) Jarak personal

Jarak yang menunjukkan perasaan masing-masing pihak yang berkomunikasi dan juga menunjukkan keakraban dalam suatu hubungan, jarak ini berkisar antara satu setengah kaki hingga empat kaki.

3) Jarak sosial

Dalam jarak ini pembicara menyadari betul kehadiran orang lain, karena itu dalam jarak ini

pembicara berusaha tidak mengganggu dan menekan orang lain. Keberadaannya terlihat dari pengaturan jarak antara empat kaki hingga dua belas kaki.

4) Jarak publik

Jarak publik yakni berkisar antara dua belas kaki hingga tak terhingga.

Macam jarak saat berinteraksi/ <i>Personal space</i>	Makna
	Jarak yang menjauh menandakan rendahnya keakraban antar lawan bicara
	Jarak dekat menandakan keakraban dan penghargaan dalam pembicaraan
	Jarak yang dekat dan sentuhan merupakan pertanda keakraban dan atusias yang tinggi

Tabel 1.4. Personal space <https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg>

d. *Chronemics*: semboyan atau simbol yang dipakai untuk menunjukkan sesuatu dalam kehidupan sehari-hari. Seperti pada Tabel 1.5, dan Tabel 1.6.

e. *Vocalics* atau *Paralingustics*: tekanan suara ketika pesan atau message disampaikan kepada orang lain.

Termasuk dalam paralingustics adalah dengan memperhatikan rendah tingginya tekanan suara atau voice



MATERI

inflection, irama atau rhythm, pitch, tinggi rendah suara atau loudness dan tone. Misal irama suara yang pelan dan rendahnya tekanan suara menggambarkan perasaan biasa dan yang siap diajak bercakap oleh lawan bicara, sedangkan tekanan suara yang tinggi dan beratnya pitch diikuti dengan suara yang keras menandakan lawan bicara sedang marah atau tidak setuju. (Gambar 1.16)

3.301	3.302	3.303	3.304	3.305	3.306
Lokasi Mushalla	Lokasi Toilet Pria	Lokasi Toilet Wanita	Toilet Wanita / Pria	Lokasi Tempat Sampah	Lokasi Pos Surat
3.307	3.308	3.309	3.310	3.311	3.312
Lokasi Kafe	Lokasi Kantin	Lokasi Telepon	Lokasi Tangga	Lokasi Tangga Untuk Turun	Lokasi Tangga Untuk Naik

Tabel 1.5. Simbol rambu – rambu petunjuk (Sumber: http://www.cakrawijaya.com/2009/03/referensi-simbol-rambu-rambu_06.html)

1.101	1.102	1.103	1.104	1.105	1.106
Larangan	Dilarang Merokok	Dilarang Minum	Dilarang Makan	Dilarang Makan dan Minum	Dilarang Memakai Topi
1.107	1.108	1.109	1.110	1.111	1.112
Forklift Dilarang	Mobil Dilarang	Sepeda Dilarang	Pejalan Kaki Dilarang	Dilarang Berlari	Dilarang Me-nyeberang

Tabel 1.6. Simbol rambu – rambu keselamatan - Sumber: http://www.cakrawijaya.com/2009/03/referensi-simbol-rambu-rambu_06.html



Gambar 1.16. Intonasi suara keras dalam vocalics
Sumber: <https://dekoding.wordpress.com/2014/06/11/intonasi-kharisma-dan-citra-dalam-komunikasi/>

f. Haptics: sentuhan yang diberikan seseorang sebagai gambaran komunikasi.

Macam Sentuhan	Makna
 https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg	Sentuhan sebelah tangan dari lawan bicara yang ditempatkan di bahu tanpa tepukan = bersabar; menyapa
 https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg	Sentuhan sebelah tangan dari lawan bicara dengan tepukan keras dan tekanan keras = saling mendukung
 https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg	Bergandengan tangan = saling peduli
 https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg	Saling berdekatan badan = menyatakan keakraban; kekerabatan keluarga
 https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXBCZg	Saling bertemu sebelah tangan dan berjabat tangan = perkenalan; saling sepakat; saling menghargai; sebagai tanda penghormatan



 https://hellosehat.com/hidup-sehat/fakta-unik/apa-itu-bromance-adalah/	Tangan di letakkan melingkar di bahu lawan bicara = pertemanan yang akrab
 http://nakita.grid.id/read/022254/8-cara-sentuhan-yang-menyembuhkan-anak-dari-sakit?page=all	Tangan lawan bicara mengusap-usap kening lawan bicara = menyayangi
 https://www.apakes.com/amalkan-setiap-hari-4-tempat-ciuman/	Mencium bagian wajah lawan bicara = menyayangi; kasih sayang; cinta.
 https://www.kompasiana.com/nyayufatimahzahroh/555af467b67e61370723f23f2/55sttt-jangan-berbisik	Lawan bicara mengarahkan mulut ke telinga lawan bicara = berbisik

Tabel 1.7. Macam sentuhan/Haptics dan maknanya

Dalam perkembangannya, komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat banyak dipengaruhi oleh beberapa kepentingan. Perkembangan komunikasi dapat diklasifikasikan menurut sudut tinjauan antara lain:

a. Komunikasi menurut lawan

- 1) Komunikasi pribadi (*private communication*) yaitu antara satu lawan satu
- 2) Komunikasi umum (*public communication*) yaitu komunikasi

satu lawan banyak, dapat terjadi antara:

- a) Satu lawan satu
- b) Banyak lawan satu
- c) Banyak lawan banyak

b. Komunikasi menurut jumlah

- 1) Komunikasi perseorangan
- 2) Komunikasi dalam kelompok

c. Komunikasi menurut cara penyampaian:

- 1) Komunikasi Lisan
 - a) Contoh : berbicara, presentasi, pidato, dll

- 2.) Komunikasi Tertulis

- a) Contoh : surat, telegram, koran, spanduk, selebaran

d. Komunikasi menurut perilaku dan tujuan:

- 1) Komunikasi formal, yaitu komunikasi yang terjadi antara anggota organisasi yang secara tegas telah diatur dan ditentukan oleh struktur organisasi. Ciri umum dari komunikasi ini adalah berkaitan dengan proses penyelenggaraan kerja dalam mencapai tujuan, bersumber dari perintah resmi dan hanya diberikan oleh orang yang berwenang dalam organisasi dan terdapat sanksi resmi jika tidak dijalankan.

- 2) Komunikasi informal yakni komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan oleh struktur organisasi. Komunikasi informal ini berfungsi untuk memelihara hubungan sosial persahabatan kelompok, dimana penyebaran informasinya bersifat *gossip* atau desas desus, sehingga walaupun tidak resmi namun dapat memelihara kedekatan dengan



personallain.

- 3) Komunikasi non formal yaitu komunikasi antara yang bersifat resmi dan tidak resmi, merupakan perantara untuk memperlancar penyelesaian tugas resmi serta dapat mengarahkan komunikasi informal ke arah komunikasi formal.

e. Komunikasi Menurut Jalur

- 1) Komunikasi Langsung yaitu komunikasi yang tidak dipisahkan oleh jarak dan waktu. Antara lain : rapat, konferensi, panel diskusi, kuliah, pertemuan, wawancara.
- 2) Komunikasi tidak langsung yaitu komunikasi yang dipisahkan oleh jarak dan waktu. Komunikasi tidak langsung mempergunakan surat, memo, nota dinas, lembar disposisi, telepon, buletin, tanda – tanda (bel atau sirine).

f. Menurut Ruang lingkup

- 1) Komunikasi internal yaitu komunikasi yang berlangsung dalam organisasi, terdiri atas komunikasi dari atasan kepada bawahan berupa petunjuk, keterangan umum, perintah, teguran dan pujian, sedangkan dari bawahan kepada atasan berupa laporan, keluhan, pendapat dan saran. Terdapat komunikasi secara horizontal atau mendatar yaitu komunikasi anatar pimpinan dengan pimpinan atau antara bawahan dengan bawahan. Komunkasi horizontal ini kita sebut sebagai komunikasi garis koordinasi, sedangkan untuk komunikasi vertikal, kita menyebutnya dengan komunikasi garis perintah atau instruksi.
- 2) Komunikasi eksternal yaitu

komunikasi yang berlangsung antara organisasi dengan pihak masyarakat yang ada di luar organisasi, yang memiliki dua fungsi:

- a) Fungsi keluar, sering disebut fungsi kehumasan di beberapa perusahaan, dikenal dengan sebutan PR (*Public Relations*). Adapun tujuan dari komunikasi eksternal ini adalah untuk mendapatkan pengertian, kepercayaan, bantuan serta kerjasama dari masyarakat. Pelaksanaan dari komunikasi eksternal ini berupa pengeluaran publikasi, tatap muka di depan masyarakat umum, mengadakan pameran serta mengadakan hubungan dengan media pers.
- b) Fungsi kedalam bertujuan untuk mengetahui keinginan masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh organisasi. Di dalam sebuah perusahaan, kita menyebutnya sebagai *Customer Care* dan di hotel kita kenal dengan istilah *GRO / Guest Relation Officer* yang biasanya banyak menangani saran – saran atau *guest comment*, kritikan dan keluhan dari masyarakat terkait pelayanan, melibatkan masyarakat dalam kegiatan besar di hotel seperti *open house*, lebaran dan ulang tahun perusahaan, kegiatan CSR / *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab perusahaan dibangun di lingkungan masyarakat memiliki kedekatan sosial dengan lingkungan sekitarnya.

Komunikasi berjalan efektif sehingga



memperoleh *feedback* dari lawan bicara, maka pesan atau message harus memenuhi kaidah dan prinsip dasar informasi, yakni:

a. Prinsip menggunakan cara informasi yang paling mudah

Komunikasi akan lancar apabila sebagai reaksi mengenai informasi yang telah disampaikan dengan kata-kata yang tidak berbelit-belit.

b. Prinsip menggunakan alat komunikasi yang sederhana

Menggunakan alat komunikasi dengan cara yang sederhana dapat dilakukan melalui: surat menyurat, telepon atau bicara langsung.

C. Hambatan dan Solusi Komunikasi

Dalam proses komunikasi sering ditemui hambatan-hambatan yang berasal dari banyak faktor antar komunikator dan komunikan. Hambatan-hambatan ini mengakibatkan terjadinya salah pengertian. Macam - macam hambatan dalam komunikasi antara lain:

1. Hambatan bahasa

Hambatan bahasa dalam konteks ini adalah semua bentuk yang digunakan dalam proses penyampaian berita, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak-gerik dan sebagainya.

Bahasa yang digunakan dalam proses komunikasi menunjukkan tingkat intelektualitas, sehingga orang cenderung mempergunakan bahasa yang tinggi tanpa menghiraukan kemampuan yang diajak bicara, sehingga akan menimbulkan salah pengertian. Seperti pada **Gambar 1.17**, dan **Gambar 1.18**.

2. Hambatan Struktur

Hambatan struktur adalah hambatan yang ditimbulkan oleh perbedaan tingkat jabatan dalam struktur atau hirarki dalam organisasi. Kadang-

kadang, seorang bawahan merasa segan (jawa-sungkan) apabila akan bicara dengan atasannya. Rasa segan tersebut, komunikasi yang diharapkan antara bawahan dengan atasannya tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan. Seperti pada **Gambar 1.19**.



Gambar 1.17. Bahasa dalam satu suku yang menjadi hambatan komunikasi (Sumber: <https://gallerybatak.blogspot.com/2015/11/13-hal-ini-sudah-biasa-bagi-orang-batak.html>)



Gambar 1.18. Asumsi bahasa dari beberapa suku yang berbeda makna (Sumber: <https://me.me/i/ini-teh-susu-itu-susu-kan-mana-teh-nya-yee-17559235>)



Gambar 1.19. Hambatan struktur dalam jabatan atasan berbeda komunikasi dengan bawahan (Sumber: <http://republihotnews.com/index.php/2018/08/09/hindari-4-kebiasaan-ini-agar-tidak-dicap-sbagai-karyawan-yang-buruk/>)



3. Hambatan jarak

Hambatan jarak atau hambatan geografis adalah apabila antara kedua belah pihak yang mengadakan interaksi berada dalam suatu tempat yang berjauhan, sehingga mengalami hambatan dalam berkomunikasi.



Gambar 1.20. Berkomunikasi dengan surat sebagai solusi hambatan jarak (Sumber: <http://news.solopos.com/read/20111124/496125758/belajar-mengirim-surat>)

4. Hambatan Latar Belakang

Hambatan latar belakang adalah hambatan yang ditimbulkan oleh perbedaan latar belakang (*background*) pada diri seseorang sehingga menimbulkan gap atau rintangan dalam proses komunikasi.

Hambatan latar belakang dapat dibedakan, latar belakang sosial dan latar belakang pendidikan.



Gambar 1.21. Komunikasi dengan latar belakang sosial sering membedakan status sosial (Sumber: <http://bersamadakwah.net/4-nikmat-sedekah-yang-sering-tak-terpikirkan/>)

Apabila terjadi hambatan, carilah selalu jawaban pertama pada diri anda, kemungkinan terdapat penyampaian komunikasi tidak lengkap atau kesalahpahaman. Kemudian baru mencari bantuan kepada orang lain (rekan kerja, atasan, bawahan atau manajer yang sedang

bertugas).

Tidak jarang dalam berkomunikasi dengan orang lain selain hambatan yang kita temui, kita juga menemui kesulitan dalam mengartikan komunikasi dari lawan bicara. Ini berakibat pada kesalahpahaman pengertian kita dengan orang lain yang berbeda penerimaannya. Hal ini sebaiknya segera diidentifikasi untuk mencegah adanya kesalahpahaman dalam mencerna sebuah informasi, karena kesalahpahaman informasi akan berakibat pada kelalaian operasional, timbulnya keluhan pelanggan, *human error* dan banyak lagi. Langkah yang tepat setelah mengidentifikasi adanya kesulitan – kesulitan dan kesalahpahaman dalam berkomunikasi adalah:

1. Dengarkan dengan baik
2. Jangan menyela
3. Tunggu hingga orang selesai bicara
4. Minta maaf atas kesalahpahaman
5. Kemukakan pertanyaan untuk memperjelas pemahaman mengenai permasalahan yang ada
6. Tunjukkan empati dan rasa memahami, serta katakan bahwa anda berkeinginan membantu memecahkan masalah
7. Berbicaralah dengan normal, jangan mengeraskan suara anda
8. Tetaplah sabar dan sopan
9. Jelaskan tindakan apa yang akan dilakukan
10. Hubungi orang lain yang sesuai jika diperlukan
11. Tetap berikan informasi

Kunci utama dalam berkomunikasi adalah mendengarkan, sehingga sebagai komunikan dan komunikator dapat saling bertukar pesan dengan sempurna dan direspon dengan baik. Mendengarkan adalah *soft skill* yang harus dibiasakan karena ini merupakan etika dalam pergaulan dengan orang lain.



"8 Etika Komunikasi di Media Sosial Wajib Tahu"

Memperhatikan etika komunikasi di media sosial adalah salah satu hal yang memang penting untuk dilakukan. Bagaimana tidak, media sosial saat ini menjadi bagian dari cara berkomunikasi yang paling digemari orang. Kemudahan dalam komunikasi memang bisa ditemui dengan adanya media sosial ini. Bentuknya pun beragam, dimana pada dasarnya komunikasi yang akan dilakukan biasanya bersifat jaringan luas dan saling terhubung satu sama lain. Oleh karenanya, apabila dalam berkomunikasi di media sosial tidak memperhatikan etika, maka bisa saja seseorang tersebut menjadi bermasalah hingga menimbulkan konflik dengan orang lain.

Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi digital saat ini. Memang ada ciri-ciri media sosial khas yang bisa kita ketahui. Melalui media sosial, banyak orang bisa terhubung dengan mudah. Penyebaran informasi pun relatif lebih cepat dengan adanya media sosial. Ini adalah termasuk jenis metode komunikasi daring. Berikut ini adalah beberapa macam etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di media sosial:

1. Selalu perhatikan penggunaan kalimat
2. Berhati-hati saat menggunakan huruf
3. Perhatikan pemilihan warna huruf
4. Pemilihan simbol dan ikon yang tepat
5. Menggunakan bahasa yang sesuai

Untuk menambah pengetahuan Anda terkait materi ini, silakan membuka link internet dibawah ini:

8 Types of Nonverbal Communication
YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=csaYYpXB CZg>



TUGAS MANDIRI

1. Apakah yang dimaksud dengan komunikasi verbal dan non verbal?
2. Jelaskan komponen - komponen dalam komunikasi!
3. Sebutkan macam - macam dari komunikasi non verbal!
4. Carilah 10 contoh untuk komunikasi simbol di lingkungan mu dan artinya!
5. Jelaskan dan beri contoh hambatan dalam komunikasi!



PENILAIAN HARIAN

1. Pihak yang menyampaikan berita dan disebut sebagai sumber berita yaitu ...
 - A. Komunikasi
 - B. Communicate
 - C. Komunikator
 - D. Comentar
 - E. Comentator
2. Yang dimaksud dengan komunikasi pribadi yaitu ...
 - A. Satu lawan banyak
 - B. Satu lawan satu
 - C. Banyak lawan satu
 - D. Satu lawan dua orang
 - E. Banyak lawan banyak
3. Di bawah ini yang bukan hambatan - hambatan dalam berkomunikasi adalah ...
 - A. Hambatan bahasa
 - B. Hambatan latar belakang
 - C. Hambatan struktur
 - D. Hambatan orang dewasa
 - E. Hambatan jarak
4. Suksesnya komunikasi efektif tergantung pada beberapa komponen, yakni ...
 - A. Sender, media, verbal communication dan feedback
 - B. Pengirim, telepon, informasi, dan pengumuman
 - C. Berita, penerima, pengumuman, feedback
 - D. Sender, message, media, receiver, dan feedback
 - E. Pengirim, media, ekspresi, penerima
5. Komunikasi non verbal sangatlah kompleks, dimana kita mengekspresikan apa yang kita ingin sampaikan melalui ...
 - A. Lisan
 - B. Gerakan tubuh
 - C. Telepon
 - D. Penyampaian pesan
 - E. Diskusi



RANGKUMAN

Kebutuhan komunikasi merupakan dasar kehidupan seseorang selain sandang, pangan dan papan. Hal ini karena di zaman yang serba cepat, segala perubahan yang dialami seseorang juga akan merubah pola pikir seseorang seketika. Pemanfaatan informasi yang cepat berubah menjadi sebuah konsumsi utama bagi beberapa kalangan masyarakat. Melakukan komunikasi menjadi sangat penting ketika mendesak untuk dilakukan. Sebagai pemberi pesan, komunikator harus pintar memilih kata yang akan dituangkan dalam pesan menjadi sebuah rangkaian kalimat yang dapat dicerna oleh komunikan. Jika komunikan sulit untuk menerima pesan verbal yang disampaikan, maka komunikator dapat menyampaikannya melalui pesan non verbal. Ada banyak pesan non verbal baik dari ekspresi wajah, emoticon, sentuhan, intonasi suara dan simbol. Dilingkungan kita sehari-hari, simbol dalam sebuah lingkugan sering digunakan. Ini adalah salah satu perwujudan dari komunikasi non verbal itu sendiri.

BAB II

MEMBERIKAN BANTUAN PADA PELANGGAN DI DALAM DAN DI LUAR PERUSAHAAN

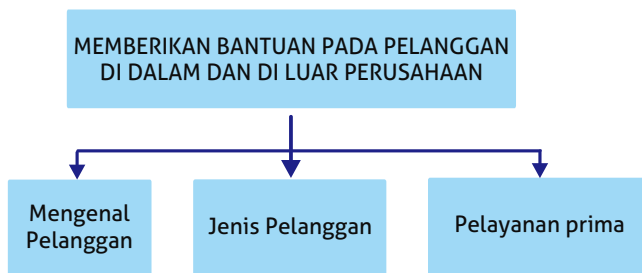


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang mengenal pelanggan, peserta didik mampu mendeskripsikan definisi mengenal pelanggan tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang jenis pelanggan, peserta didik mampu mengidentifikasi jenis pelanggan tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang pelayanan prima, peserta didik mampu menjelaskan pelayanan prima tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Pelanggan – *Costumer* – Bisnis – Perusahaan – Internal – Eksternal – Pelayanan – Service – Prima – *Service excellence*



Setiap bisnis yang dibangun membutuhkan pelanggan sebagai bukti bahwa bisnis tersebut bisa berhasil atau sebaliknya. Diharapkan para pengusaha bisnis adalah para pelanggan menyukai produk mereka dan kembali lagi melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Disatu sisi pelanggan memiliki kebebasan memilih produk mana yang menurut mereka sesuai, baik secara keuangan maupun secara kualitas. Disinilah sebuah peran yang bernama pelayanan prima ikut memberikan kontribusi. Pelayanan prima data mengalihkan yang awalnya adalah sebuah keinginan pelanggan menjadi sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pelanggan. Dalam memberikan pelayanan prima pun tidak semena-mena semua pelanggan adalah sama. Mengetahui karakter pelanggan adalah kuncinya. Sehingga melalui media ini akan dibahas bagaimana mengetahui jenis atau tipe pelanggan dan karakter pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan.

A. Mengetahui Pelanggan

Adanya pelanggan dimulai sejak terjadinya transaksi dalam perdagangan, dimana sebuah perdagangan berhasil disebut dengan transaksi. Jika ada tiga hal yakni penjual, pembeli dan adanya proses jual beli atau transaksi. Pembeli, pelanggan, konsumen menurut Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Ketentuan umum Pasal 1 angka 2, konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan. Di lingkungan masyarakat, berdasarkan berbagai pendekatan dan tergantung dari sifat industri yang ada, konsumen juga disebut sebagai pelanggan, client, nasabah, dan pasien. Dalam hal ini definisi pelanggan juga meliputi pelanggan internal dan eksternal:

1. Pelanggan internal (*internal customer*) adalah orang – orang (rekan kerja, teman sejawat, atasan, bawahan) yang bekerja pada perusahaan, lembaga atau instansi yang diposisikan memiliki pengaruh pada performansi (*performance*) pekerjaan atau perusahaan kita.
2. Pelanggan antara (*intermediate customer*) merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu.
3. Pelanggan eksternal (*external customer*) adalah pelanggan dari luar instansi atau perusahaan tanpa memandang adat istiadat dan budaya sebagai pemakai akhir produk



Gambar 2.1. Memberi ucapan selamat bagi vendor sebagai eksternal customer (Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)



Gambar 2.2. Peringatan ulang tahun sebagai kejutan bagi tamu di hotel (Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)

Setiap pelanggan sudah dapat dipastikan bahwa mereka mengharapkan pelayanan terbaik. Umumnya harapan itu berupa sikap sopan santun, perhatian dan pelayanan secepatnya terhadap barang atau jasa yang diperlukan.

Pelanggan umumnya mengharapkan



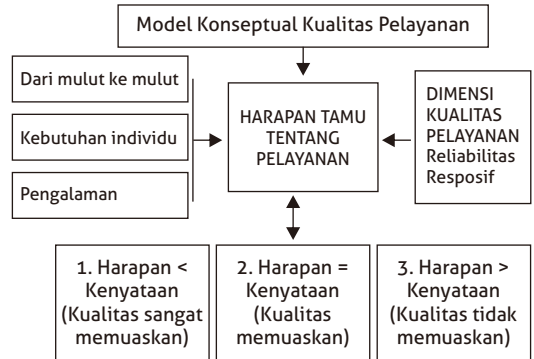
kualitas pelayanan yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. **Relability**, yaitu kemampuan yang dipercaya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan secara cepat.
2. **Assurance** atau kepastian atau jaminan, yaitu pengetahuan tentang sopan santun dan sifat respek kepada tamu, serta rasa percaya diri para pegawai dengan kemampuan yang dimiliki dalam memberikan pelayanan.
3. **Empathy**, yaitu perhatian dan atensi individual yang diberikan kepada pelanggan artinya terdapat rasa kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu.
4. **Responsiveness**, yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat.
5. **Tangible**, yaitu penyediaan fasilitas fisik dan perlengkapan serta penampilan pribadi penjual, pegawai atau karyawan.

No	Statement	Agree	Disagree	No opinion/Undecided
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				

Gambar 2.3. Komentar pelanggan atas pelayanan sesuai harapan
Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogyakarta/>

Sebuah kepuasan pelanggan dapat dilihat dari model konseptual kualitas pelayanan ini.



Gambar 2.4. Model Konseptual Kualitas Pelayanan
Sumber: Agus Sulastiyono, Manajemen Penyelenggaraan Hotel, CV Alfabeta Bandung

B. Jenis Pelanggan

Banyak pelanggan yang datang dan pergi dalam sebuah bisnis. Namun ada pelanggan yang selalu setia terhadap suatu produk. Hal ini karena pebisnis mengetahui karakter pelanggan, sehingga dapat memberikan perlakuan yang sesuai dengan karakternya.

Dalam bisnis pariwisata, jenis pelanggan dapat dibedakan menjadi:

1. Pelanggan individual

Pelanggan datang secara perseorangan (**FIT = Free Individual Traveller**)

2. Pelanggan group

Pelanggan yang datang secara rombongan atau kelompok (**GIT = Group Inclusive Tour**)

Di dalam jenis pelanggan pun, kita akan mengenal beberapa karakter pelanggan. Pepatah mengatakan: rambut sama hitam, namun pendapat bisa berbeda, yang secara umum berarti setiap orang adalah unik, memiliki karakter dan kepribadian sendiri. Berbagai macam karakter yang dapat disimpulkan antara lain:

1. Pelanggan Pria



Ciri khas pelanggan pria secara umum adalah:

- Mudah terpengaruh dan terpedaya oleh bujukan pemberi jasa pelayanan
- Kurang menaruh minat dalam hal penggunaan jasa pelayanan, sehingga sering terburu-buru dalam mengambil keputusan
- Mudah dipengaruhi oleh nasehat yang baik, dan argumentasi yang obyektif

Cara terbaik untuk memperlakukan pelanggan pria adalah melayani dengan cepat tanpa perlu banyak bicara dan fokus, kecuali kalau pelanggan memang ingin diperlukan lain. Dalam hal ini tentu para petugas yang mengetahuinya.



Gambar 2.5. Pelanggan pria senang dengan argument
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=oQtArj5U5I4>

2. Pelanggan Wanita Dewasa

- Pelanggan jenis ini tidak mudah terbawa arus atau bujuk rayu petugas pelayanan.
- Lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada kegunaannya, karena wanita lebih cenderung menggunakan perasaannya, sehingga terkadang tidak memperhatikan penjelasan teknis.
- Wanita lebih menyukai sesuatu yang bersifat "trend" terutama hal-hal yang berhubungan dengan mode.

Cara terbaik untuk memperlakukan pelanggan wanita adalah sebagai berikut: wanita senang menyediakan banyak waktu, sehingga mereka akan merasa senang jika dilayani dalam waktu yang cukup lama.



Gambar 2.6. Pelanggan wanita yang selalu ingin diperhatikan
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

3. Pelanggan Remaja

Karakter pelanggan remaja antara lain:

- Mudah terbujuk oleh rayuan iklan, kerapian kertas pembungkus (apalagi jika dihias dengan warna-warni yang menarik).
- Cenderung tidak bisa berhemat dan pemilih.
- Mengikuti mode atau trend yang sedang berlangsung.

Pada masa lalu kelompok remaja ini belum merupakan sasaran penjualan, tetapi sekarang sudah berubah sebab. Kelompok ini sudah dianggap sebagai pangsa pasar yang potensial.



Gambar 2.7. Pelanggan remaja dengan tipe terlalu pemilih
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OKDtvU-uHk>

4. Pelanggan Lanjut Usia

Ciri-ciri yang dimiliki oleh pelanggan lanjut usia, antara lain:

- Pada umumnya kelompok ini memiliki pola pikir yang sesuai dengan pengalaman hidupnya, dan sering tampak seolah-olah telah mengetahui



segala-galanya. Kadang-kadang para petugas dianggap sebagai anak yang perlu dinasehati.

b. Kadang-kadang kolot dan kaku.

c. Tidak terburu-buru dalam membeli barang, bahkan senang berbincang-bincang dulu dengan penjual.

Cara terbaik untuk memperlakukan pelanggan lanjut usia adalah dengan cara menyisihkan banyak waktu untuk melayani dan mendengarkan. Pelanggan jenis ini, penuh pengertian, kesabaran dalam mengikuti pergerakan pelanggan.

5. Pelanggan Anak-anak

Dalam melayani anak-anak, petugas sebaiknya tidak memperlakukan mereka sebagai anak kecil, tetapi sebagai orang dewasa. Jika petugas menghadapi mereka seperti sedang bermain-main, mereka dalam hati akan mencemooh petugas sekalipun diluar tampak tidak apa-apa. Mereka juga butuh penghargaan dan perlakuan layaknya orang dewasa karena suatu saat mereka akan menjadi dewasa.



Gambar 2.8. Pelanggan anak-anak yang membutuhkan suka cita dalam pelayanan

Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>

6. Pasangan Suami Istri

Ciri dari pasangan suami istri adalah:

a. Kadang-kadang terlibat dalam silang pendapat dalam memutuskan pembelian suatu barang

b. Sangat berhemat untuk pembelian barang

c. Lebih mengutamakan barang kebutuhan dibandingkan keinginan

Cara yang terbaik memperlakukan pelanggan suami istri adalah petugas sebaiknya bersikap netral dan cara memihakpun harus diusahakan dengan penuh hormat dan bijaksana. Jika salah satu pihak dari pasangan ini tampak dominan dan menguasai yang lain, petugas sebaiknya berindak bijaksana supaya pihak yang lebih lemah dapat dipengaruhi untuk menyetujui pendapat pasangannya.



Gambar 2.9. Tamu berpasangan yang harus selalu sepakat dalam pembelian (Sumber: Dokumen pribadi)

7. Pelanggan Pasangan Bertunangan

Pasangan yang bertunangan, biasanya sedang diliputi kebahagiaan yang berupaya menyesuaikan diri satu sama lain. Mereka biasanya akan tampak berusaha setia, sehingga jarang terjadi perselisihan. Cara pelayanan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Mengarahkan perhatian pada si gadis jika si pria membutuhkan suatu barang, demikian pula sebaliknya.

b. Mendengarkan dengan seksama dan penuh perhatian mengenai segala hal yang mereka utarakan dan untuk memberi saran apabila mereka hendak mempersiapkan pemenuhan kebutuhan rumah tangga.

c. Mengusahakan supaya pasangan ini dapat berdiskusi dengan leluasa mengenai barang-barang yang akan mereka beli.



Gambar 2.10. Pelanggan berpasangan yang berusaha seia sekata
Sumber: Dokumen pribadi

8. Pelanggan Wanita Hamil

Pelanggan wanita yang sedang hamil perlu mendapatkan perhatian ekstra, karena kadang-kadang hormone tubuhnya tidak stabil, sehingga membuatnya lekas marah dan mudah tersinggung.

Cara yang tepat memberikan pelayanannya adalah:

- a. Jika wanita hamil menunggu untuk waktu yang cukup lama, usahakan memberinya tempat duduk, sebab biasanya seseorang yang sedang hamil akan mudah merasa sesak nafas.
- b. Petugas sedapat mungkin bersikap sabar terhadap pelanggan yang sedang hamil, serta berusaha akrab dan membina hubungan yang baik dan harmonis.

9. Pelanggan Abnormal

Ada kemungkinan petugas akan menemui pelanggan yang tidak normal. Bila hal ini terjadi, perlakukan mereka sebagaimana orang normal lainnya. Mintalah maaf pada pelanggan berikutnya karena waktunya digunakan untuk melayani pelanggan yang tidak normal tersebut. Ciri-ciri pelanggan abnormal adalah tidak jelas arah pikirannya, daya ingatnya lemah, gugup, tidak tenang, dan sulit mengemukakan pendapat.

10. Pelanggan Orang Asing

Orang asing biasanya turis atau

ekspratiat bekerja di Negara kita, mungkin mengunjungi toko anda. Caranya adalah:

- a. Bersikap ramahlah terhadap mereka. Ketika menghadapi tamu asing masalah yang timbul biasanya adalah komunikasi. Bahasa menjadi kendalanya, tetapi penggunaan bahasa isyarat tidak dilarang.
- b. Biarkan tamu mengetahui harga yang sebenarnya, namun kelemahan ini jangan dimanfaatkan secara semena-mena. Bila mereka kebingungan dengan nilai tukar, bantulah dengan memberikan keterangan yang jelas sehingga mereka mengerti.

C. Pelayanan prima

Pengertian pelayanan prima (service excellence) adalah pelayanan yang terbaik diberikan kepada pelanggan. Baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan. Pelayanan atau dengan kata lain SERVICE mengandung arti:

S = Smile to everyone (berikan senyuman kepada semua orang)

E = Excellent in everything we do (kerjakan semuanya semaksimal mungkin dan memuaskan).

R = Reaching out to every guest with hospitality (jangkau dan dekati tamu dengan penuh ramah tamah).

V = Viewing every guest as special (memandang dengan rasa yang sangat penuh perhatian)

I = Inviting guest to return (melakukan segala sesuatu terhadap tamu yang akan membuat tamu tersebut datang kembali).

C = Creating a warm atmosphere (selalu menciptakan suasana yang akrab terhadap tamu).

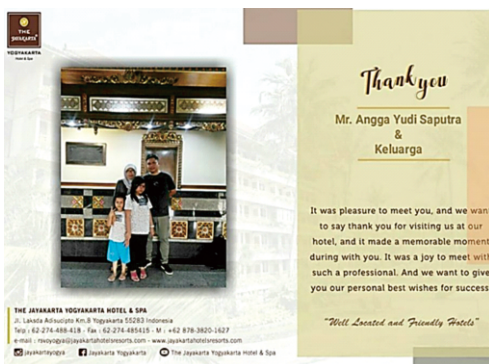
E = Eye contact that shows we care (mata sesekali harus kontak dengan pandangan



tamu sehingga tamu dapat memanggil kita bila memerlukan sesuatu).

Pelayanan prima memberikan manfaat seperti:

1. Layanan nilai tambah (*value-added service*), memberikan layanan di atas dan melampaui harapan pelanggan dan kadang mendapatkan ganjaran karena melakukan hal tersebut.
2. Rasa pencapaian (*sense of achievement*), perasaan personal sudah melakukan pekerjaan dengan baik.
3. Rasa kontribusi (*sense of contribution*), perasaan personal telah menjadi bagian dari sebuah tim dan memberikan kontribusi bagi keberhasilan bisnis.
4. Pengetahuan produk yang meningkat (*product knowledge*), memiliki pengetahuan yang lebih baik, mengenai bagaimana melakukan pekerjaan Anda secara efektif.



Gambar 2.11. Service excellence kepada tamu
Sumber: Facebook.jayakartahotels

Pelayanan prima terkait dengan berbagai macam unsur yang menjadi prinsip dasar dalam memberikan pelayanan. Unsur - unsur tersebut meliputi:

1. Penampilan yang menarik

Penampilan yang menarik akan menambah rasa percaya diri seorang karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Ditambah dengan

kemampuan pengetahuan produk yang mendukung akan semakin meningkatkan pelayanan itu sendiri.

2. Tepat, waktu dan janji

Disiplin dan tepat waktu merupakan kunci dari pelayanan prima, karena kebutuhan tamu yang setiap saat berubah harus dimaklumi dan dipenuhi sesuai keinginannya. Oleh sebab itu membiasakan diri dengan disiplin akan menimbulkan unsur dari pelayanan prima.

3. Kesediaan melayani

Service atau pelayanan yang diberikan oleh karyawan siap dalam waktu 24 jam, artinya kesediaan atau care dalam melayani dan memberikan saran yang terbaik kepada tamu sangat dibutuhkan.

4. Pengetahuan dan keahlian

Product knowledge dan competency skill memberikan kontribusi besar dalam pelayanan prima. Seorang karyawan yang memberikan pelayanan prima pasti telah memiliki product knowledge dan competency skill. Namun sebaliknya tidak semua karyawan yang memiliki product knowledge dan competency skill mampu memberikan pelayanan prima.

5. Kesopanan dan keramah tamahan

Sikap welcoming atau menerima keterbukaan akan menjadi point plus bagi tamu yang membutuhkan bantuan selama pelayanan.

6. Kejujuran dan kepercayaan

Sebuah kejujuran akan berbuah kepercayaan, sehingga nilai kejujuran ini mengarah pada kepercayaan tamu untuk dapat dilayani oleh karyawan tersebut.

7. Efisiensi

Penggunaan waktu yang tepat dan karyawan yang tepat akan mewujudkan



MATERI

pelayanan prima. Tidak hanya sebagai pelayanan yang memuaskan, namun menjadi pelayanan yang berkualitas tinggi.

8. Kesederhanaan

Sebuah pelayanan prima tidak dapat diukur dari mewahnya sebuah produk atau jasa yang diberikan kepada tamu, namun bagaimana human touch berbicara didalamnya. Informasi terkait detail-detail kecil dari tamu yang kita ketahui akan menjadi sebuah kejutan yang menarik bagi tamu.



Gambar 2.12. Petugas hotel dengan tampilan service excellence
Sumber: Dokumen pribadi



Scan me



Scan me



CAKRAWALA

(belum ada)



TUGAS MANDIRI

1. Apa yang dimaksud dengan pelanggan?
2. Jelaskan dan berikan contoh untuk pelanggan internal dan eksternal!
3. Sebutkan 3 hal yang menjadi ciri dari pelanggan pria, pasangan dan remaja!
4. Apakah yang dimaksud dengan service?
5. Coba Anda cari satu artikel di internet tentang tanggapan pelanggan tentang suatu produk atau jasa di bidang pariwisata.



JELAJAH INTERNET

Untuk menambah pengetahuan Anda terkait materi ini, silakan membuka link internet dibawah ini:

1. Types of Customers

<https://www.youtube.com/watch?v=OKDtxvU-uhk>

2. Instagram Jayakarta Yogyakarta

<https://www.instagram.com/jayakartayogya/>



PENILAIAN HARIAN

1. Pelanggan dari luar industri yang menerima suatu produk (end user) yang ditawarkan suatu organisasi bisnis merupakan...
 - A. Internal customer
 - B. Masyarakat
 - C. Eksternal costumer
 - D. Customer
 - E. Repeat customer
2. Bukan merupakan hubungan kerja antara perusahaan dengan karyawan adalah...
 - A. Karyawan mengantarkan barang atau jasa pada perusahaan
 - B. Karyawan menjalankan prosedur perusahaan
 - C. Karyawan mengoperasikan dan memproduksi produk perusahaan
 - D. Karyawan melakukan pemeriksaan terhadap produk
 - E. Karyawan mengontrol hasil produk
3. Tidak bertele - tele dalam memanfaatkan jasa pelayanan, yang termasuk tipe - tipe tamu...
 - A. Pelanggan wanita
 - B. Pelanggan remaja
 - C. Pelanggan anak – anak
 - D. Pelanggan pria
 - E. Pelanggan lanjut usia
4. Pelanggan FIT adalah ...
 - A. Pelanggan yang seenaknya sendiri
 - B. Pelanggan yang berpergian atas keinginan sendiri
 - C. Pelanggan yang terikat jadwal dengan acara tur
 - D. Pelanggan yang berpergian atas kehendak perusahaan
 - E. Pelanggan yang dibayarkan oleh pihak lain
5. Perlu mendapatkan perhatian ekstra karena

kadang hormon tubuhnya tidak stabil, sehingga membuat lekas marah dan mudah tersinggung, termasuk tipe pelanggan...

- A. Pelanggan wanita hamil
- B. Pelanggan abnormal
- C. Pelanggan orang asing
- D. Pelanggan pasangan suami istri
- E. Pelanggan anak - anak



RANGKUMAN

Pemberian layanan yang memuaskan sangat tergantung kepada karyawan itu sendiri. Treatment yang kita berikan kepada pelanggan harapannya tidak hanya memuaskan untuk sesaat, namun menjadi daya tarik untuk *word of mouth* bagi penjualan berikutnya di perusahaan. Hanya saja sebagai karyawan harus membiasakan diri mengenal karakter pelanggan yang dilayani, sehingga pelayanan yang memuaskan bisa menjadi pelayanan berkualitas tinggi.

BAB III

MELAKUKAN PEMELIHARAAN STANDAR KINERJA PRIBADI

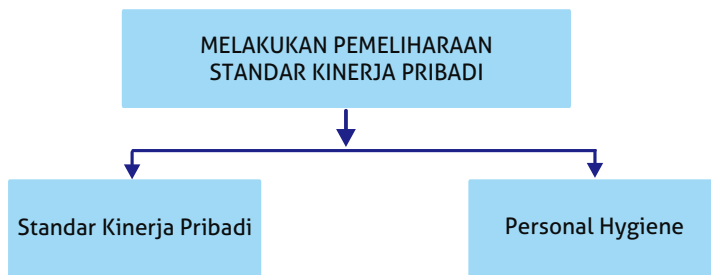


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang standar kinerja pribadi, peserta didik mampu mengaplikasikan standar kinerja pribadi tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang personal hygiene, peserta didik mampu menerapkan personal hygiene tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Standar – Penampilan – *Grooming* – Appreance – Personal – *Hygiene* – *Well grommed* – Bersih – Rapi - Hotel - Perusahaan



Penampilan diri seorang hotelier akan mempresentasikan penampilan dan citra hotel secara keseluruhan. Artinya jika seorang personel hotel berpenampilan menarik, rapi dan well grooming, maka orang akan menilai bahwa hotel tempat orang tersebut bekerja pasti bagus, demikian pula sebaliknya.

Suatu kondisi penampilan menyeluruh yang terawat, rapi dan bersih dari seseorang yang disesuaikan dengan waktu, tempat, acara dan kepentingan perlu diperhatikan bagi seorang personel hotel.

A. Standar Kinerja Pribadi

Seseorang yang sangat mementingkan penampilan pribadinya akan banyak mengadakan waktu melakukan berbagai langkah dan sikap untuk menjaga personal grooming secara maksimal sesuai dengan standar opini publik masyarakat dan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat tersebut.

Pengertian *grooming* sendiri adalah berasal dari kata *groom*. Menurut kamus Bahasa Indonesia artinya mengurus, merawat, rapi, atau pelihara. Secara harfiah, *grooming* artinya penampilan diri. Jadi, pengertian *grooming* secara singkat adalah penampilan seseorang, dimulai dari cara berpakaian hingga dengan tutur kata dan sopan santun, sehingga kecantikan atau ketampanan, bukan hanya dilihat dari luar sana. Tapi juga harus diiringi dalam (*inner beauty*) oleh karena itu, perilaku juga harus diperhatikan dalam berpenampilan.



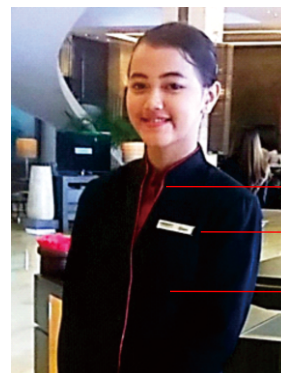
Gambar 3.1. Penerapan Personal Grooming dalam bidang Perhotelan
Sumber: Dokumentasi pribadi

Personal grooming erat kaitannya dengan *Well Grooming* yang berasal dari bahasa Inggris. Yaitu dari kata *to groom* yang berarti memelihara. Sedangkan *well* berarti baik. Jadi, *well groomed* berarti terpelihara dengan baik. Seseorang memperoleh julukan *well groomed* berarti terpelihara dengan baik. Seseorang memperoleh *well groomed* apabila rambutnya tersisir dan berpotong rapi, berpakaian rapi, dan luwes, sedap dipandang, serta menarik (*personal appearance*) sesuai dengan etika dan tata krama pergaulan, terutama pada bidang pekerjaannya.

Ciri-ciri *well groomed*, antara lain: rapi, bersih, cantik dan menarik, harmonis dan serasi.

Adapun *personal grooming* yang baik dalam bidang pariwisata adalah:

1. Mulai dari kebersihan diri atau *personal hygiene*
2. *Uniform* atau seragam
 - a. Pakaian seragam harus dijaga dengan baik supaya dapat digunakan sesuai dengan waktunya
 - b. Tidak ada bagian yang sobek
 - c. Di setrika dan dilicinkan, sehingga selalu rapi dan tidak kusut
 - d. Selalu bersih dan tidak ada noda
 - e. Gunakan pakaian seragam yang sesuai dengan ukuran tubuh



- Kancing baju dirapikan
- Menggunakan name tag
- Baju bersih dan rapi

(Sumber: Dokumen pribadi)



- Ukuran baju pas di badan
- Mengenakan name tag
- Hiasan/ornament baju sederhana

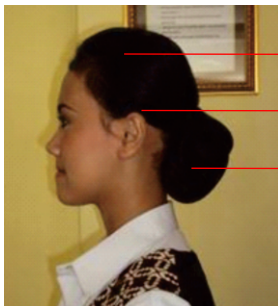
Gambar 3.2. Tampilan seragam kerja bersih dan rapi sesuai ukuran badan (Sumber: Dokumen pribadi)

3. Hair/ Rambut

Wanita:

- Bersih dan tidak berketombe
- Rambut dengan warna asli (tidak diwarnai) dan mengkilat
- Rambut panjang sebaiknya diikat dan di harnet
- Rambut tidak menutupi wajah
- Pilih assesories yang sederhana untuk rambut

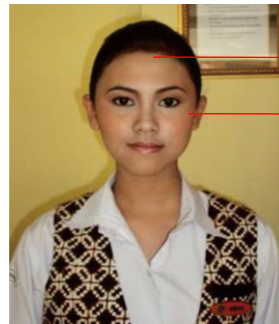
Tatanan rambut wanita yang baik seperti berikut:



- Rambut di sisir rapi
- Rambut tidak menutupi telinga
- Diberi cepol / sanggul rambut



- Rambut kelihatan rapi
- Cepol / sanggul simetris di tengah



- Disarankan tidak berponi
- Tatanan rambut tidak menutupi mata dan wajah

Gambar 3.3. Tampilan tatanan rambut wanita yang disarankan untuk bekerja (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pria:

- Bersih dan tidak berketombe
- Warna asli dari rambut dan mebgkilat
- Potongan rambut tidak mencolok / sederhana
- Dipotong pendek dan rapi
- Wajah terhindar dari jenggot dan kumis



- Potongan rambut rapi
- Tidak menutupi wajah dan mata



- Potongan rambut sederhana
- Potongan diatas telinga dan sedikit tipis
- Diatas kerah baju

Gambar 3.4. Tampilan tatanan rambut pria yang disarankan untuk bekerja (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



4. Teeth / Gigi

- Gigi disikat minimal 2x sehari
- Gigi bersih dari sisa makanan
- Napas tidak berbau
- Membiasakan menggunakan teeth floss / benang pembersih gigi untuk menghindari sisa makanan yang menyelip diantara gigi

5. Nails/ Kuku

- Kuku senantiasa pendek
- Bersih
- Tidak menggunakan kutek/nail polish, untuk Front Office beberapa diperbolehkan menggunakan kutek natural

6. Name tag/ Pelat nama

- Name tag selalu dipakai selama bertugas sesuai dengan desainnya.
- Dijaga agar tetap utuh dan mudah dibaca.
- Bersih, tidak tergores, dan tidak ternoda.

7. Jewelry/Perhiasan

- Hanya satu cincin kawin yang boleh digunakan di tangan kiri atau tangan kanan.
- Tidak diizinkan memakai gelang
- Tidak boleh memakai kalung
- Hanya karyawan wanita yang boleh menggunakan anting-anting dengan bentuk menempel atau kecil lengkap 1 pasang
- Mengenakan satu jam tangan kerja dengan warna natural dan bentuk normal
- Permukaan jam tidak boleh melebihi ukuran permukaan pergelangan tangan.
- Karyawan dapur tidak diijinkan memakai jam tangan selama bertugas.



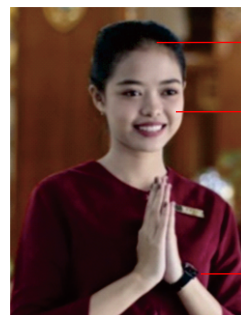
Gambar 3.5. Mengenakan asesories kerja yang sederhana
Sumber: The Jayakarta Hotel & Spa Yogyakarta

8. Make up /Dandan

- Ringan dan sederhana menggunakan warna natural, tidak berlebihan
- Diwajibkan menggunakan lipstick bagi wanita
- Menggunakan parfum dengan wewangian natural
- Hindari parfume dengan bau mencolok
- Kosmetik pria biasanya berupa deodorant, parfum, minyak rambut.



- ➔ Riasan wajah ringan tidak berat dilihat
- ➔ Gunakan warna make up
- ➔ Kenakan lipstick selama bekerja



- ➔ Rambut tidak menutupi
- ➔ Riasan tampak sederhana
- ➔ Kenakan asesories seperlunya

Gambar 3.7. Dandan wajah untuk wanita
Sumber: The Jayakarta Hotel & Spa Yogyakarta



9. *Shocks–stocking/ Kaus kaki*

- Warna natural tidak bergambar, idealnya berwarna gelap seperti hitam atau yang ditetapkan oleh perusahaan
- Terhindar dari bau keringat
- Kaos kaki dalam kondisi baik dan nyaman dikenakan

10. *Shoes/ Sepatu*

- Bersih dan di semir sesuai warna
- Desain sesuai dengan yang disediakan oleh perusahaan
- Menggunakan sepatu kerja/ pantofel yang sesuai ukuran kaki
- Disarankan tidak bertali (pria)

Secara umum penampilan kerja yang disarankan pada bidang Pariwisata adalah:



Gambar 3.8. Penampilan bekerja secara keseluruhan untuk pria dan wanita (Sumber : Dokumentasi pribadi)

Salah satu contoh penampilan karyawan di departemen Food and Beverage Service:

1. Tampilan rambut rapi
2. Dandanan natural
3. Seragam sesuai ukuran badan
4. Menggunakan nametag
5. Minim assesoris
6. Sepatu standar kerja



Gambar 3.9. Penampilan bekerja seorang Waitress (FB Service)
Sumber: Dokumentasi pribadi

Contoh penampilan karyawan di bidang Front Office

1. Tampilan rambut rapi
2. Dandanan natural
3. Seragam sesuai ukuran badan
4. Menggunakan nametag
5. Sepatu standar kerja



Gambar 3.10. Penampilan bekerja seorang Front Desk (Front Office)
Sumber: Dokumentasi pribadi



MATERI

Contoh penampilan karyawan di bidang Housekeeping

1. Tampilan rambut rapi
2. Dandananan natural
3. Seragam sesuai ukuran badan
4. Menggunakan nametag
5. Minim asesoris
6. Sepatu standar kerja



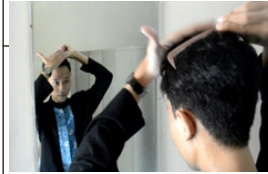
Gambar 3.11. Penampilan kerja Housekeeping
Sumber: Dokumentasi pribadi

Untuk industry perhotelan, sesaat sebelum bekerja, karyawan perlu mempersiapkan diri untuk *personal grooming* yang telah diterapkan oleh masing - masing perusahaan.

Adapun kegiatan menjaga *personal grooming* sewaktu akan bekerja adalah:

Pria	Wanita
1.Datang ke tempat kerja lebih awal dan meminjam seragam dari bagian Uniform hotel	
2.Mengenakan seragam sesuai departemen di loker karyawan	

3.Berdandan dan merapikan riasan



4.Mengenakan standar sepatu kerja /Pantofel



5.Tertib melakukan presensi kehadiran



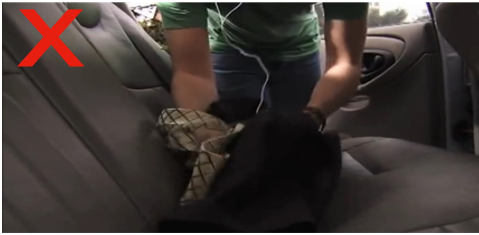
Penampilan siap bekerja dengan well groomed



Tabel 3.1 Langkah persiapan penampilan kerja/ grooming
Sumber : Dokumen pribadi

Penampilan yang baik akan menunjukkan profesionalitas seseorang di perusahaan, sedangkan sebaliknya penampilan yang kurang baik membuat orang lain menilai tidak profesionalnya seorang karyawan. Berikut perilaku yang harus di hindari untuk mempersiapkan penampilan:

1. Membiasakan tidak merawat seragam kerja dan menyimpan dalam keadaan tidak rapi.



Gambar 3.12. Pemeliharaan seragam yang tidak benar

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

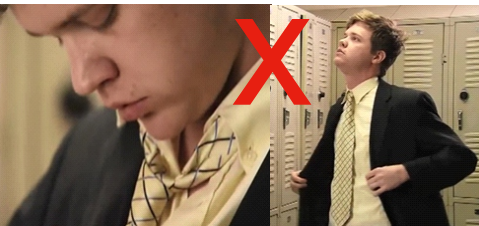
2. Masuk kerja tepat waktu bahkan terlambat, sehingga terburu-buru dalam menyiapkan grooming,



Gambar 3.13. Masuk kerja tidak tepat waktu untuk mempersiapkan penampilan kerja

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

3. Mengenakan seragam seenaknya tidak sesuai aturan berseragam, sehingga kelihatan berantakan.



Gambar 3.14. Tidak menerapkan kerapian dalam berpakaian kerja

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

4. Tidak menerapkan personal hygiene, seperti cuci tangan setelah dari toilet, menempelkan sisa makanan di dinding, rambut tidak disisir rapi.



Gambar 3.15. Mengabaikan personal hygiene

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

5. Rendahnya produktifitas kerja , karena gaya hidup kurang sehat dan tertib.



Gambar 3.16. Melanggar etika sikap dalam bekerja

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

6. Menunjukkan sikap tidak profesional sebagai karyawan hotel



Gambar 3.17. Sikap tidak profesional dalam bekerja

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>

B. Personal Hygiene

Dalam bekerja, kerapian tidak saja dibutuhkan oleh karyawan, namun kebersihan dari karyawan merupakan kunci dari standar kerja karyawan. Kebersihan yang kita kenal dengan sebutan Hygiene adalah suatu pengetahuan yang membahas tentang kebersihan dan cara hidup sehat bagi seseorang. Berbagai macam pengertian hygiene adalah:

1. Menurut Gosh arti hygiene adalah suatu ilmu di bidang kesehatan yang meliputi semua faktor yang mendorong terwujudnya kehidupan yang sehat, baik individu maupun masyarakat.
2. Menurut Shadily, hygiene adalah suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang kesehatan. Hygiene erat hubungannya dengan perorangan, makanan dan minuman karena merupakan syarat untuk mencapai derajat kesehatan.



3. Menurut Depkes RI (tahun 2004) pengertian Hygiene adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan individu, misalnya mencuci tangan untuk kebersihan tangan, mencuci piring untuk melindungi kebersihan piring, membuang bagian makanan yang rusak untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan. Sedang dalam Depkes RI (1994) hygiene lebih kepada upaya penyehatan diri.
4. Menurut UU No. 2 Tahun 1996 pengertian hygiene adalah semua usaha untuk memelihara, melindungi, dan meningkatkan derajat kesehatan badan, jiwa, baik untuk umum maupun perorangan yang bertujuan memberikan dasar-dasar kelanjutan hidup yang sehat, serta meningkatkan kesehatan dalam perikemanusiaan.

Jadi dapat disimpulkan definisi hygiene adalah semua usaha yang dilakukan baik secara inividu maupun berkelompok untuk menjaga dan memelihara kesehatannya sehingga mampu melakukan aktivitas dengan baik untuk kelangsungan hidupnya. Ruang lingkup hygiene sendiri memiliki dua lingkup yakni Hygiene perorangan (Personal hygiene) dan Hygiene makanan dan minuman (Food Beverage Hygiene). Materi Standar kinerja pribadi membahas pada lingkup Hygiene perorangan (Personal hygiene).

Perawatan yang dilakukan dalam rangka menciptakan kebersihan bagi diri seseorang akan mencerminkan gaya hidup sehat dan disiplin, karena personal hygiene dilakukan setiap hari dan menjadi kebiasaan yang baik bagi seorang karyawan. Adapun macam - macam perawatan personal hygiene :

1. Menyikat gigi setidaknya 2x sehari



2. Keramas secara berkala



3. Mandi setiap hari min. 2x sehari



4. Mencukur kumis/jenggot setiap hari





5. Menggunakan deodorant



6. Mencuci tangan dengan benar



Gambar 3.18. Perawatan menjaga personal hygiene

Sumber : www.shutterstock.com

Fungsi dari menjaga personal hygiene adalah:

1. Untuk membutuh bakteri dan kuman baik yang ada di lingkungan sekitar (factor luar) maupun yang berasal dari dalam diri seseorang (factor dalam)
2. Menghindari bau napas dan bau badan, dimana setiap jam air ludah mengeluarkan enzim begitu juga dengan keringat.
3. Menerapkan hidup sehat, disiplin dan terhindar dari penyakit. Hal ini dikarenakan kebiasaan menjaga kebersihan menjadi sebuah disiplin kegiatan sehari-hari seorang karyawan.
4. Meningkatkan rasa percaya diri dari karyawan, sehingga karyawan tidak segan/ berjauhan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan.
5. Memelihara kebersihan diri seseorang dan memperbaiki personal hygiene yang kurang

Salah satu penerapan personal hygiene yang paling mudah adalah mencuci tangan. Mencuci tangan dapat dilakukan pada saat:

1. Cucilah tangan setelah merokok, karena sisa nikotin dalam rokok masih menempel pada tangan si perokok.



Gambar 3.19. Nikotin yang melekat pada tangan perokok

Sumber: https://www.shutterstock.com/es/image-photo/young-man-smoking-cigarette-232964731?src=Aelr1ax_wBF1og2jPuyMQ-1-1

2. Setelah menyentuh bagian tubuh



Gambar 3.20. Jari tangan yang kotor setelah menyentuh bagian tubuh

Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/woman-picking-her-ear-342461828>

3. Setelah keluar dari toilet atau dari jamban



Gambar 3.21. Kuman yang menempel pada jari tangan saat di toilet (Sumber: https://www.shutterstock.com/es/image-photo/close-woman-flush-toilet-bowl-after-1183013422?src=8w_QBz_sVJbn193Szu6AQQ-1-6)



4. Setelah memegang uang



Gambar 3.22. Memegang uang yang mengandung kuman
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/men-hold-money-on-white-background-628971908>

5. Setelah memegang sampah



Gambar 3.23. Sampah mengandung banyak kuman dan kotoran
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/hand-throws-garbage-into-urn-1042887055>

6. Sesaat setelah batuk dan bersin



Gambar 3.24. Batuk dan bersin mepindahkan kuman penyakit pada tangan (Sumber: <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/young-girl-fell-ill-coughing-582174574?src=LjZQsbDVJOrQ-WoqpNFHfg-1-27>)

7. Setelah memegang hewan peliharaan



Gambar 3.25. Kuman bisa berasal dari hewan peliharaan
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/hands-touch-dog-s-head-show-427427557>

Cucilah dengan menggunakan sabun dan bilas dengan menggunakan air yang bersih. Berikut langkah mencuci tangan yang benar, silakan disimak dan praktekkan dalam kehidupan sehari – hari.

1. Gunakan sabun pencuci tangan



2. Usapkan sabun pada telapak tangan dan basahi dengan air



3. Gosok punggung tangan kiri dan kanan



4. Berganti menggosok disela-sela jari





5. Lakukan membentuk jari seperti kuncup untuk membersihkan ujung-ujung jari



6. Bersihkan lingkaran ibu jari dan sekitarnya



7. Bilas tangan dengan air mengalir



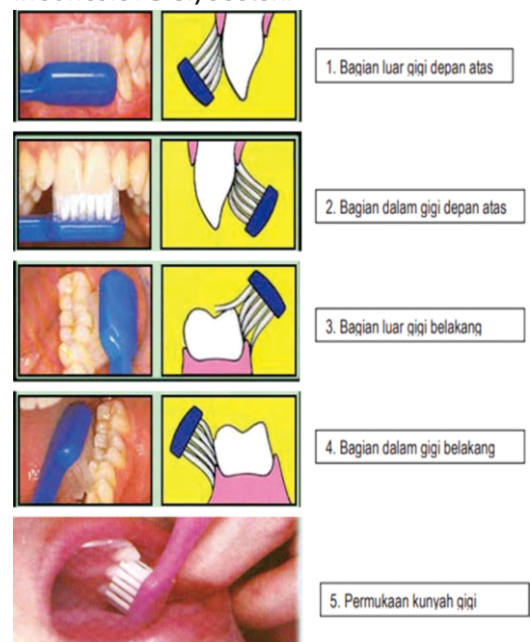
8. Keringkan tangan dengan tissue atau handuk kering



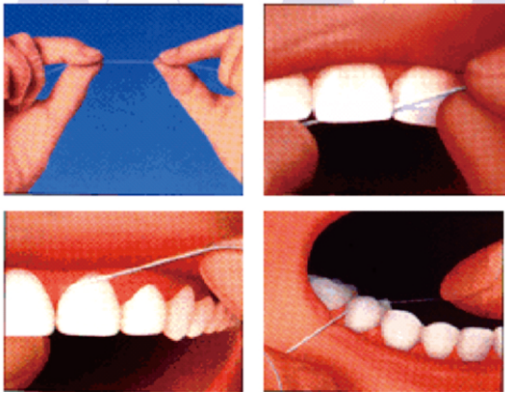
Gambar 3.26. Cara tepat mencuci tangan yang sehat
Sumber: Dokumen pribadi

Berikut juga untuk perawatan menyikat gigi sangat penting dilakukan oleh karyawan untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut. Hal ini karena di dalam mulut kita, setiap saat air ludah mengeluarkan enzim untuk mencerna makanan. Bila terdapat sisa makanan dalam mulut maka enzim tersebut akan membuat mulut menjadi bau karena mengeluarkan gas didalam mulut. Kebersihan gigi dapat dilakukan dengan menggosok gigi setiap hari dengan pasta gigi. Jika tidak, gigi kita akan terinfeksi oleh kuman-kuman penyakit yang nantinya akan membuat bau napas yang tidak sedap, warna gigi berubah, kerusakan gigi dan gusi, serta yang paling parah yaitu keroposnya gigi. Untuk itu gigi harus tetap dirawat secara teratur dan konsisten. Setidaknya enam bulan sekali melakukan pengecekan kesehatan gigi di dokter gigi.

Cara menyikat gigi yang benar yang disarankan oleh Persatuan Dokter Gigi Indonesia PDGI) adalah:



Gambar 3.27. Cara sikat gigi yang benar
Sumber: http://pdgi.or.id/?smd_process_download=1&download_id=687



Gambar 3.28. Cara menggunakan flossing gigi yang benar
Sumber: (<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/09%20Kesehatan%20Gigi%20&%20Mulut.pdf>)

Terkait *personal hygiene* diatas, *Posture* / sikap tubuh saat bekerja pun menjadi perhatian bagi karyawan. *Posture* adalah sikap tubuh atau posisi tubuh pada waktu melaksanakan tugas. Postur tubuh ini juga dapat mempengaruhi tamu terhadap pelayanan yang diterima dan yang akan di terima. Postur tubuh yang tegap dan sigap memberikan kesan bahwa karyawan tersebut siap melayani dan meyakinkan akan dapat melayani dengan baik. *Posture* yang baik menandakan bahwa karyawan tersebut siap melayani atau *willing to serve people*. Postur tubuh yang baik adalah :

1. Berdiri tegak pada kedua kaki. Tidak ada kaki yang ditekuk, atau digelayunkan atau digoyang-goyang.
2. Dada dibusungkan keluar
3. Tonjolan perut ditarik sedikit.
4. Jangan bersandar pada furniture
5. Jangan bersandar pada tembok.
6. Jangan berjantai atau bersikap lemah lunglai
7. Jangan berpangku tangan
8. Jangan menunjukkan sikap yang tidak hygiene.

Sikap tubuh juga terkait dengan cara berjalan, cara berbicara dan sopan santun.

Cara berjalan dan sopan santun yang menunjukkan profesionalitas adalah:

1. Cara berjalan

Cara berjalan seorang personal hotel harus memperhatikan beberapa hal terutama bagi mereka yang ada kecenderungan "*direct contact*" dengan guest dan visitors. Dengan kata lain mereka tidak boleh asal – asalan bersikap dalam berjalan. Hal – hal yang harus diperhatikan oleh seorang personel hotel dalam berjalan antara lain

- a. Berjalan sesuai dengan kebutuhan, tidak terlalu cepat sehingga terkesan tergesa – gesa dan tidak terlalu lambat sehingga terkesan malas – malasan.
- b. Tidak boleh banyak menoleh ke kanan dan ke kiri
- c. Tidak boleh banyak menunduk atau menengadahkan, pandangan harus lurus kedepan.
- d. Gaya berjalan hendaknya dikontrol jangan berlenggak – lenggok atau terlalu kaku.
- e. Mempersilakan orang lain berjalan duluan pada saat berjalan satu arah.
- f. Memberi jalan pada orang lain pada saat berpapasan dengan orang lain.

2. Cara berbicara

Berbicara mengandung usaha, diharapkan dari pembicaraan itu akan menimbulkan suatu efek atau yang dikehendaki, yaitun pengerertian. Berbicara dikatakan efektif apabila apa yang dibicarakan itu mudah, cepat dan tepat dimengerti oleh pendengarnya. Suatu pembicaraan yang tidak terarah, terlalu bertele-tele, bukanlah merupakan cara berbicara yang efektif. Efektif tidaknya seseorang itu berbicara, sangat ditentukan oleh kemampuan



pembicara untuk mempengaruhi para pendengarnya. Oleh karena itu, seorang pembicara yang baik adalah yang dapat mempengaruhi pendengar-pendengarnya dengan sikap dan gerak-geriknya dari pada dengan perkataan-perkataannya.

Sebelum kita berbicara, berbagai macam persoalan perlu dipertanyakan terlebih dahulu, yaitu:

- a. Apa yang akan dibicarakan?
- b. Dengan siapa kita akan berbicara?
- c. Bagaimana cara kita berbicara?
- d. Dimana kita akan berbicara?
- e. Kapan akan dibicarakan?

Agar kita berbicara seseorang efektif dan didengar orang, dapat ditempuh berbagai cara, misalnya : mengutarakan dorongan kebutuhan, menghargai para pendengar dan memanfaatkan dorongan ingin tahu.

3. Sopan santun

Beberapa contoh dari sopan santun yang dapat diberikan kepada tamu adalah:

- a. Berbicaralah dengan suara yang jelas iramanya dan yang menyenangkan.
- b. Mempunyai kebiasaan tersenyum saat berbicara
- c. Mengucapkan salam kepada setiap orang yang ditemuinya, lebih – lebih jika disertai penyebutan nama yang diberi salam. Dalam memberi salam ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:
 - 1) Melihat kepada orang yang diberi salam
 - 2) Mempergunakan suara dengan volume yang cukup jelas
 - 3) Ucapkan salam disertai dengan senyuman
 - 4) Hindari kebiasaan memotong

pembicaraan orang lain.

- d. Tampilkan diri anda dalam keadaan siap menerima tamu dengan sikap badan yang baik, muka ceria, tempat kerja rapi dan bersih serta peralatan dan bahan siap untuk dipakai.
- e. Sapalah tamu saat ia menghampiri Anda dan tanyakan apa yang bisa anda bantu.
- f. Selalu mengingat dan memanggil nama tamu dengan namanya.
- g. Bersikap membantu kepada setiap tamu.
- h. Jangan merokok jika sedang bekerja dan berada di area tamu.
- i. Jangan bersin sambil menghadap tamu, gunakan saputangan bersih untuk menutup hidung saat bersin.
- j. Jangan menggaruk – garuk hidung atau memasukkan jari tangan ke lubang hidung.
- k. Jangan membuang sampah, puntung rokok di sembarang tempat. Jika menemukan kotoran – kotoran yang tidak pada tempatnya ambil dan buang ke tempat sampah. Bila tidak memungkinkan melakukan sendiri laporkan kepada petugas yang bertanggung jawab.
- l. Jangan membuat tempat kerja tidak teratur, simpan kertas atau peralatan kerja lain pada tempatnya dengan baik.

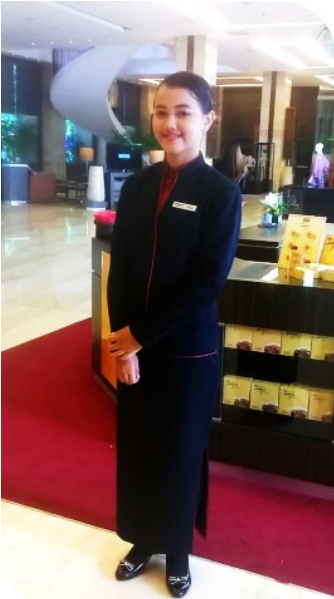
Karyawan merupakan investasi besar bagi sebuah perusahaan, sehingga karyawan pun seharusnya paham dan memiliki kesadaran diri untuk menjaga penampilan dan kebersihan dirinya sehingga akan tercipta penampilan yang tampak menarik / *appearance*. Membiasakan diri menjadi karyawan yang memiliki sikap:

1. *Neat dan clean*
2. *Willing to serve people*



MATERI

3. *Courtesy (manner)*
4. *Disciplined*
5. *Initiative to innovative*
6. *Loyalty/honest*
7. *Communicative*



Gambar 3.29. Personal appereance karyawan hotel
Sumber: Dokumen pribadi



CAKRAWALA

Cara Menjaga Agar Sepatu Tidak Berbau

Apakah Anda merasa terganggu dengan bau tidak sedap yang muncul dari sepatu dan kaki? Bau kaki ini bisa disebabkan oleh beberapa hal, seperti terlalu sering menggunakan sepatu yang sama sehari-hari, infeksi jamur atau bakteri, kaki yang terlalu tertutup sehingga udara sulit masuk, dan lain sebagainya. Nah, jika Anda ingin menghilangkan bau tidak sedap tersebut, baca terus artikel ini.

1. Selalu pakai sepatu yang pas di kaki. Ketika sepatu tidak pas, kaki akan berkeringat lebih banyak dari biasa akibat rasa tidak

nyaman.

2. Gunakan sepatu yang terbuat dari bahan yang tidak terlalu rapat menutup kaki. Memakai sepatu dari bahan yang tepat bisa menghindarkan keringat dan bau. Bahan-bahan yang paling baik untuk sepatu adalah: Katun, Linen, Kulit dan Rami
3. Pakai sepatu yang berbeda. Jangan menggunakan sepatu yang sama dalam dua hari berturut-turut. Dengan begini, sepatu bisa mendapatkan udara sejenak untuk "bernapas" sebelum dipakai lagi.
4. Jemur sepatu. Bukan cuma kaki yang butuh diangin-anginkan, sepatu juga. Jadi, saat cuaca cerah, jangan ragu untuk menjemur sepatu.
5. Cuci kaki Anda setiap hari dengan sabun antibakteri. Jika bau kaki disebabkan oleh jamur dan bakteri, menghancurkan sumber penyebab bau adalah cara yang paling efektif untuk menghilangkan bau tidak sedap.



JELAJAH INTERNET

Kalian dapat menambah wawasan dengan mengakses link di bawah ini:

1. Front Desk unprofessional segment



<https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>



JELAJAH INTERNET

KOMUNIKASI INDUSTRI PARIWISATA



PENILAIAN HARIAN

2. Personal Hygiene and Grooming



<https://www.youtube.com/watch?v=WpqwQDIBkO8>



TUGAS MANDIRI

1. Apakah yang dimaksud dengan grooming, well grooming?
 2. Jelaskan grooming yang baik sesuai standar untuk seragam, dandanan dan sepatu?
 3. Apa manfaat personal hygiene di terapkan pada kehidupan sehari-hari?
 4. Jelaskan 6 sikap yang tidak menjaga personal hygiene!
 5. Silakan Anda analisis standar penampilan kerja salah satu profesi di bidang Pariwisata. Standar penampilan yang dimaksud meliputi model rambut, make up, pakaian/seragam yang digunakan, sepatu dan accessories yang diperlukan.
- (belum ada, format soal 5 essay)
1. Grooming adalah penampilan menyeluruh yang menyangkut citra profesional dan personal seseorang di tempat kerja
 - A. Benar
 - B. Salah
 2. Profesional grooming adalah standard grooming yang diterapkan oleh industri atau corporate untuk melakukan kontrol atas image dari perusahaan.
 - A. Benar
 - B. Salah
 3. Personal grooming adalah suatu penampilan yang dibatasi oleh cara pandang pribadi seseorang terhadap penampilannya yang penuh rasa percaya diri wajar dan positif.
 - A. Benar
 - B. Salah
 4. Karyawan yang tidak menggunakan pakaian seragam disebut
 - A. Uniformed employees
 - B. Non uniformed employees
 - C. Employees with personal grooming
 - D. Employees with profesional grooming
 5. Tatahan rambut yang harus kelihatan menarik disebut...
 - A. Fragance
 - B. Acessories
 - C. Dress code
 - D. Hair – do
 6. Perhiasan yang tidak diperkenankan adalah
 - A. Simple watch
 - B. Dangling or flashy earring
 - C. Simple rings (no more than 2)
 - D. One necklace



PENILAIAN HARIAN

7. Penampilan yang baik dan menarik dalam berpakaian tergantung pada jenis bahan pakaiannya.
 - A. Benar
 - B. Salah
8. Berbicara dikatakan efektif apabila apa yang dibicarakan itu mudah , cepat dan tepat dimengerti oleh pendengarnya
 - A. Benar
 - B. Salah



RANGKUMAN

Menjaga standard penampilan pribadi merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap orang baik secara personal maupun secara profesional yang meliputi antara lain :

1. Personal hygiene, seseorang dapat tampil menarik apabila memperhatikan kesehatan dan keselamatan dirinya dari ujung rambut sampai ujung kaki.
2. Memperhatikan grooming yang diterapkan sesuai dengan waktu tempat dan budaya setempat misalnya tempat kerja atau pada lingkungan yang sesuai.
3. Persyaratan penampilan khusus untuk fungsi kerja khusus.
4. Memperhatikan sikap tubuh seorang karyawan hotel yang sedang bertugas meliputi : cara berjalan, cara berpakaian , cara berbicara.
5. Seorang karyawan hotel dituntut untuk bersikap ramah dan sopan dalam bertugas.

BAB IV

MELAKUKAN KERJA DALAM TIM

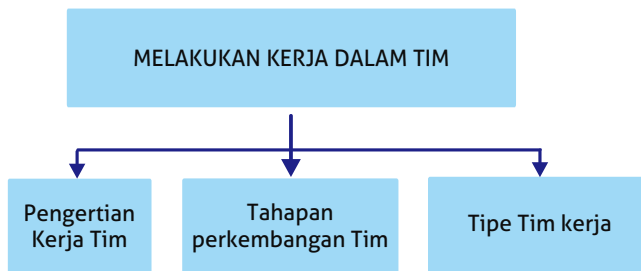


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang pengertian kerja tim, peserta didik mampu memahami pengertian kerja tim tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang tahapan perkembangan tim, peserta didik mampu mengidentifikasi tahapan perkembangan tim tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang tipe im kerja, peserta didik mampu mengidentifikasi tipe im kerja tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Kerja – Tim – Kerjasama – Tipe – Karakter – Organisasi – Karir – Kelompok – Struktur – Karakter - Kepemimpinan – Tujuan – Visi



Operasional hotel adalah satu, artinya semua yang dilakukan di hotel merupakan perwujudan sebuah tim kerja. Tim yang berisikan anggota-anggota yang memiliki satu visi dan tujuan, sehingga dapat melaksanakan operasional dengan baik karena ada saling koordinasi di dalamnya. Kesuksesan sebuah operasional akan pincang bilamana sebuah tim kerja berjalan sendiri sesuai dengan kehendak masing-masing bagian. Hal ini akan berakibat buruk yang berujung pada keluhan pelanggan. Tidak ada bagian di hotel yang tidak berperan dalam operasional, semua memiliki ciri khas dan kontribusi di bidangnya masing-masing. Saling membutuhkan akan terasa sesaat operasional berlangsung, sehingga tim kerja perlu dipupuk perlahan dan stabil agar operasional hotel yang diharapkan manajemen dapat berjalan dengan baik.

A. Pengertian Kerja Tim

Kerja tim/*team work* adalah kemampuan Anda untuk bekerja sama dengan orang lain untuk tujuan yang sama. Kerja tim yang efektif adalah faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Dalam *industry* pariwisata, Anda berinteraksi dengan anggota anggota *staff* lainnya setiap hari dengan tujuan usaha bisnis tersebut berjalan dengan lancar. Pasti akan ada arus informasi terus menerus ke dan dari wilayah kerja Anda. Memahami bagaimana bekerja bersama orang lain untuk mencapai tujuan yang sama merupakan ketrampilan interpersonal yang penting.

Sebuah tim adalah sekumpulan orang yang bergantung kepada usaha satu sama lain untuk mencapai sebuah tujuan yang sama. Untuk mencapai tujuan personal, Anda memerlukan kerjasama dari orang lain sehingga Anda bisa mencapai hasil maksimal.

Jika Anda ingin membangun karir, perlu diingat bahwa setiap fungsi atau layanan harus bekerja dengan efektif, sehingga usaha bisnis itu Nampak bagus dan hasilnya

Anda akan kelihatan baik pula. Dalam usaha kelompok, setiap orang memberikan kontribusi kepada hasil akhir., mulai dari orang-orang di depan sampai orang-orang di belakang layar.



Gambar 4.1. Tim Kerja di Hotel The Jayakarta Yogyakarta
Sumber: <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>

Di dalam bisnis pariwisata, semangat tim sangat penting untuk penyelenggaraan organisasi bisnis yang efisien.

Tim kerja adalah kelompok yang upaya upaya individualnya menghasilkan suatu kinerja yang lebih besar daripada jika bekerja sendiri-sendiri. Kelompok kerja adalah kelompok yang berinteraksi untuk membagi informasi dan mengambil keputusan untuk membantu tiap anggota dalam bidang tanggung jawabnya.

Dari pengertian di atas jelaslah bahwa tim kerja tidak sama dengan kelompok kerja. Suatu kelompok kerja sebagai suatu tim tidak secara otomatis dapat meningkatkan kinerjanya. Tim yang berhasil atau berkinerja tinggi mempunyai karakteristik tertentu. Manajemen menggunakan tim dengan harapan memperoleh peningkatan kinerja.

Ketika bekerja dalam tim ada prinsip – prinsip yang sebaiknya diketahui oleh seluruh anggota tim, agar anggota merasa mereka bekerja bersama bukan sama – sama berkerja. Adapun prinsip bekerja dalam tim adalah:

1. Adanya *komitmen* untuk bekerja sama
2. Adanya rasa saling menghargai



3. Adanya keterbukaan
4. Adanya *komitmen* dalam mencapai tujuan tim
5. Memiliki gagasan yang baik untuk berkomunikasi

B. Tahapan perkembangan Tim

1. Pembentukan (*Forming*)

Ditandai dengan ketidakpuasan tim tentang tujuan, struktur dan kepemimpinan, masing-masing anggota mencari bentuk perilaku yang dapat diterima, hasilnya sikap anggota mulai merasa menjadi bagian dari suatu tim.



Gambar 4.2. Pembentukan tim dengan menempatkan anggota di tempat yang tepat

(Sumber : <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)

2. Perjuangan (*Storming*)

Ditandai dengan menunjukkan konflik antar anggota, terjadi pertentangan pendapat tentang pengendalian tim dan siapa yang mengendalikan tim. Hasilnya hierarki kepemimpinan yang lebih jelas.



Gambar 4.3. Anggota tim akan bekerja sama untuk mencapai satu tujuan

(Sumber : <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)

3. Pengaturan (*Norming*)

Terjadi hubungan yang lebih dekat dan persatuan yang lebih erat. Hasilnya timbul jati diri kelompok dan kebersamaan struktur kelompok yang mantap dan terbentuk harapan bersama mengenai perilaku anggota yang diinginkan.



Gambar 4.4. Tahapan anggota tim mulai mengenal dan meningkatkan hubungan

(Sumber : <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)

4. Pelaksanaan (*Performing*)

Struktur kelompok telah berfungsi sepenuhnya, aktifitas tim telah berakhir dan saling mengenal dan memahami satu sama lain menjadi menjalankan tugas dan pekerjaan. Tahap ini merupakan perkembangan terakhir bagi tim yang bersifat tetap.



Gambar 4.5. Performa Tim sudah terbentuk dengan solid

(Sumber : <https://www.instagram.com/jayakartayogya/>)

Pada tahap pelaksanaan dalam pembentukan tim, dimana struktur tim sudah mencapai *ke-solid-an* dan saling memahami karakter dan menerima kekurangan anggota lainnya, maka tim perlu mengetahui elemen kerja tim yang baik. Level pencapaian tertinggi diperoleh ketika tim berkomitmen



terhadap tugas dan penggunaan sepenuhnya atas bakat anggota tim. Partisipasi individu yang efektif di dalam tim tergantung pada elemen elemen berikut ini:

Toleransi	Penerimaan akan orang lain yang berbagi tujuan yang sama dan menghargai pandangan-pandangan orang dalam mencapai sasaran tersebut.
Kejujuran	Menegaskan kepercayaan di dalam tim menuntut kemungkinan yang terbuka dan jujur.
Komitmen dan Dedikasi	Kerja tim melibatkan interaksi dari semua pemain. Kelompok –kelompok yang berinteraksi dicirikan oleh tingkat saling ketergantungan yang tinggi di antara setiap anggota. Dalam kelompok kelompok yang berinteraksi, masing-masing anggota harus menyelesaikan tugas agar para anggota lain bisa melakukan tugas-tugas yang diberikan dengan berhasil.
Fleksibilitas	Mau menerima tugas yang secara normal tidak berada di dalam deskripsi kerjanya untuk membantu anggota tim mencapai tujuan yang sama.

Tabel 4.1.1. Elemen bekerja dengan tim

5. Penyelesaian (*adjourning*)

Perkembangan tim yang terakhir yang bersifat sementara, seperti panitia dengan tugas – tugas tertentu. Dalam tahap ini setiap tim menilai dan menyiapkan diri untuk membubarkan timnya.

Dalam pembentukan tim kerja, akan ditemukan banyak sekali karakter budaya didalamnya, karena dalam tim berasal dari lingkungan dan adat istiadat yang berbeda. Sehingga jika terjadi perbedaan karakter budaya dalam tim yang harus dilakukan adalah:

1. Karakteristik anggota tim yang berorientasi pada individu
 - a. Keterlibatan dan daya kerja
 - b. Kecakapan menyesuaikan konflik
 - c. Keefektifan komunikasi
 - d. Semangat tim
 - e. Saling percaya
 - f. Efektifitas yang turun temurun.

2. Karakteristik anggota tim yang berorientasi pada hasil.

- a. Keberhasilan di bidang teknis
- b. Tepat waktu
- c. Prestasi yang tepat anggaran
- d. Orientasi pada tanggung jawab dan hasil kerja
- e. Inovatif dan kreatif
- f. Kemauan untuk memprediksi kecenderungan
- g. Kebutuhan berprestasi yang tinggi.

Pada tahap tim sudah terbentuk dengan solid dan tangguh, masing – masing anggota sudah memiliki tanggung jawab untuk mencapai tujuan tim. Adapun Bentuk – bentuk tanggung jawab masing – masing tim adalah:

1. Menjaga sportifitas
2. Konsisten terhadap waktu dan tanggung jawab terhadap tim
3. Menciptakan dan menjaga kerjasama antar tim
4. Mengakui kelebihan dan kelemahan tim lain
5. Senantiasa dapat mengambil pelajaran dari keberhasilan tim lain.

C. Tipe - tipe Tim Kerja

Tim pada dasarnya dapat diklasifikasikan berdasarkan sasaran. Tipe - tipe tim yang lazim dijumpai dalam organisasi yaitu:

1. Tim Pemecah Masalah

Adalah kelompok yang terdiri dari 5 sampai 12 karyawan dari satu departemen yang bertemu selama beberapa jam tiap pekan untuk membahas cara cara memperbaiki kualitas, efisiensi dan lingkungan kerja.

2. Tim Pengelola Diri

Adalah kelompok yang terdiri 10 sampai 15 orang yang memikul tanggung jawab dari mantan pengawas mereka.



3. Tim Fungsional Silang

Adalah kelompok karyawan dari tingkat hirarkis yang kira kira sama, tetapi bidang kerja yang berlainan, yang berkumpul untuk menyelesaikan satuan tugas, satuan tugas serupa dengan komite.

Dalam perkembangannya, banyak tim memiliki ciri khas sendiri untuk menunjukkan eksistensi dari tim nya masing – masing. Biasanya ciri khas ini timbul disebabkan dominasi karakter salah satu anggota tim yang lebih dominan, sehingga anggota tim lainnya terbawa dengan suasana dan karakter tersebut. Ada sembilan Peran Tim yang dapat dipahami adalah:

Sembilan peran tim yang harus dipenuhi yaitu:

1. Pencipta – Pembaharu (*Creator-Inovator*)

Orang orang yang mempunyai imajinasi tinggi baik dalam memprakarsai gagasan atau konsep, dengan cirri : tak bergantung, suka bekerja sendiri, cara dan gaya kerja tersendiri, pengaturan waktu menurut selera merkasendiri.

2. Penjelajah - Promotor (*Explorer-Promoter*)

Orang dalam kelompok ini senang mengambil gagasan baru dan memperjuangkan kasus, menemukan sumber daya untuk mempromosikan gagasannya. Kelemahan orang kelompok ini adalah tidak selalu sabar dalam mengendalikan ketrampilan untuk memastikan bahwa gagasannya benar benar ditindaklanjuti secara rinci.

3. Penilai – pengembang (*Assesor – Developer*)

Individu individu ini mempunyai ketrampilan analisis yang kuat, paling baik jika mereka diberi kesempatan untuk mengevaluasi dan menganalisis sebelum diambil suatu keputusan.

4. Pendorong – Pengorganisasi (*Thruster – Organizer*)

Individu ini suka menyusun prosedur operasi untuk mengubah gagasan menjadi kenyataan dan menyelesaikan urusan, mereka menentukan tujuan, menegakkan rencana, mengorganisasi orang orang dan menegakkan system untuk menjamin dipatuhinya batas waktu (*deadlines*).

5. Penyimpul – Penghasil (*Concluder – produser*)

Individu ini peduli akan hasil-hasil, peran mereka memfokuskan pada ditaatinya batas waktu dan dipastikannya bahwa semua komitmen ditindaklanjuti. Mereka bangga dengan hasil secara teratur dan sesuai standar.

6. Pengawas – Pemeriksa (*Controller – Inspector*)

Adalah individu yang sangat mepeulikan penegakan dan memperkuat aturan dan prosedur. Mereka menguji rincian dan memastikan agar dihindari ketidaktepatan, mereka memeriksa semua fakta dan angka, mereka menginginkan semua hal lengkap dan sempurna.

7. Pemerkuat – Pemelihara (*Upholder – Maintainer*)

Pemerkuat-pemelihara penting, karena member kemantapan tim. Mereka akan membela dan bertempur demi tim melawan orang luar.

8. Pelopor – Penasehat (*Reporter – Adviser*)

Adalah individu yang mendengarkan dengan baik dan cenderung tidak menekankan titik pandangnya kepada orang lain. Mereka cenderung mendapatkan informasi sebelum mengambil keputusan.

9. Penaut (*Linker*)

Penaut mencoba memahami semua pandangan, mereka sebagai *coordinator*



dan *integrator*, mereka tidak menyukai keeskstriman, mereka mencoba membina kerjasama di antara semua anggota tim, mereka memadukan sumbangan anggota tim dan aktivitas meskipun mungkin ada perbedaan.

Setelah tim bekerja dengan baik, dan saling dirasakan keuntungannya, maka setiap anggota akan merasakan manfaat dari sebuah kerja tim. Manfaat yang bisa dirasakan bekerja dalam tim adalah:

1. Membantu memecahkan masalah.

Dari dua orang yang bekerja sama akan di diperoleh dua pendapat yang saling melengkapi untuk memecahkan masalah. Hasil kerja sama akan lebih baik dari pada jika masalah tersebut dipecahkan sendiri-sendiri.

2. Menambah keyakinan

Seseorang yang bekerja sama iklim kerja sama yang baik tidak akan merasa khawatir bahwa dia tidak dapat menyelesaikan tugasnya .karena dia yakin ada orang yang menolong nya ,Sebaiknya iapun tidak akan berusaha untuk menyusahkan temannya .Misal nya :dengan selalu meminta pertolongan karena dia sadar kemampuannya mempunyai pekerjaan yang harus diselesaikan

3. Iklim kerja yang sehat

Kerja sama dapat mencegah orang dari perasaan merasa lebih pintar, lebih

cekatan dan sebagainya .Kerja sama juga mampu menghalangi orang untuk menjauhkan rekan kerjanya. Karena dari kerjasama akan timbul keikhlasan untuk menolong

4. Mengurangi beban kerja

Beban kerja perseorangan menjadi berkurang karena beban kerja itu sebetulnya merupakan tanggung jawab kelompok secara keseluruhan.

Manfaat yang dirasakan anggota tim dalam bekerja sama tidak lepas dari peran dari seorang pemimpin. Fungsi seorang pemimpin dalam tim adalah membangun sebuah tim yang dapat menghasilkan sinergi dan itu merupakan paradigma baru dalam kepemimpinan. Seorang pemimpin harus berusaha agar setiap individu dalam setiap tim bisa memberikan kontribusi terhadap penciptaan sinergi untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam sebuah hotel besar sebuah tim adalah jawabannya. Seorang petugas hotel di bagian manapun ia bekerja mempunyai dan tanggung jawab dalam timnya. Tugas menurut Purwo Darminto , merupakan kewajiban yang mau tidak mau harus dilakukan /dilaksanakan. Karena kalau tidak, akan membawa konsekuensi tertentu seperti ada sanksi dan hukuman dan sebagainya. Sedangkan tanggung jawab diartikan suatu keadaan wajib menanggung & segala sesuatunya dan apabila melalaikan nya boleh dituntut , dipersalahkan , diperkarakan dan sebagainya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa antara tugas dan tanggung jawab adalah satu kesatuan yang saling melengkapi ,maksudnya :Dalam melaksanakan tugas seseorang juga di bebani tanggung jawab untuk menyelesaikan dengan baik. Misalnya : seorang petugas kantor depan yang di beri tugas untuk melaksanakan tamu yang check in, menangani pemesanan kamar, check out dan sebagainya, maka ia harus bertanggung jawab terhadap tugas yang di bebankan kepadanya, antara lain membuat daftar tamu, membuat laporan, menyimpan laporan dan lain sebagainya, demikian juga dengan bidang-bidang lainnya.



TUGAS MANDIRI

1. Apa yang dimaksud dengan tim kerja dan kelompok kerja?
2. Jelaskan tahapan - tahapan dalam pembentukan tim!
3. Apa saja prinsip – prinsip bekerja dalam tim!
4. Manfaat apa saja yang dirasakan dalam bekerja dalam tim?
5. Apa fungsi dari pemimpin dalam bekerja dalam tim?



PENILAIAN HARIAN

1. Kerja tim adalah ...
 - A. Bagaimana bekerjasama saling menguntungkan dan menghindari kekurangan teman kerja
 - B. kemampuan Anda untuk bekerja sama dengan orang lain untuk tujuan yang sama.
 - C. Saling memaksa untuk bisa diajak kerjasama
 - D. Kemampuan bekerjasama walaupun tim tidak bekerja baik, agar bisa dilihat oleh pimpinan
 - E. Kemampuan mengisi kekosongan pekerjaan teman lain dan mengambil alih pekerjaan teman dalam tim
2. Bukan termasuk prinsip-prinsip bekerja dalam tim adalah ...
 - A. Adanya komitmen untuk bekerja sama
 - B. Adanya rasa saling menghargai
 - C. Adanya pengawasan terhadap teman tim
 - D. Adanya keterbukaan
 - E. Adanya komitmen dalam mencapai tujuan tim
3. Manfaat dan tujuan bekerja dalam tim ...
 - A. Membantu menambah masalah
 - B. Menambah keyakinan mendapatkan penghasilan lebih
 - C. Iklim kerja yang sehat
 - D. Mengurangi beban kerja dan menambah tanggung jawab
 - E. Melatih individu semakin pintar
4. Peran tim sebagai pencipta – pembaharu (creator-inovator) ...
 - A. Orang dalam kelompok ini senang mengambil gagasan baru dan memperjuangkannya
 - B. Suka menyusun prosedur operasi untuk mengubah gagasan menjadi kenyataan
 - C. Individu ini peduli akan hasil-hasil, peran mereka memfokuskan pada ditaatinya batas waktu dan di-pastikannya bahwa semua komitmen ditindaklanjuti
 - D. Adalah individu yang mendengarkan dengan baik dan cenderung tidak menekankan titik pandangnya kepada orang lain
 - E. Orang-orang yang mempunyai imajinasi tinggi baik dalam memprakarsai gagasan atau konsep, dengan ciri : tak bergantung, suka bekerja sendiri, cara dan gaya kerja tersendiri, pengaturan waktu menurut selera mereka sendiri.
5. Bukan termasuk prinsip-prinsip bekerja dalam tim adalah ..
 - A. Adanya komitmen untuk bekerja sama
 - B. Adanya rasa saling menghargai
 - C. Adanya pengawasan terhadap teman tim
 - D. Adanya keterbukaan
 - E. Adanya komitmen dalam mencapai tujuan tim
6. Manfaat dan tujuan bekerja dalam tim ...
 - A. Membantu menambah masalah
 - B. Menambah keyakinan mendapatkan penghasilan lebih
 - C. Iklim kerja yang sehat
 - D. Mengurangi beban kerja dan menambah tanggung jawab
 - E. Melatih individu semakin pintar



PENILAIAN HARIAN

7. Tahap perkembangan tim yang baik adalah
 - A. Pembentukan, Perjuangan, Pengaturan, Pelaksanaan dan Penyelesaian
 - B. Pembentukan, Perjuangan, Pengaturan, Pelaksanaan dan Penyelesaian
 - C. Pengaturan, Pembentukan, Pelaksanaan, Perjuangan dan Penyelesaian
 - D. Pembentukan, Pengaturan, Pelaksanaan, Perjuangan dan Penyelesaian
 - E. Pengaturan, Pembentukan, Pelaksanaan, Perjuangan dan Penyelesaian
8. Kerja tim antara reception dan porter adalah...
 - A. Porter dengan sesukanya membawakan barang tamu ke kamar
 - B. Reception membiarkan porter bekerja tanpa arahan reception
 - C. Reception membiarkan barang tamu bertumpuk di lobby karena tugas Porter
 - D. Reception hanya menginformasikan kamar tamu kepada tamu
 - E. Porter akan membantu membawakan barang tamu sesuai arahan reception
- e. Adanya komitmen dalam mencapai tujuan
- f. Adanya gagasan yang baik untuk berkontribusi.
2. Manfaat dan tujuan bekerja dalam tim:
 - a. Membantu memecahkan masalah
 - b. Menambah keyakinan
 - c. Iklim kerja yang sehat
 - d. Mengurangi beban kerja
3. Tahapan perkembangan tim:
 - a. Pembentukan (*forming*)
 - b. Perjuangan (*storming*)
 - c. Pengaturan (*norming*)
 - d. Pelaksanaan (*performing*)
 - e. Penyesuaian (*adjourning*)
4. Bentuk karakter dalam tim:
 - a. Karakteristik anggota tim yang berorientasi pada individu.
 - b. Karakteristik anggota tim yang berorientasi pada hasil



RANGKUMAN

Perusahaan dapat mencapai tujuan jika dilakukan oleh beberapa orang. Beberapa orang dapat dijalankan jika memiliki tujuan yang sama dan dalam kerjasama. Tim / Kelompok adalah dua atau lebih individu yang berinteraksi serta saling tergantung tergantung dan berkelompok untuk mencapai tujuan tertentu.

1. Prinsip prinsip bekerja dalam tim meliputi :
 - a. Adanya komitmen untuk bekerja sama
 - b. Adanya rasa saling percaya
 - c. Adanya rasa saling menghargai
 - d. Adanya keterbukaan

BAB V

MELAKUKAN KOMUNIKASI DAN MENANGANI KESALAHPAHAMAN DENGAN PELANGGAN DAN KOLEGA DARI BERBAGAI LATAR BELAKANG

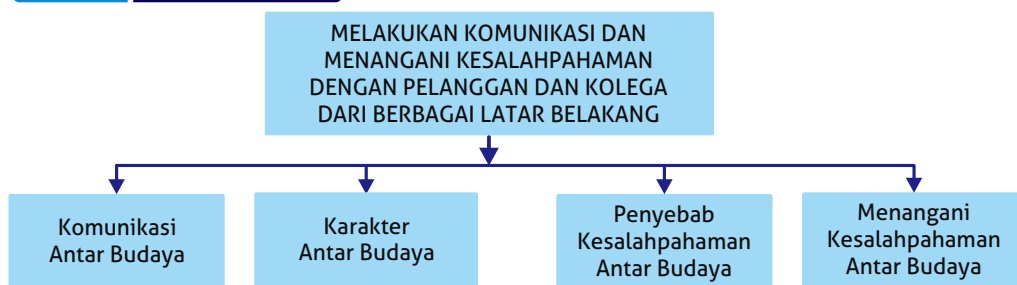


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang komunikasi antar budaya, peserta didik mampu memahami komunikasi antar budaya tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang karakter antar budaya, peserta didik mampu mengidentifikasi karakter antar budaya tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang penyebab kesalahpahaman antar budaya, peserta didik mampu mengidentifikasi penyebab kesalahpahaman antar budaya tersebut dengan baik.
4. Setelah mempelajari materi tentang menangani kesalahpahaman antar budaya peserta didik mampu menerapkan menangani kesalahpahaman antar budaya tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Budaya – Kebudayaan – Karakter – Komunikasi – Pelnggan – Kolega – Karakter – Kesalahpahaman – *Culture* – Kesadaran – Empati – Adat – Sosial



Bangsa Indonesia yang merupakan bangsa dari seribu pulau memiliki kemajemukan budaya yang beragam dan kompleks ditandai dengan kenyataan latar belakang sosial budaya ethnic yang berbeda-beda. Adanya kemajemukan itu, menjadi khasnya budaya yang sangat beragam sekali di Indonesia. Dan ini menjadi tidak mudah untuk mewujudkan satu integrasi dan menghindari konflik atau bahkan perpecahan. Misalnya saja dalam penggunaan bahasa, lambang-lambang, nilai atau norma-norma masyarakat, dan lain sebagainya. Padahal syarat untuk terjadinya hubungan tersebut tentu saja harus ada saling pengertian dan pertukaran informasi atau makna antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu mempelajari komunikasi dan budaya merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan.

A. Komunikasi Antar Budaya

Untuk dapat menerapkan bagaimana menilai, menghargai pelanggan dan rekan kerja dari semua budaya ada baiknya kita mengenal terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan "budaya atau kebudayaan". Kata "budaya" berasal dari bahasa sansekerta buddhayah yang merupakan bentuk jamak dari kata buddhi yang berarti "budi" atau "akal". Kebudayaan itu sendiri diartikan sebagai "hal-hal yang berkaitan dengan budi atau akal". Pengertian Budaya menurut beberapa ahli adalah:

1. Menurut Koentjaraningrat mengemukakan bahwa kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, dijadikan sebagai miliknya dengan cara belajar.
2. E.B. Taylor, seorang ahli antropologi dari Inggris mengemukakan bahwa kebudayaan adalah kompleks keseluruhan yang menjadi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, kebiasaan, dan lain-lain kecakapan yang

diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat pendukung kebudayaan tersebut.

Secara garis besar wujud kebudayaan dapat dikategorikan menjadi dua wujud, seperti:

1. Kebudayaan rohaniah, seperti ide gagasan, norma, aturan kepercayaan dan lain-lainnya.
2. Kebudayaan jasmaniah, seperti benda-benda budaya, contoh buku, makanan, model bangunan dan lain-lain.

Perbedaan budaya adalah perbedaan cara bersikap dan berinteraksi yang disebabkan oleh budaya yang berbeda. Kadang-kadang cara yang berbeda akan tampak aneh atau menyingung orang lain. Perhatian mengenai perbedaan budaya akan menjadikan kita memahami mengapa orang-orang berperilaku demikian serta bereaksi demikian terhadap anda. Terdapat macam-macam perbedaan budaya adalah:

1. Ras
2. Bahasa
3. Ketidakmampuan
4. Struktur keluarga
5. Jenis kelamin
6. Usia
7. Kecenderungan jenis kelamin
8. Agama dan
9. Status sosial.

Pengaruh berbagai macam perbedaan budaya tersebut pada makna untuk persepsi, terutama pada aspek individual dan subjektifnya. Kita semua mungkin akan melihat suatu objek atau peristiwa sosial yang sama dan memberikan makna objektif yang sama, tetapi makna individualnya kemungkinan berbeda. Misalnya, orang Amerika dengan Arab sepakat menyatakan seorang wanita berdasarkan wujud fisiknya. Tetapi kemungkinan besar keduanya akan berbeda pendapat tentang



bagaimana wanita itu dalam makna sosialnya. Orang Amerika memandang nilai kesetaraan antara pria dengan wanita, sementara orang Arab memandang wanita cenderung menekankan wanita sebagai ibu rumah tangga.

Dalam berkomunikasi tidak lepas dari interaksi dan persepsi dari latar belakang budaya yang berbeda tidaklah selalu sama pemahamannya. Beberapa budaya mendominasi komunikasi di suatu daerah, namun dapat menjadi sebuah pengertian dari budaya lain untuk bisaberadaptasi. Dari perbedaan budaya tadi, pengertian komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, atau kelompok, yang ditekankan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi antar peserta.

Dengan demikian, pengetahuan tentang latar belakang kebudayaan sangatlah penting dan memberi kontribusi besar terhadap perilaku komunikasi seorang termasuk untuk memahami makna-makna yang dipersepsi (terutama jika berasal dari kebudayaan yang berbeda).

Tujuan komunikasi antar budaya adalah sebagai berikut.

1. Memahami perbedaan budaya yang mempengaruhi praktik komunikasi.
2. Mengkomunikasikan antar orang yang berbeda budaya.
3. Mengidentifikasi kesulitan-kesulitan yang muncul dalam komunikasi.
4. Membantu mengatasi masalah komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan budaya.
5. Meningkatkan keterampilan verbal dan nonverbal dalam berkomunikasi.
6. Menjadikan kita mampu berkomunikasi secara efektif.

Prinsip-Prinsip Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya yang menyenangkan, membawa suasana damai, mengurangi kekeliruan informasi, dan meredakan ketegangan. Komunikasi yang efektif hanya dapat terjadi manakala dua pihak memberikan makna sama atas pesan mereka yang mereka pertukarkan. Sebaliknya, komunikasi yang kacau membawa perbedaan pendapat, yang mengakibatkan pertikaian dan perkelahian ketika dua pihak memberikan makna yang berbeda atas pesan yang diterima.

Komunikasi antarbudaya merupakan usaha untuk menghargai budaya lain sebagaimana yang kita kehendaki. Dengan demikian, kita dapat menghindari kesalahpahaman. Artinya, kita sudah berusaha mengurangi konflik yang mengarah pada tindakan kekerasan. Sehingga kita tidak perlu merasa takut ketika kemudian dalam mempraktikkan komunikasi antarbudaya masih terjadi bias, karena konflik harus dipandang sebagai unsur alamiah dari komunikasi yang mengalami hambatan. Konflik hadir sebagai katalisator untuk memperbesar pengertian dan kerjasama antarmanusia. Kita harus yakin bahwa dengan proses komunikasi (dialog) yang intensif, maka konflik tersebut dapat mengarah pada hal yang positif bukan negatif.

Kita dapat memahami komunikasi antarbudaya dengan menelaah prinsip-prinsip secara umum, antara lain:

1. Relativitas Bahasa

Bahasa yang mempengaruhi pemikiran dan perilaku. Karakteristik bahasa mempengaruhi proses kognitif kita. Oleh karena bahasa-bahasa di dunia sangat berbeda dalam hal karakteristik, sematik, dan strukturnya, maka orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga akan berbeda dalam cara memandang dan berpikir tentang dunia.



Para ahli mengemukakan pendapat lain mengenai bahasa, yang merupakan hasil riset lanjutan dari relativitas linguistik, yaitu : bahasa yang kita gunakan membantu memstrukturkan apa yang kita lihat dan bagaimana kita melihatnya. Akibatnya, orang yang menggunakan bahasa yang berbeda akan melihat dunia secara berbeda pula.

Perbedaan ini di antara bahasa terlihat pada awal interaksi. Oleh karena itu, sangat penting bagi kita menggunakan teknik-teknik komunikasi yang tepat. Diantaranya:

- Mendengarkan secara aktif.
- Pengecekan persepsi.
- Berbicara secara spesifik.
- Mencari umpan balik.

2. Bahasa Sebagai Cermin Budaya

Bahasa mencerminkan budaya. Makin besar perbedaan budaya, makin besar perbedaan komunikasi baik dalam bahasa maupun dalam isyarat-isyarat nonverbal.

Makin besar perbedaan budaya, makin sulit komunikasi dilakukan. Kesulitan ini dapat menyebabkan lebih banyak kesalahan komunikasi, lebih banyak kesalahan kalimat, lebih besar kemungkinan salah paham, dan makin banyak salah persepsi.

3. Mengurangi Ketidakpastian

Makin besar perbedaan antarbudaya, makin besar ketidakpastian dalam komunikasi. Semua hubungan mengandung ketidakpastian. Banyak dari komunikasi kita berusaha mengurangi ketidakpastian ini sehingga kita dapat lebih baik nguraikan, memprediksi, dan menjelaskan perilaku orang lain.

4. Kesadaran Diri dan Perbedaan Antar budaya

Makin besar perbedaan antarbudaya, seharusnya makin besar kesadaran diri (mindfulness) para partisipan selama berkomunikasi. Hal ini mempunyai konsekuensi positif dan negatif yakni:

- Positifnya, kesadaran diri barangkali membuat kita lebih waspada, sehingga mencegah kita mengatakan hal-hal yang mungkin terasa tidak layak atau tidak patut.
- Negatifnya, membuat kita terlalu berhati-hati, tidak spontan, dan kurang percaya diri.

Dengan semakin baik kita saling mengenal, perasaan terlalu hati-hati akan hilang dan kita menjadi lebih percaya diri dan spontan, sehingga nantinya akan menambah kepuasan dalam berkomunikasi

B. Karakter Antar Budaya

Berdasarkan C. Kluckhohn dalam bukunya berjudul *Universal Categories of Culture*, 1953. Bahwa terdapat tujuh unsur kebudayaan yang secara universal terdapat pada semua masyarakat, yaitu:

1. Sistem kepercayaan atau religi



Gambar 5.1 Pura sebagai symbol sistem religi masyarakat Bali
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/balijanuary-14people-praying-temple-pura-luhur-121319728>



Gambar 5.2. Masyarakat beragama Islam melaksanakan ibadah di masjid sebagai tempat suci (Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/muslim-man-praying-reciting-doa-mosque-655942387>)



2. Sistem kekerabatan dan organisasi sosial (sistem kemasyarakatan)



Gambar 5.3. Sepasang Pengantin India disaksikan api
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/indian-wedding-jewelry-coconut-fire-1157576608>



Gambar 5.4. Sepasang Pengantin adat Jawa melakukan proses pecah telur (Sumber: <https://budayajawa.id/filosofi-menginjak-telur-di-dalam-pernikahan-adat-jawa/>)

3. Sistem mata pencaharian hidup (sistem ekonomi)



Gambar 5.5. Mata pencaharian sebagai nelayan
Sumber: <https://www.shutterstock.com/th/g/thainature>



Gambar 5.6. Mata pencaharian sebagai pebisnis
Sumber: <https://www.shutterstock.com/th/image-photo/young-businessman-398205238?src=EWxCMi-4RKicZirONPVe3w-1-19>

4. Sistem peralatan dan perlengkapan hidup (teknologi)



Gambar 5.7. Gadget sebagai asisten menyelesaikan pekerjaan kantor (Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/smiling-modern-young-man-using-gadgets-1008482899>)



Gambar 5.8. Sempoa sebagai alat hitung konvensional orang Cina
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-photo/abacus-depicting-number-55-1152104459>

5. Sistem bahasa



Gambar 5.9. Bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional
Sumber: <https://www.shutterstock.com/image-vector/concept-studying-english-travelling-beautiful-girl-1049297789?src=ExpzJQsGtO4-sUvVm6X5g-1-41>



Gambar 5.10. Berbagai bahasa untuk sapaan Apa kabar
Sumber: https://www.shutterstock.com/image-vector/hola-hello-hi-guten-tag-ni-1196904649?src=_yUzsdR8w3Jfxnt_2ipOw-1-1

6. Sistem kesenian



Gambar 5.11. Kesenian dari daerah Aceh Tari Saman
Sumber: <http://tesincoshs109.blogspot.com/2015/06/ekstrakulikuler-tari-saman.html>



Gambar 5.12. Kesenian tari dari India
Sumber: <http://catatanjulfita.blogspot.com/2016/03/tarian-bharata-natya-dari-india.html>

7. Sistem pengetahuan



Gambar 5.13. Sistem pengetahuan Orang Cina dalam keberuntungan (Sumber: <https://www.liputan6.com/news/read/502975/imlek-tiba-saatnya-meramal-nasib-dengan-ciam-si>)



Gambar 5.14. National Aeronautics and Space Administration, disingkat NASA dengan system pengetahuan
Sumber: <http://www.wartainfo.com/2015/03/penemuan-luar-angkasa-nasa-paling.html>

Ciri khas kebudayaan yang biasanya dimiliki oleh sekelompok manusia, suku, dan sebagainya yang menempati suatu daerah geografis secara turun-temurun, biasanya berdampak pada:

1. Cara makan

Cara makan meliputi pilihan bahan makanan, hasil makanan, seperti bakmi, bakso (asal makanan Tiongkok), gulai, nasi samin (makanan Arab), berbagai jenis makanan tradisional makanan Indonesia, makanan Eropa, dan lain-lain. Ada yang makan hidangan dari babi dan ada pula yang mengharamkan (tidak makan). Golongan masyarakatlah yang menganggap sesuatu tindakan atau pilihan itu baik atau kurang baik. Anggota golongan belajar dari yang lainnya untuk mematuhi atau menganut kepada pilihan itu.



Cara makan orang melayu



Sumber : <http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2016/02/28/219045/tiga-alasan-sehat-makan-pakai-tangan/>

Cara makan orang arab



Sumber : <https://www.boombastis.com/kebiasaan-baik-arab/43547>

Cara makan orang cina



Sumber : <http://bhq.web.id/2014/12/12/pria-china-ini-beli-tiket-first-class-untuk-makan-gratis/>

Cara makan budaya barat



Sumber : <https://www.merdeka.com/gaya/etika-makan-dari-berbagai-negara.html>

Gambar 5.15. Berbagai macam cara makan antar budaya yang memiliki filosofi

2. Cara berpakaian

Cara berpakaian meliputi pilihan bahan pakaian, modelnya, dan cara memakainya. Misalnya, setiap negara, wilayah, dan daerah memiliki ciri dan cara berpakaian yang sesuai dengan budaya atau adat istiadat setempat. Namun demikian, terdapat juga cara-cara berpakaian yang berlaku secara umum (nasional atau internasional).

Pakaian adat Melayu



Sumber : <http://itsaexpopcr01.blogspot.com/2015/04/pakaian-melayu-riau.html>

Pakaian budaya Jepang



Sumber : <http://trianovi.blogspot.com/2014/12/kebudayaan-jepang-kimono.html>



Pakaian Negara Belanda



Sumber : <http://anisaputriap05.blogspot.com/2017/11/kebudayaan-negara-belanda.html>

3. Perumahan

Rumah sebagai pelindung juga memiliki filosofi tersendiri bagi masing-masing budaya, terutama di Indonesia yang memiliki khasanah rumah adat lebih dari lima puluh. Perumahan meliputi alat-alat yang mereka pakai sehari - hari, berbeda dengan kebudayaan lain.

Rumah adat Minangkabau = **Rumah Gadang**



Rumah adat Sulawesi selatan Toraja = **Tongkonan**



Sumber : <https://pesona.travel/keajaiban/207/tongkonan-rumah-adat-toraja-yang-kaya-makna>

Rumah tradisional Jepang = Minka



Sumber : <http://zonajepangkorea.blogspot.com/2016/07/mengenal-gaya-dan-karakteristik-rumah.html>

Rumah bangsa Eskimo = Igloo



Sumber : <https://www.rumah.com/berita-properti/2016/2/117552/ini-dia-fakta-rumah-igloo-milik-kelompok-eskimo>

Rumah adat Thailand = Stilt Thai



Sumber : <http://architectaria.com/mengenal-desain-arsitektur-tradisional-thailand.html>

Gambar 5.17. Berbagai macam bentuk rumah tradisional yang memiliki filosofi



4. Bahasa yang dipergunakan

Bahasa yang dipergunakan pada lingkungan mereka merupakan bahasa khas, seperti Jawa, Bali, Sunda, Batak, Inggris, Perancis, beserta dialek-dialeknya.

5. Ciri khas atau bentuk fisik

Bentuk fisik meliputi muka, warna kulit, perawatan, hidung mancung atau pesek, mata sipit atau beluk, rambut lurus atau keriting, dan lain-lainnya. Di dunia ada 4 ras utama yang biasanya kita kenal, yakni ras Mongoloid, Negroid, Kaukasoid dan ras Campuran.



RAS MONGOLOID



RAS KAUKASOID



RAS NEGROID



RAS KHUSUS

Gambar 5.18. Jenis ras dunia

Sumber: <https://www.sekolahpendidikan.com/2017/09/pengertian-ras-macam-macam-jenis-ras-di.html#>

C. Penyebab Kesalahpahaman Antar Budaya

Dengan beragamnya budaya dalam ikatan kerja dan lingkungan kehidupan sehari – hari, pasti tidak luput oleh kesalahpahaman. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan gesekan – gesekan terkait dengan unsur sosial budaya seperti :

1. Sistem keyakinan, nilai, dan sikap.
2. Pandangan hidup tentang dunia.
3. Organisasi sosial.

Perbedaan-perbedaan unsur diatas, membutuhkan teknik membentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, tanpa menimbulkan kesalahpahaman dalam komunikasi lintas budaya. Sehingga tidak jarang pendapat atau opini kita terhadap suatu budaya atau komunitas tertentu bergerak menjadi identifikasi yang menyebabkan terjadinya stereotip atau penyamarataan. Padahal budaya merupakan suatu konsep yang sangat rumit, dan memiliki lebih dari 300 definisi. Secara sederhana, konsep ini mengacu pada satu kelompok (komunitas) dengan cara pandang yang sama dalam memahami dunia sekelilingnya.

Berbisnis lintas negara membuat kita selalu berinteraksi dengan budaya berbagai bangsa. Berikut adalah beberapa cara untuk mengetahui budaya mitra bisnis dengan tujuan memperlancar hubungan dan negosiasi bisnis.



MATERI

NEGARA	KEBIASAAN
a.Eropa	1)Spanyol, orang berjabat tangan paling lama lima sampai tujuh ayunan. Melepaskan jabat segera, dapat diartikan sebagai suatu bentuk penolakan. 2)Tetapi negara Perancis, orang berjabat tangan cukup dengan hanya sekali ayunan atau gerakan. 3)Tekankan usia perusahaan ketika berbisnis dengan pengusaha Jerman, Belanda, dan Swiss.
b.Arab	1)Jangan member hadiah minuman-minuman beralkohol di negara-negara Arab. 2)Di Pakistan atau negara yang mayoritas muslim, jangan heran kalau ditengah-tengah suatu pertemuan bisnis mereka minta izin keluar untuk menunaikan ibadah sholat. 3)Dinegara-negara Arab, kita dianggap menghina tuan rumah, jika menolak tawaran makanan, minuman, atau setiap bentuk kebaikan.
c.Amerika Latin	1)Fleksibilitas terhadap waktu sangat tinggi. Jangan terkejut bila mereka berusaha lebih mengakrabkan diri dengan kita. 2)Orang Amerika Latin sangat mudah akrab dengan siapapun. 3)Mudah menerima dan memberikan hadiah merupakan hal yang lumrah di Amerika Latin.
d.Amerika Utara (American dan Canadian)	1)Buatlah penyambutan kepada tamu secara ekspresif. 2)Suatu persahabatan, jabatan tangan yang erat dengan kontak mata sangat diperlukan. 3)Sebut namanya, setelah kita mengetahuinya. 4)Percakapan ringan sangat penting, terutama yang berkaitan dengan perjalanan mereka, tetapi hindari percakapan politik dan agama. 5)Berikan respon yang positif, dan disampaikan dengan suara yang antusias, misalnya "No problem. I'll do that right away."
e.Australia	1)Tepat waktu merupakan hal yang sangat penting bagi orang Australia. 2)Menerima dan memberikan hadiah merupakan hal yang tidak umum 3)Jika berbisnis dengan orang Australia, jaga jarak dengan rekan sangat diperlukan. 4)Jangan melebihi-lebihkan informasi mengenai diri sendiri dan perusahaan. 5)Hindari pembahasan mengenai masalah personal/pribadi, karena informasi pribadi sangat dijunjung tinggi oleh orang Australia. 6)Jangan bersikap agresif jika berinteraksi dengan orang Australia.
f.India	1)Pada umumnya meeting selalu didahului dengan pembicaraan ringan seperti topik keluarga, karena orang India sangat menghargai nilai-nilai keluarga. 2)Jangan memaksa dalam proses bernegosiasi serta jangan pernah menolak jamuan yang diberikan saat membicarakan bisnis dengan mereka. 3)Berhati-hatilah dalam cara memberikan kritik dengan orang India.
g.Cina (Tiongkok)	1)Keterlambatan dalam memenuhi janji merupakan suatu hal yang sangat buruk (Aib) bagi orang Tiongkok. 2)Tidak ada salahnya mempelajari bahasa mereka karena menunjukkan keseriusan dalam urusan bisnis dengan mereka. 3)Dahulu memberikan hadiah merupakan hal yang umum, namun jaman sekarang memberikan hadiah kepada orang Tiongkok dianggap melanggar hukum dan kebijakan perusahaan. 4)Orang Tiongkok sangat menyukai warna emas dan merah karna dianggap warna keberuntungan. Hal ini juga bisa digunakan dalam hal bisnis agar tetap berjalan lancar dan sukses.
h.Jepang	1)Orang Jepang sangat suka bila dihubungi / berkomunikasi secara personal. 2)Hindari kontak mata secara langsung. Hal ini dapat membuat mereka kurang nyaman. 3)Jabat tangan jika mereka menawarkan tangannya. Melakukan kontak fisik secara langsung membuat mereka merasa tidak nyaman, terutama bagi mereka yang mempunyai pengalaman perjalanan internasional. 4)Jika orang Jepang tersebut tidak mengharapkan kita untuk membungkuk, mengganggu kepala sudah cukup bagi mereka. 5)Bersikap sopan, pakaian konservatif 6)Panggil gelar mereka, bukan nama depannya. 7)Bicara jelas dan singkat.
i.Amerika Serikat	1)Gunakan panggilan resmi yang ada atau title yang ada disertai nama keluarga mereka jika bertemu pertama kali. 2)Kesantunan untuk mengucapkan "please" dan "thankyou" untuk hal sekecil apapun amat sangat dihargai. 3)Jangan lakukan kontak fisik, karena orang AS sangat menghargai privacy serta jarak antar individu. 4)Memberikan hadiah adalah hal yang tidak dibenarkan.



j. Rusia	1)Gunakan panggilan resmi seperti Ms, Mr, atau Mrs. Hal-hal formal semacam ini amat sangat dihargai oleh mitra bisnis Rusia. 2)Hindari pembicaraan politik dan agama kecuali mitra bisnis Rusia tersebut yang memulai. 3)Jika tidak tahu, sampaikan apa adanya bahwa kita tidak tahu, tapi ungkapkan juga bahwa kita butuh waktu untuk menjawabnya (dalam pertanyaan bisnis) 4)Mitra bisnis Rusia pada dasarnya amat tertutup, dingin, dan menjaga jarak. Tetapi jika memulai topik dengan tema keluarga maka mereka akan berubah menjadi pribadi yang hangat.
k.Perancis	1)Jika kita mempunyai mitra bisnis dengan Perancis, umumnya nyaris tidak ada jarak, mereka akan bersikap terbuka, hangat, tetapi tetap mengunggulkan privasi. 2)Jika kita berbisnis dengan mereka, maka harus siap dengan berbagai kemungkinan, misalnya meninjau ulang kesepakatan. 3)Jika bermitra bisnis menggunakan bahasa inggris, mohon dimaklumi jika mereka memperbanyak kosa kata Perancisnya, karena mereka amat sangat bangga dengan bahasa mereka.
l.Jerman	1)Panggilan formal kepada mitra bisnis Jerman sangat disarankan, kecuali mereka minta untuk dipanggil dengan nama kecil. 2)Sikap correct dan strict adalah warna karakter orang Jerman yang mengagungkan kualitas dalam hal apapun. 3)Mereka tidak suka berbisnis dengan orang yang kerjanya asal-asalan, apalagi berdasarkan asumsi-asumsi. 4)Mitra bisnis Jerman tidak akan meninggalkan ruang rapat jika dianggapnya hanya membuang-buang waktu mereka yang berharga. (suka memanfaatkan waktu sebaik mungkin untuk urusan bisnis atau hal lain yang dianggap sangat penting demi kemajuan).
m.Korea	1)Tersenyum di "barat" merupakan hal yang hangat dan bersahabat. Akan tetapi, bagi orang Korea senyuman hanya diberikan kepada orang yang benar-benar sudah dikenal. 2)Mengelus-elus hidung adalah hal yang tidak sopan. Dengan demikian, sebaiknya jauhkan tangan dari wajah ketika bercakap-cakap dengan orang Korea. 3)Bahasa Isyarat, misalnya membuat lingkaran dengan ibu jari dan telunjuk yang biasanya berarti "ok" bagi kita, bagi orang Korea artinya adalah "uang".

n.Timur Tengah	1)Mitra bisnis dari Timur Tengah cenderung hangat, tetapi tetap menjaga jarak. 2)Mereka sangat menghargai seorang wanita, maka jangan sungkan untuk berbisnis dengan orang timur tengah. 3)Jabat tangan mitra bisnis orang Timur Tengah sangat hangat dan tidak terlalu keras (sebab itu menyakitkan khususnya jika mitra bisnis kita seorang wanita). 4)Dalam jabat tangan juga jangan terlalu lemah (karena dianggap menimbulkan kesan bahwa kita takut tertular penyakit). 5)Tatap terus mitra bisnis tersebut dengan ketulusan. Ekspresikan pandangan/ pendapat kita dengan penuh, senyum selalu, dan gerak/bahasa tubuh yang menghormati atau menghargai mitra bisnis, baik secara personal maupun pada perusahaannya.
----------------	--

Tabel 5.1. Kebiasaan sikap berbisnis antar negara

D. Menangani Kesalahpahaman Antar Budaya

Prinsip dalam menangani kesalahpahaman antar budaya dalam konteks saat bekerja adalah membangun budaya kerja. Budaya kerja perlu dibangun untuk meminimalisir perbedaan budaya yang terjadi saat bekerja, karena tempat kerja adalah tempat dimana berlaku hal – hal universal , terlebih lagi pada industry pariwisata.

Oleh sebab itu kunci utama untuk menghindari kesalah pahaman akibat perbedaan budaya adalah harus menciptakan sistem dan aturan kerja yang dapat mengakomodasi perbagai perbedaan karena latar belakang budaya. Sehingga konsep membangun budaya kerja sebaiknya memiliki standar acuan baik bagi pemimpin dan bagi karyawan.

Ada dua pilar untuk membangun budaya kerja yang baik, yakni:

1. Kompeten pada bidangnya

Dalam penguasaan materi seseorang dinyatakan kompeten, apabila orang tersebut dapat mempertunjukkan pengetahuannya, keterampilannya dan sikapnya sesuai dengan standar industri atau standar di tempat kerja. Karyawan



yang kompeten pada bidangnya akan memahami budaya yang berbeda karena dia memiliki aspek environment skill yakni kemampuan untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan pekerjaannya dengan berbagai tanggung jawab yang melekat pada dirinya.

2. Memiliki komitmen dan mampu beradaptasi

Komitmen adalah keputusan hati nurani (bersama) yang akan dipresentasikan dalam setiap pekerjaan. Komitmen memang bukan jaminan untuk sukses, tetapi tanpa komitmen tujuan perusahaan tidak dapat tercapai dengan baik, bahkan keterpurukan. Dalam berkomitmen kita memasukkan 3 kecerdasan yang ada dalam diri manusia yakni *Emotional Quotient (EQ)*, *Intellectual Quotient (IQ)* dan *Spiritual Quotient (SQ)*. Emotional question terkait bagaimana perasaan kita, ego dan rasa, Intellectual question berkaitan dengan kedalaman ilmu pengetahuan dan kompetensi dan Spiritual question berkaitan dengan alam roh, jiwa dan ajaran agama masing-masing.



Gambar 5. 19. Konsep EQ, IQ dan SQ dalam penerapan budaya kerja
Sumber: Dokumen pribadi

Dengan demikian solusi dalam mengenai kesalah pahaman antar budaya melalui budaya kerja dapat diwujudkan dalam bentuk:

1. Bangun budaya kerja dengan standar yang mengakomodasi kepentingan budaya yang berbeda

2. Memiliki rasa saling toleransi dan menghargai orang lain yang berbeda budaya dengan kita.
3. Pahami nilai-nilai kebenaran, kepatutan, kesopanan, dan kesantunan tidak selalu berasal dari kacamata budaya kita semata, karena ada nilai-nilai budaya yang kita miliki dan kita anggap "baik" atau "benar", tetapi belum tentu baik dan benar dalam kacamata budaya lain.
4. Membiasakan memberikan perhatian berupa reward/imbalan dalam arti tidak berupa financial, namun perhatian seperti ucapan terima kasih, senyuman, pujian, tepukan lembut dipungggung dan ucapan selamat
5. Lakukan gathering/berkumpul dan saling melakukan kegiatan santai bersama, sehingga tekanan dan gesekan karena perbedaan akan dipahami ketika mengenal satu dan lainnya
6. Berikan pelatihan kepada karyawan baru terkait bekerja dengan latar belakang yang berbeda, sehingga budaya kerja selalu dibiasakan saat bekerja

Namun, jika kesalah pahaman itu sudah terjadi maka beberapa saran untuk mendapatkan bantuan dari permasalahan yang ada pada orang tepat. Beberapa personel yang tepat untuk memecahkan masalah kesalah pahaman budaya adalah:

1. Rekan kerja
 - a. Tempat kerja yang sama
 - b. Industri yang sama
 - c. Industry-industri terkait
2. Buku-buku referensi
 - a. Petunjuk perjalanan
 - b. Ensiklopedi
 - c. Buku mengenai topik-topik khusus
3. Kelompok-kelompok di luar organisasi
 - a. Jasa penterjemah
 - b. Pelayanan diplomatic



MATERI

- c. Organisasi budaya local
- d. Lembaga-lembaga pemerintahan yang terkait
- 4. Teman atau saudara (jika memungkinkan sebagai pilihan terakhir)



TUGAS MANDIRI

1. Apa yang dimaksud dengan budaya, kebudayaan dan kesadaran budaya?
2. Sebutkan tujuan komunikasi antar budaya!
3. Apa saja prinsip dalam berkomunikasi antar budaya?
4. Jelaskan 7 unsur kebudayaan secara universal dalam kehidupan sehari-hari!
5. Apa yang dimaksud dengan budaya kerja dan unsur budaya kerja dalam diri seseorang?



PENILAIAN HARIAN

1. Mampu beradaptasi dengan lingkungan dalam lima dimensi kompetensi disebut sebagai...
 - A. Task skill
 - B. Job role/ environment skill
 - C. Transfer skill
 - D. Task management skill
2. Bila Anda sebagai petugas melayani tamu dari berbagai budaya, apa yang akan anda gunakan sebagai pedoman dalam bertugas
 - A. Aturan budaya sendiri
 - B. Aturan budaya setempat
 - C. Aturan budaya tamu
 - D. SOP/ aturan standar perusahaan
3. Mampu mengelola beberapa tugas disebut sebagai...
 - A. Task skill
 - B. Job role/ environment skill
 - C. Transfer skill
 - D. Task management skill
4. Di bawah ini yang tidak termasuk beberapa cara untuk mendapatkan bantuan untuk menghindari permasalahan di tempat kerja melalui...
 - A. Rekan kerja
 - B. Buku referensi
 - C. Coba cara sendiri
 - D. Jasa penerjemah
5. Tidak termasuk tujuh unsur kebudayaan yang secara universal terdapat pada semua masyarakat adalah...
 - A. Sistem kepercayaan atau religi
 - B. Sistem kekerabatan dan organisasi sosial (sistem kemasyarakatan)
 - C. Sistem pendidikan
 - D. Sistem bahasa
6. Termasuk dalam ranah lingkup Intelectual Quotient (IQ) adalah...
 - A. Ilmu pengetahuan
 - B. Ketrampilan
 - C. Sikap kerja
 - D. Multi task skill
7. Teknik-teknik komunikasi yang tepat dalam melakukan komunikasi antar budaya adalah
 - A. Dominan mendengarkan pendapat pribadi
 - B. Mengartikan semua sama persepsi.
 - C. Bicara tanpa kejelasan.
 - D. Mencari umpan balik.
8. Dalam melakukan perdagangan dengan Negara Arab yang perlu diperhatikan adalah...
 - A. Pertama kali bertemu senang berjabat tangan berkali-kali
 - B. Menganggap dan menghormati tuan rumah dengan menerima tawaran makanan, minuman, atau setiap bentuk kebaikan.
 - C. Cinta dengan bahasa Arabnya sendiri



PENILAIAN HARIAN

KOMUNIKASI INDUSTRI PARIWISATA



RANGKUMAN

- D. Tepat waktu dan disiplin
- 9. Di bawah ini yang tidak termasuk budaya berdagang dengan orang Cina (Tionghok) adalah...
 - A. Keterlambatan dalam memenuhi janji merupakan suatu hal yang sangat buruk
 - B. Keseriusan dalam urusan bisnis orang lain dalam berganag dapat diperlihatkan dengan mempelajari bahasa mereka
 - C. Tidak boleh memberikan sajian minuman keras dan makanan lainnya
 - D. Sangat menyukai warna emas dan merah
- 10. Di bawah ini yang termasuk kegiatan gathering adalah...
 - A. Berkumpul dan saling melakukan kegiatan santai bersama
 - B. Memberikan pujian pada teman yang berhasil
 - C. Memberikan punishment bagi karyawan yang salah procedure
 - D. Mengadakan konferensi press

Perbedaan yang terjadi dalam lingkungan kehidupan seseorang, akan membuat respon besar bagi individu itu sendiri respon yang akan dirasakan dan ditimbulkan akan beragam sekali, seperti ketidak senangan dalam menerima perbedaan, menerima dengan senang hati, terbuka, saling berkoordinasi, kecemburuan social, dan hal lainnya. Bekerja dalam lingkungan sosial yang berbeda pun menjadi sebuah tantangan yang sebaiknya disikapi dengan dewasa. Kesalahpahaman terhadap komunikasi menjadi hal yang sangat mendasar disamping kesalahpahaman yang lainnya. Ilmu komunikasi menjadi sebuah hal penting untuk dipelajari lebih lanjut agar komunikasi yang terjalin di semua pihak menjadi komunikasi yang tertata dan di respon dengan baik. Selain itu, perbedaan budaya dalam lingkungan social kita dapat di cegah jika memiliki rasa saling toleransi dan menghargai orang lain, pahami nilai-nilai kebenaran, memberikan perhatian berupa reward, mengadakan gathering/berkumpul untuk mengenal satu dan yang lainnya dan melatih untuk pengendalian diri.

BAB VI

MELAKUKAN IDENTIFIKASI DAN PENANGANAN SITUASI KONFLIK

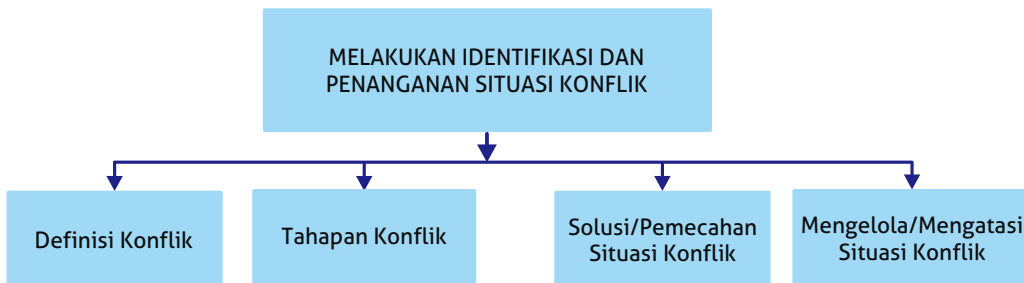


TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang definisi konflik, peserta didik mampu mendeskripsikan definisi konflik tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang tahapan konflik, peserta didik mampu menjelaskan tahapan konflik tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang solusi/pemecahan situasi konflik, peserta didik mampu menjelaskan solusi/pemecahan situasi konflik tersebut dengan baik.
4. Setelah mempelajari materi tentang mengelola/mengatasi situasi konflik, peserta didik mampu menjelaskan mengelola/mengatasi situasi konflik tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Konflik – Kesenjangan – Interaksi – Pertentangan – Masalah – Win – Lose – Sifat – Karakter – Dampak – Perdamaian – Nilai – Perbedaan



Hubungan interaksi dan reaksi dengan orang lain merupakan kebutuhan dalam kehidupan. Interaksi ini bermanfaat bagi kehidupan kita karena manusia sebagai makhluk sosial juga sebagai pengakuan terhadap eksistensi kita di lingkungan kita berada. Namun, tak jarang ketika saling berinteraksi ada reaksi yang tidak positif di dalamnya, sehingga akan ada kesenjangan, ketidakharmonisan sampai pada perselisihan. Inilah yang dinamakan konflik. Terlebih lagi jika kita bergerak dalam bidang jasa, dimana pelanggan adalah user produk jasa yang kita tawarkan dengan latar belakang pemikiran yang berbeda. Alhasil potensi untuk konflik akan besar sekali berkembang disana. Perbedaan pendapat akan mengarah kepada sebuah konflik jika tidak segera diidentifikasi, karena konflik memang tidak dapat dihindari namun diminimalisir dengan segera mungkin. Jangan sampai konflik menjadi berkepanjangan yang berakibat pada perpecahan dan kehancuran. Dalam materi ini akan dibahas terkait konflik dan tahapannya serta solusi menangani dan mengelola situasi konflik.

A. Definisi Konflik

Beberapa definisi mengenai konflik yang dapat dikemukakan, antara lain:

Menurut Daniel Webster, konflik adalah:

1. Persaingan atau pertentangan antara pihak – pihak yang tidak cocok satu sama lain.
2. Keadaan atau perilaku yang bertentangan (misalnya pertentangan pendapat, kepentingan atau pertentangan nilai).
3. Perselisihan akibat kebutuhan, dorongan, keinginan atau tuntutan yang bertentangan.
4. Perseteruan.

Menurut Richard Y.Chang, konflik adalah ketidaksepakatan yang tidak dapat dihindari dan tidak memiliki sifat baik maupun buruk (konflik bersifat netral).

Kata konflik itu sendiri berasal dari Bahasa Latin "*Configere*", yang oleh para sosiolog diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih (bisa juga kelompok) dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkannya atau membuatnya tak berdaya.

Dari ketiga pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa konflik adalah ketidaksepakatan atau perselisihan yang terjadi ketika nilai (*value*), keyakinan (*beliefs*), kebutuhan (*needs*) dan selera (*taste*) menjadi sebuah pertentangan.



Gambar 6.1. Demonstrasi salah satu bentuk luapan konflik
Sumber: <https://manajemenppm.wordpress.com/2015/05/01/pekerja-adalah-aset-perusahaan-adalah-yang-utama/>

Dari pengertian konflik diatas maka dapat dilihat ciri – ciri dari konflik antarlain:

- a. Adanya dua pihak/lebih secara perseorangan/kelompok yang terlibat dalam suatu interaksi yang saling bertentangan
- b. Timbul pertentangan antara dua pihak /lebih secara perseorangan maupun kelompok dalam mencapaitujuan
- c. Munculnya interaksi yang seringkali ditandai oleh gejala-gejala perilaku yang direncanakan untuk saling meniadakan, mengurangi, dan menekan terhadap pihak lain agar dapat memperoleh keuntungan
- d. Munculnya tindakan yang saling berhadapan-hadapan sebagai akibat pertentangan yang berlarut – larut
- e. Munculnya ketidakseimbangan akibat



dari usaha masing-masing pihak yang terkait dengan kedudukan, status sosial, pangkat, golongan, kewibawaan, kekuasaan, harga diri, *prestise*, dan sebagainya.



Gambar 6.2. Konflik antar kampung yang disebabkan perbedaan persepsi (Sumber: <https://news.okezone.com/read/2015/09/21/338/1217777/tawuran-pemuda-pecah-di-cililitan>)

Terjadinya sebuah konflik pasti dilatarbelakangi oleh beberapa faktor. Faktor penyebab terjadinya konflik adalah:

1. Faktor manusia

- Nilai sikap dan Kepercayaan (*Values, Attitude, and Beliefs*)
- Kebutuhan dan Kepribadian Manusia (*Needs and Personality*)
- Perbedaan Persepsi (*Perceptual Differences*)

2. Faktor organisasi

- Persaingan dalam menggunakan sumberdaya
- Perbedaan tujuan antar unit-unit organisasi
- Interdependensi tugas (saling ketergantungan antar kelompok)
- Perbedaan nilai dan persepsi
- Kekaburan yurisdiksional (batas aturan tidak jelas)
- Masalah "status" yang akan menghambat kelompok lainnya
- Hambatan komunikasi (**Gambar 6.3**)

3. Faktor situasi

- Kesempatan dan Kebutuhan Berinteraksi (*Opportunity and Need to Interact*)

- Kebutuhan untuk Berkonsensus (*Need for Consensus*)
- Ketergantungan satu pihak kepada Pihak lain (*Dependency of One Party to Another*)
- Perbedaan Status (*Status Differences*)
- Rintangan Komunikasi (*Communication Barriers*)
- Batas-batas tanggung jawab dan Yurisdiksi yang tidak jelas (*Ambiguous responsibilities and Jurisdictions*)



Gambar 6.3. Singungan antar organisasi pun dapat berujung konflik (Sumber: <http://www.radarbogor.id/2018/04/19/tawuran-pelajar-pecah-di-parung-satu-tewas-dua-luka-berat/>)

Konflik yang terjadi di dalam ruang lingkup dunia kerja/tempat kerja terdiri empat tingkatan, yaitu:

- Level individu (*intraindividual conflict*), yaitu konflik dari dalam, yang terjadi pada diri seseorang, dimana individu bimbang dalam memilih beberapa kepentingan hidupnya.
- Level antar individu (*interpersonal conflict*), yaitu konflik antar perorangan, antara dua individu atau lebih yang mempersulit suatu organisasi bisnis untuk mencapai tujuan.
- Level kelompok (antar organisasi), yaitu tingkatan yang terjadi antar kelompok dimana satu kelompok mengganggu kelompok sehingga menghalangi untuk melakukan pekerjaan dengan sukses.
- Level organisasi, yaitu tingkatan konflik yang terjadi antar organisasi, misalnya satu perusahaan dengan perusahaan lain karena adanya perbedaan kondisi kerja dan gaji.



B. Tahapan Konflik

Tahapan perkembangan sebuah interaksi manusia mengarah pada konflik yakni:

1. Konflik masih tersembunyi (*laten*)

Berbagai macam kondisi emosional yang dirasakan sebagai hal yang biasa dan tidak dipersoalkan sebagai hal yang mengganggu dirinya

2. Konflik yang mendahului (*antecedent condition*)

Tahap perubahan dari apa yang dirasakan secara tersembunyi yang belum mengganggu dirinya, kelompok atau organisasi secara keseluruhan

3. Konflik yang dapat diamati (*perceived conflicts*) dan dapat dirasakan (*felt conflict*)

Muncul sebagai akibat *antecedent condition* yang tidak terselesaikan

4. Konflik terlihat secara terwujud dalam perilaku (*manifest behavior*)

Upaya untuk mengatisipasi timbulnya konflik dan sebab serta akibat yang ditimbulkannya

5. Penyelesaian atau tekanan konflik

Terdapat dua tindakan yang perlu diambil terhadap suatu konflik, yaitu penyelesaian konflik dengan berbagai strategi atau sebaliknya adanya tekanan

6. Akibat penyelesaian konflik

Bisa berdampak positif dan negatif

Dalam penerapannya secara umum konflik akan mengalir melalui sejumlah tingkatan /*level* yang berbeda sebelum mencapai sebuah krisis. Terdapat beberapa tingkatan tahap berkonflik yaitu:

1. Rasa tidak nyaman

Kebutuhan dan harapan seseorang yang tidak terpenuhi. Misalnya seorang tamu yang tergesa-gesa untuk dapat *check-in* ke hotel mereka dan tidak ingin

menunggu pada meja *Receptionist* terlalu lama.

2. Kesalahpahaman

Pada tahap ini kesalahpahaman muncul karena sesuatu hal tidak secara jelas diungkapkan dan apabila kesalahpahaman ini meningkat akan menyebabkan rasa ketidaknyamanan semakin meningkat pula. Misalnya tamu yang telah merasa tergesa – gesa tadi meminta *Receptionist* untuk segera memproses registrasi kamarnya dengan perkataan yang ketus dan tidak segera ditangani oleh petugas karena kondisi hotel sedang ramai.

3. Insiden

Seseorang mengekspresikan ketidakpuasan mereka atas satu situasi. Ekspresi tersebut dapat bermacam-macam bentuk, Mereka mungkin akan menyampaikan keberatan secara verbal, menampilkan wajah yang tidak senang, menggunakan bahasa tubuh untuk mengekspresikan rasa tidak senang mereka. Misalnya tamu yang menunggu untuk *check-in* menyilangkan lengannya lalu mengetuk-ngetuk meja dengan tidak sabar, dia lalu hanya bicara seperlunya dan ketus pada *Receptionist*. Dia lalu menyampaikan keluhan bahwa layanan yang diberikan pada tempat ini tidak berguna, harus ada lebih banyak *staff*.

4. Ketegangan

Friksi terjadi di antara dua pihak yang sedang terlibat konflik. Kedua pihak saling bertahan dan mengekspresikan pertahanan tersebut. Sebuah perang kata-kata mungkin terjadi. Misalnya seorang *Receptionist* tersinggung dengan komentar seorang tamu yang tidak sabar dan dengan tajam mengatakan bahwa dirinya sedang sibuk menangani masalah lain dan tamu tersebut harus menunggu gilirannya dan



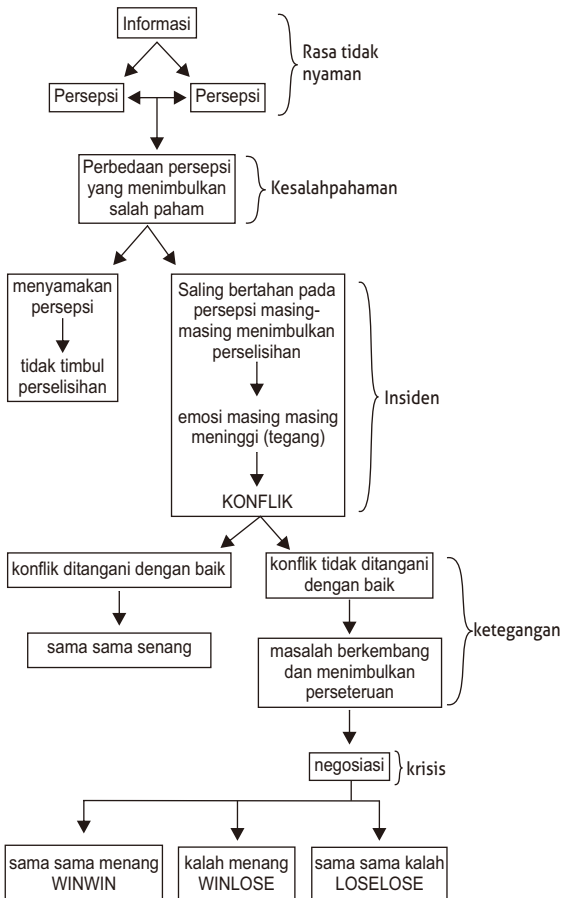
bahwa tidak ada *staff* lain dapat membantunya.

5. Krisis

Konflik tersebut telah meningkat pada suatu keadaan di mana kedua pihak tersebut mungkin berargumen secara verbal maupun fisik. Bahkan sering dibutuhkan pihak ketiga untuk mengatasi level konflik ini. Misalnya, tamu tersebut mulai menganiaya *Receptionist* karena dia telah bersikap kasar.

Lebih lengkapnya tahapan konflik dapat dipelajari dibawah ini:

Diagram tingkat tahapan konflik:



Gambar 6.4. Diagram tahapan konflik
Sumber: Buku BSE Usaha Perjalanan Wisata Jilid 1

Gambaran dari tingkatan konflik:



Gambar 6.5. Tingkatan tahap berkonflik

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Tb414rfABGk>

Dari tahapan dan tingkatan konflik yang terjadi, banyak dampak yang ditimbulkannya, baik secara positif dan negatif. Dampak ini tidak hilang begitu saja ketika konflik pernah terjadi, sehingga pasti akan membekas bagi yang terkait konflik dan meninggalkan sebuah pengalaman hidup. Beberapa dampak yang dapat ditimbulkan dari adanya konflik adalah:



AKIBAT NEGATIF	AKIBAT POSITIF
1. Menghambat komunikasi 2. Mengganggu kohesi (keeratan hubungan) 3. Mengganggu kerjasama atau "team work" 4. Mengganggu proses produksi, dapat menurunkan produksi 5. Menumbuhkan ketidakpuasan terhadap pekerjaan 6. Individu atau personil mengalami tekanan tujuan organisasi (stress), mengganggu konsentrasi, menimbulkan kecemasan, mangkir, menarik bersifat inovatif diri, frustrasi, dan apatisme	1. Membuat organisasi tetap hidup 2. Menumbuhkan motivasi dan meningkatkan produktivitas 3. Menyesuaikan diri dengan lingkungan dapat menurunkan produksi (adaptasi) sehingga dapat mendorong perubahan dan perbaikan dalam system dan prosedur, mekanisme, program, bahkan tujuan organisasi 4. Memunculkan keputusan-keputusan yang bersifat inovatif 5. Memunculkan persepsi yang lebih kritis terhadap perbedaan pendapat 6. Menumbuhkan kreativitas dan inovasi

Tabel 6.1 Dampak konflik (Sumber: <https://www.slideshare.net/luthfiwidyanto/conflict-management-11762003>)

Dampak lain yang dapat dirasakan adanya konflik adalah kerusakan di segala sarana prasarana :



Gambar 6. 6. Dampak negative merusak sarana prasarana umum pada konflik (Sumber: <https://www.boombastis.com/belajar-demonstrasi/47630>)

C. Solusi/Pemecahan Situasi Konflik

Strategi menghadapi konflik yang bisa dilakukan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 6.7. Strategi menghadapi konflik (Sumber: <https://www.slide share.net/luthfiwidyanto/conflict-management-11762003>)

Ketika berdiam diri dengan konflik tidak cukup menjadi penyelesaian konflik, alat kolaborasi dapat berhasil kedua pihak harus menghargai dan mempercayai pendapat pihak lain. Namun kedua belah pihak harus dipersiapkan untuk menyelesaikan konflik dan untuk mengeksplorasi hal-hal diluar masalah yang nampak. Saat berhadapan dengan sebuah situasi konflik, ada lima strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi situasi tersebut, yakni:

1. Win/lose

Ini adalah sebuah metode yang meliputi pendekatan kompetisi / *competition*, dimana kekuatan dan ego diri sendiri nampak nyata diatas kepentingan pihak lain. Strateginya adalah memang atas semua biaya, tanpa mempertimbangkan alternative lain. Metode ini dapat digunakan pada situasi darurat dimana tindakan yang penting dibutuhkan. Dapat digunakan juga ketika seseorang harus menunjukkan control karena metode yang lama telah gagal. Sering digunakan ketika implementasi dari perubahan yang tidak bisa dibutuhkan. Sayangnya, hal ini selalu berarti bahwa pihak yang lain akan kalah.

2. Lose win

Metode ini meliputi pendekatan akomodasi/*accommodation*, dimana seseorang merasa senang menerima argument orang lain. Seseorang mengorbankan beberapa kepentingan sendiri agar pihak lain mendapat keuntungan (*self scarifying behavior*). Metode ini digunakan ketika masalah tidak terlalu signifikan atau ketika orang-orang lebih penting dari masalah tersebut. Metode ini juga digunakan ketika mempelajari mengenai keyakinan, nilai dan tindakan orang lain.



3. Lose/Lose

Metode ini meliputi pendekatan penghindaran/*avoid conflict*, ketika kedua pihak memilih untuk mengabaikan konflik secara fisik ataupun psikologis untuk memelihara perdamaian. Mereka memilih tidak mempedulikan atau berhadapan dengan masalah (membekukan masalah). Metode ini memungkinkan setiap pihak untuk dapat bersikap tenang dan memikirkan kasus tersebut dengan cara yang lebih rasional. Namun sebenarnya sifat tindakan ini hanya menunda sebuah konflik yang telah terjadi, sehingga memungkinkan sekali jika suatu saat akan kembali.

4. Win/Lose-Win/Lose

Metode ini merupakan kompromi/*compromise*, ketika kedua pihak setuju untuk berbeda dan sebuah konsesi telah disepakati. Metode ini melibatkan negosiasi dan memiliki hasil yang fleksibel. Metode ini digunakan ketika argument yang ada sangat kompleks atau ketika terdapat tidak hanya satu solusi yang mungkin. Kadang-kadang tekanan dari pihak luar atau keterbatasan waktu mendorong terjadinya sebuah kompromi untuk mendapatkan *win win solution*.

5. Win/Win

Metode *Win/Win* melibatkan pendekatan kolaborasi/*collaborative*. Metode ini menciptakan situasi menang – menang dengan saling bekerja sama. Kedua argumen didengar dan dikaji dengan kedua masalah dan individual dipertimbangkan. Kolaborasi sering menghasilkan hasil yang lebih ekstensif dan membangun. Metode tersebut menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Kelima strategi tersebut dapat diaplikasikan sesuai dengan tingkat konflik itu sendiri, yakni:

a. Level individu (*intraindividual conflict*), dapat dilakukan dengan strategi seperti:

- 1) Menciptakan kontak dan membina hubungan dengan orang lain
- 2) Menumbuhkan rasa percaya diri
- 3) Menumbuhkan kemampuan/kekuatan diri sendiri
- 4) Menentukan tujuan dan membuat prioritas (*competition*)
- 5) Mencari dan memilih beberapa alternatif (*collaborative*)
- 6) Merencanakan keluar dari konflik diri pribadi (*acommodation*)

b. Level antar individu (*interpersonal conflict*), dapat di hadapai dengan startegi:

- 1) *Lose/Lose*, yakni dengan cara memasukkan orang ke tiga dalm penyelesaian konflik. Campuran tangan orang ketiga bertujuan sebagai:
 - a) Arbitrasi, pihak ketiga sebagai hakim yang mendengarkan permasalahan dari kedua belah pihak dan memutuskan penyelesaian konflik melalaui suatu perjanjian yang mengikat.
 - b) Mediasi, pihak ketiga berfungsi sebagai mediator, karena pihak ketiga tidak memiliki wewenang secara langsung dengan yang berkonflik dan memutuskan penyelesaian konflik antar kedua belah pihak.
- 2) *Win / lose*, merupakan penekanan terhadap salah satu pihak juga dapat dilakukan dengan cara:
 - a) Penarikan diri
 - b) Bujukan karena danay rintangan komunikasi
 - c) Taktik paksaan dan penekanan



- d) Taktik yang berorientasi pada tawar-menawar
- 3) *Win/Win*, digunakannya strategi ini menjadi pemecahan yang memenangkan semua pihak, karena menggunakan semua aspek seperti pengetahuan, keterampilan, komunikasi dan interaksi. Pemecahannya dapat dilakukan dengan 2 alternatif yakni:
 - a) Pemecahan masalah terpadu (*Integrative Problem Solving*)
 - b) Konsultasi proses antar pihak (*Inter-Party process Consultation*)
- c. Level kelompok (antar organisasi), dapat dilakukan pemecahan pada strategi:
 - 1) Pendekatan birokratis, manager dengan menggunakan struktur hierarkinya sebagai pemecah masalah
 - 2) Pendekatan intervensi otoritatif, dimana manager ikut campur dalam pemecahan masalah karena sebagai otoritas pada kedua belah pihak.
 - 3) Pendekatan *system*, mengkoordinasikan masalah – masalah konflik yang muncul
 - 4) Reorganisasi struktur, yakni merubah struktur organisasi pada bagian tertentu yang sering berkonflik, agar meluruskan perbedaan yang berbeda

D. Mengelola/Mengatasi Situasi Konflik

Konflik memang tidak dapat dihindari namun dapat diminimalisir. Sehingga setiap personal yang memiliki interaksi dengan orang lain harus mulai memupuk kesadaran bahwa dirinya hidup bersama dan berbagi dengan orang lain. Penjagaan sikap, perilaku, menarik diri, dan berdiam pada situasi konflik terkadang perlu

menjadi solusi. Terdapat lima gaya mengelola konflik yang sudah umum diterimayaitu:

1. Integrating (*problem solving*)

Dalam gaya ini pihak-pihak yang berkepentingan secara bersama-sama mengidentifikasi masalah yang dihadapi, kemudian mencari dan mempertimbangkannya, serta memilih solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan. Biasanya solusi pemecahannya dalam bentuk dibuatnya sebuah "standar operating". Gaya ini cocok digunakan untuk konflik yang terkait dengan salah paham, alur kerja yang tidak jelas, namun tidak sesuai untuk pemecahan masalah yang terkait dengan perbedaan nilai yang mendasar bagi seseorang.

2. Obliging (*Smoothing*)

Gaya obliging ini diberikan oleh salah satu pihak yang berkonflik untuk memuaskan pihak lain, karena berupaya mengurangi perbedaan – perbedaan dan mengingkan kebersamaan. Dari sini akan timbul rasa kerjasama, namun ini sifatnya sementara dan hanya terjadi pada antar personal karena kedekatan.

3. Dominating (*forcing*)

Pastinya lebih berorientasi pada dirinya sendiri dan lemahnya perhatian kepada orang lain. Gaya semacam ini harus segera diidentifikasi saat ditemukan pada salah satu pihak, dan diberikan pendekatan – pendekatan. Sehingga dari sifat dominating akan merubah pada sifat obliging.

4. Avoiding

Gaya ini disebut dengan gaya tarik ulur, artinya tidak begitu menyita perhatian dan waktu diantara kedua belah pihak, karena sifat permasalahannya remeh atau sepele. Kekuatan gaya ini adalah untuk menghadapi situasi



MATERI

yang membingungkan (*ambiguous situations*), sehingga tidak menyentuh masalah pokok.

5. *Compromising*

Taktik ini menempatkan seseorang pada situasi menghargai kepentingan orang lain dan kepentingan diri sendiri. Kuncinya adalah saing memberi dan menerima (*take and give approach*). Gaya ini digunakan saat kita mengelola konflik terkait dengan orang – orang yang memiliki tujuan yang sama, namun berbeda pandangan, sehingga kita hanya membutuhkan jalan tengah dengan pendekatan memberi dan menerima tadi.



TUGAS MANDIRI

1. Apa yang dimaksud dengan konflik secara umum?
2. Jelaskan tingkatan konflik yang kamu ketahui!
3. Gambarkan alur tahapan sebuah konflik dengan baik!
4. Jelaskan 5 strategi dalam mengatasi konflik dan berikan 1 kasus.
5. Apakah yang dimaksud dengan pendekatan avoiding, obliging dan compromising?
2. Yang tidak termasuk tahapan konflik adalah
 - A. Rasa tidak nyaman
 - B. Insiden
 - C. Kesalahpahaman
 - D. Pertentangan
 - E. Krisis
3. Bukan manfaat dari konflik adalah ...
 - A. Menurunnya motivasi kerja
 - B. Identifikasi masalah / pemecahan meningkat
 - C. Ikatan kelompok lebih erat
 - D. Pengetahuan / ketrampilan meningkat
 - E. Kreativitas meningkat
4. Konflik mendatangkan berbagai kerugian, salah satu kerugian tersebut adalah ...
 - A. Penyesuaian diri pada kenyataan.
 - B. Pengetahuan / ketrampilan meningkat
 - C. Kepercayaan merosot
 - D. Membantu upaya mencapai tujuan
 - E. Mendorong pertumbuhan
5. Pernyataan berikut ini yang tidak termasuk penyebab konflik / kesalahpahaman adalah
 - A. Situasi dan permasalahan
 - B. Dapat memahami permohonan mengenai situasi / budaya orang lain
 - C. Kurangnya pemahaman mengenai permasalahan orang lain
 - D. Kurang menguasai prosedur
 - E. Komunikasi yang terbatas



PENILAIAN HARIAN

1. Konflik muncul karena ada ketidakcocokan atau ketidaksepahaman. Strategi dalam menghadapi konflik adalah ...
 - A. Membiarkan konflik berkembang
 - B. Memfonis pencetus konflik
 - C. Mengakomodasi dan kompromi
 - D. Kompetisi/ bersaing
 - E. Memutuskan kerjasama
6. Orang yang tepat membantu memecahkan masalah ditempat kerja adalah....
 - A. Penyelia, sahabat, keluarga, kepala bagian
 - B. Keluarga, staf sumber daya manusia, manager yang bertugas
 - C. Kepala bagian, staf sumber daya manusia, manager yang bertugas
 - D. Manager yang bertugas, sahabat, keluarga



MATERI



RANGKUMAN

- E. Sahabat, keluarga, penyalia
- 7. Win /lose adalah penyelesaian mengatasi konflik dengan cara...
 - A. Akuisisi
 - B. Kompromi
 - C. Pengindaran
 - D. Kompetisi
 - E. Kolaborasi
- 8. Pendekatan kolaborasi merupakan metode dari...
 - A. Win/win.
 - B. Win lose
 - C. Lose lose
 - D. Win lose/ win lose
 - E. Lose win/ lose win
- 9. Jika terjadi konflik, kedua belah pihak yang bersengketa saling mengabaikan dan memilih buntuk berdamai merupakan metode pemecahan konflik dengan cara...
 - A. Win/win.
 - B. Win lose
 - C. Lose lose
 - D. Win lose/ win lose
 - E. Lose win/ lose win
- 10. Berikut yang tidak termasuk gaya dalam mengelola konflik adalah...
 - A. Integrating
 - B. Dominating
 - C. Avoiding
 - D. Compromising
 - E. Receiving

Konflik yang terjadi dalam berinteraksi merupakan bentuk pertentangan terhadap suatu keadaan. Konflik dapat berdampak positif dan berdampak negative. Adanya konflik tidak terjadi dengan tiba – tiba tapi selalu diawali dengan adanya permasalahan dan kesalahpahaman diikuti dengan insiden, ketegangan dan krisis hingga akhirnya menjadi sebuah konflik. Keberadaan konflik tidak dapat dihindari , namun diminimalkan, sehingga perlu kesadaran individu untuk dapat menerapkan sikap dalam mengelola konflik. Sikap yang sebaiknya di kelola dari individu sendiri adalah menghindari dari sumber konflik, netralisasi sikap, identifikasi yang menjadi konflik, mengurangi perbedaan dan saling memahami. Jika konflik telah terjadi, maka strategi yang dapat diambil adalah kompetisi, akomodasi, penghindaran, kompromi dan kolaborasi. Strategi yang paling disarankan adalah kolaborasi dimana strategy ini mengakomodir pendapat dari dua belah pihak dalam memecahkan persoalan konflik dengan damai.

BAB VII

MEMBERIKAN RESPON ATAS KELUHAN PELANGGAN



TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang keluhan pelanggan, peserta didik mampu mengidentifikasi keluhan pelanggan tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang kategori keluhan, peserta didik mampu mengidentifikasi kategori keluhan tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang cara mengatasi keluhan pelanggan, peserta didik mampu menerapkan cara mengatasi keluhan pelanggan tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Keluhan – *Complain* – Pelanggan – Harapan – Produk – Jasa - *Service* - Empati – Solusi – Sikap – Petugas – Perusahaan



Bergerak dalam usaha pariwisata merupakan usaha jasa yang menyediakan pelayanan/service kepada tamu yang menginap. Pelayanan atau jasa/service adalah suatu hasil dari kegiatan hubungan timbal balik antara produsen dan pelanggan pada beberapa kegiatan internal dan eksternal. Produsen dapat memenuhi kebutuhan pelanggan bentuk kepuasan/satisfaction. Namun ada kalanya pelayanan yang diberikan jauh dari harapan pelanggan, sehingga ini akan menimbulkan kesenjangan. Inilah yang kita sebut keluhan/*complaint*. Ada banyak faktor yang menyebabkan keluhan dari pelanggan dan tidak ada satu perusahaan pun yang terbebas dari keluhan, karena keluhan tidak dapat dihilangkan, tetapi dapat diminimalkan (*minizing the complaint*). Selama perusahaan tersebut masih berjalan, berbagai keluhan pun akan mengikuti untuk mengevaluasi berjalannya suatu usaha.

A. Menenal Keluhan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan / *client* / tamu / pembeli / nasabah sangat tergantung pada sebuah pelayanan. Perusahaan dengan produk bagus namun dari sisi pelayanan kurang memuaskan akan berakibat pelanggan akan berpindah pada perusahaan lain. Sehingga perlu kesinergian antara produk yang dihasilkan dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan adalah salah satu bentuk kegiatan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan membeli produk barang atau produk jasa. Dimensi karakteristik sebuah kualitas pelayanan/jasa adalah:

1. *Intangibility* / tidak berwujud

Jasa bersifat *intangible*, maksudnya tidak dapat dilihat dan diraba oleh kasat mata karena merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, kinerja atau usaha. Konsep *intangible* pada jasa memiliki dua pengertian, yaitu:

a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan

tidak dapat dirasa.

b. Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

Dengan demikian, orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakannya/mengkonsumsinya sendiri.

2. *Inseparability* / tidak terpisahkan

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa di lain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3. *Variability* / keanekaragaman

Jasa bersifat sangat beragam karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability* / tidak tahan lama

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau pada jam tertentu tanpa pasien di tempat praktik seorang dokter, akan berlalu/hilang begitu saja karena pelayanan tidak dapat disimpan untuk dipergunakan di waktu yang lain.

Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, pelanggan akan merasa senang karena sesuai dengan harapan/ *expectation*. Namun sebaliknya, keluhan akan terjadi jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan. Keluhan tamu adalah ketidakpuasan tamu terhadap pelayanan yang telah diberikan atau diterima. Keluhan pelanggan / klien / tamu / pembeli / nasabah yang diabaikan bisa merugikan perusahaan di kemudian hari. Tetapi tidak



sedikit petugas pelayanan di bidang jasa yang menganggap enteng satu dua keluhan karena hal tersebut dipandang sebagai wajar. Bagaimanapun juga kekecewaan yang menumpuk dan mendalam dari beberapa pelanggan bisa menjatuhkan bisnis yang sedang dijalankan bila tidak ditindaklanjuti. Karena itu ada beberapa perusahaan yang memiliki cara yang tepat untuk mengelola keluhan pelanggan. Penyelesaiannya dapat dilakukan secara individu atau kelompok, tergantung pada jenis keluhan yang ada. Pengenalan keluhan pelanggan secara dini adalah suatu sikap bijaksana oleh perusahaan jasa. Dengan demikian perusahaan itu dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diharapkan yang merugikan perusahaan. Kegunaan mengenai keluhan pelanggan secara dini bagi perusahaan, antara lain ;

1. Mengetahui bermacam-macam karakter pelanggan.
2. Mengklasifikasikan keluhan pelanggan.
3. Mempermudah mencari jalan keluar bila menemui keluhan yang sama.
4. Menyadarkan para petugas akan fungsinya pada saat melayani pelanggan.

B. Kategori Keluhan

Pada dasarnya keluhan pelanggan dapat dikategorikan dalam 4 (empat) bagian utama, yaitu :

1. *Mechanical Complaint* (Keluhan Mekanikal)

Adalah suatu keluhan yang disampaikan oleh pelanggan sehubungan dengan tidak berfungsinya salah satu barang /peralatan yang diperoleh dari suatu interaksi pelayanan.

Contoh dari *mechanical complaint* seperti *air conditioner* yang suhunya tidak bisa diatur, cahaya ruangan yang tidak baik, kerusakan listrik, televisi yang tidak ada gambar, kerusakan mesin yang disewa dan lain-lain. Meskipun

tampaknya sepele namun keluhan semacam ini jika tidak diperhatikan dengan baik, maka para pelanggan akan pergi secara perlahan – lahan.



Gambar 7.1. Keluhan tamu terkait televisi hotel yang rusak
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 7. 2. Pelanggan membeli sepatu yang rusak tanpa sepengetahuannya

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvEs>

2. *Attitudinal Complaint* (Keluhan Akibat Sikap Petugas)

Adalah keluhan pelanggan yang muncul karena sikap negatif yang ditampilkan oleh petugas pelayanan, pada saat berhadapan dengan pelanggan. Hal ini bisa disaksikan oleh pelanggan melalui sikap tidak peduli terhadap pelanggan, wajah yang cemberut, cara bicara yang ketus, menganggap rendah pelanggan, atau pengalihan tugas melayani ke petugas lain karena ia merasa tidak suka dengan pelanggan tersebut.



Gambar 7.3. Tamu menunggu lama saat di receptionist sedang bertelpon (Sumber : Dokumen pribadi)



Gambar 7.4. Receptionis mengabaikan tamu yang ada di depannya
sumber; <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>



Gambar 7.5. Sikap petugas berbicara dengan rekan kerja tanpa menghiraukan tamu (sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>)



Gambar 7.6. Waitress melayani dengan sikap tubuh yang tidak sopan (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=HjB9H1qDKcE&t=17s>)



Gambar 7.7. Petugas tidak menunjukkan sikap siap melayani pelanggan (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>)

3. *Service Related Complaint* (Keluhan yang Berhubungan dengan Pelayanan)

Adalah suatu keluhan pelanggan yang datang karena hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan itu sendiri. Misalnya ketika kita sedang check in di suatu hotel, petugas memberi tahu bahwa kamar belum siap dan ia mempersilakan kita untuk menunggu (tanpa disebutkan lamanya menunggu). Lalu kita diberi *welcome drink* sehingga kita dapat beristirahat di *lobby*. Ketika dirasa sudah terlalu lama, kita menanyakan apakah kamarnya sudah siap ternyata *Receptionist* tidak bisa segera memberikan kamar yang kita inginkan. Bagi tamu, ini merupakan cacat dari pelayanan. Contoh lain yang sering kita temui adalah ketika di restoran kita memesan makanan, *Waiter* tidak memberitahu berapa lama masakan akan dimasak, sehingga menunggu hidangan terlalu lama yang membuat tamu bosan dan tidak berselera lagi untuk makan. Dibawah ini contoh *service complaint* ketika tamu sudah mendapatkan kamar untuk *check in*, karena hotel pada musim ramai, *Bellboy* yang mengantarkan barang, meletakkan barang tamu tidak pada tempatnya, karena terdesak waktu mengantarkan barang tamu di kamar lainnya. Hal ini membuat citra hotel menjadi negative.



Gambar 7.8. Keluhan tamu terkait service complain terhadap barang tamu (Sumber : Dokumen pribadi)



Gambar 7.9. Waitress menyajikan makanan dengan tidak memperhatikan standar operating procedure

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=HjB9H1qDKcE&t=17s>

4. Unusual Complaint(keluhan yang aneh)

Adalah keluhan pelanggan yang dimata petugas merupakan keluhan yang tidak wajar dari pelanggan. Biasanya pelanggan yang mengeluh seperti ini sebenarnya secara psikologis adalah orang-orang atau pelanggan bukan orang biasa. Keluhan-keluhan yang disampaikan kadang kala tidak perlu dicarikan jalan keluarnya, cukup didengarkan penuh perhatian. Adapun contohnya seperti jalan menuju ke meeting room terlalu jauh, Meeting room terletak di lantai 2, tidak adanya ruang khusus bagi perokok di hotel, terkait service dan tax yang dibebankan kepada tamu terlalu tinggi, suasana restoran yang tidak nyaman. Artinya pelayanan ini dirasakan oleh semua pelanggan, namun tidak semua pelanggan mengeluhkannya, sehingga pelayanan semacam ini dirasakan untuk karakter pelanggan tertentu dan menjadi masukan bagi perusahaan.

C. Mengatasi Keluhan Pelanggan

Setiap keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan hendaknya disambut dengan tangan terbuka, ucapan terima kasih dan mengevaluasi diri. Ada banyak cara yang ditawarkan untuk menangani keluhan. Sebaik-baiknya solusi yang kita berikan, namun tanpa *human touch* dan *personal approachment* solusi tersebut akan berujung tanpa makna. Beberapa cara untuk menghadapi keluhan pelanggan.

1. Dengarkan dengan penuh perhatian dan empati tamu yang mengeluh



Gambar 7.10. Petugas menghampiri pelanggan dan siap melayani saat terjadi komplain

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

2. Jika memungkinkan, isolasikan tamu yang sedang marah, sehingga pelanggan lain tidak mengetahuinya.



Gambar 7.11. Alihkan pelanggan yang mengeluh ke tempat lain

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

3. Bertindak secara tenang. Hindari amarah dan menyalahkan bahwa kesalahan ada di pihak pelanggan. Jangan berdebat dengan pelanggan.



Gambar 7.12. Tetap tenang dan fokus pada inti keluhan pelanggan

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>



4. Berhati-hati dengan harga diri pelanggan. Tunjukkan perhatian pada masalah pelanggan, gunakan nama pelanggan sesering mungkin. Hadapi keluhan pelanggan dengan serius.
5. Berikan perhatian yang menyeluruh kepada pelanggan. Konsentrasikan pada permasalahan, tidak menyalahkan tamu. Jangan menghina tamu.



Gambar 7.13. Memberikan perhatian penuh pada pelanggan
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

6. Ajukan permohonan maaf atas ketidaknyamanan tamu, sehingga tamu merasa kita berempati padanya.
7. Buat catatan. Tulis fakta tentang keluhan tamu. Mintalah pelanggan untuk berbicara secara perlahan agar keluhannya dapat dicatat. Hal ini dapat melegakan pelanggan.
8. Katakan pada pelanggan apa yang sedang kita lakukan terhadap mereka. Tawarkan beberapa pilihan. Jangan membuat janji jika tidak mungkin dipenuhi, jangan melakukan tindakan diluar batas otoritas petugas.



Gambar 7.14. Petugas menyampaikan alternative solusi
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

9. Dalam membantu menyelesaikan masalah, tentukan jangka waktunya setepat mungkin. Jangan terlalu berani menentukan waktu tapi tidak ditepati; lebih baik lebihkan sedikit namun penyelesaiannya lebih tepat.
10. Amati tindakan yang dilakukan oleh orang lain yang membantu menyelesaikan masalah tersebut sampai tuntas.
11. Hubungi pelanggan dan tanyakan apakah keluhan yang ditangani sudah memuaskan atau belum. Sampaikan rasa terimakasih kepada pelanggan.



Gambar 7.15. Pelanggan akan senang jika didengarkan dan diberikan solusi permasalahannya
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>

Dalam menangani keluhan tamu diperlukan kehati-hatian, jangan sampai tamu complain untuk ke dua kalinya. Metode yang cukup dikenal untuk menangani keluhan yakni metode HEAT, yakni:

1. *Hear them out*

Mendengarkan dengan seksama apa yang dikeluhkan tamu, jangan menanggapi dengan emosi meskipun sikap tamu menyakitkan dan menyinggung perasaan.

2. *Empathize*

Menunjukkan rasa empati kepada tamu, ikut merasakan apa yang dirasakan oleh tamu dan kemudian berusaha mencari solusi. Kalimat yang dapat menegaskan rasa empati kepada tamu misalnya, *I understand how do you feel, if I were you I will be upset, etc.*



3. Apologize

Meminta maaf kepada tamu dalam menangani keluhan tamu, tidak ada yang harus disalahkan. Pada prinsipnya staff meminta maaf karena telah membuat tamu merasa tidak nyaman. *"sorry for the inconvenience."* Kalimat ini mengandung kata netral tidak ada yang dikorbankan apalagi menyalahkan orang lain.

4. Taking proper action and follow up

Memberitahu tamu bahwa masalah telah diusahakan penyelesaiannya, dan mengucapkan terima kasih kepada tamu atas kritik dan keluhan tersebut termasuk memberi kesempatan untuk memperbaikinya.

Hear them out



Empathize



Apologize



Taking proper action and follow up



Gambar 7.16. Menangani keluhan pelanggan dengan HEAT
Sumber : Dokumen pribadi



CAKRAWALA

Pengertian, fungsi dan tugas customer service secara lengkap

Customer service secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Fungsi customer service yang harus dijalankan setiap waktu yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai resepsionis
2. Sebagai deskman
3. Sebagai salesman
4. Sebagai customer relation officer
5. Sebagai komunikator

Sumber: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-fungsi-dan-tugas-customer-service-secara-lengkap/>



JELAJAH INTERNET

Untuk menambah pengetahuan Anda terkait materi ini, silakan membuka link internet dibawah ini:

Dealing with Angry Customer:

<https://www.youtube.com/watch?v=OglcC4JvnEs>



JELAJAH INTERNET



Scan me



TUGAS MANDIRI

1. Apa yang dimaksud dengan keluhan pelanggan?
2. Apa manfaat dari keluhan pelanggan?
3. Jelaskan jenis dari keluhan pelanggan!
4. Jelaskan solusi keluhan dengan metode HEAT!
5. Carilah artikel terkait keluhan pelanggan yang dapat diperoleh dari internet atau media massa. Lakukan analisis jenis keluhan, inti keluhan, solusi yang sudah/seharusnya diberikan kepada pelanggan yang tidak berkenan!



PENILAIAN HARIAN

(belum ada, format soal 5 essay)

1. Dibawah ini yang bukan adalah kategori keluhan:
 - A. unusual complain
 - B. attitude complain
 - C. service related complain
 - D. technical complain
 - E. guest complain
2. Dibawah ini contoh attitude complain adalah:
 - A. Guide yang tidak ramah
 - B. Customer service yang lambat melayani
 - C. Tour yang membosankan
 - D. Harga makanan yang terlalu mahal
 - E. Bis yang mogok
3. Dibawah ini langkah dalam menangani keluhan yakni:
 - A. Minta maaf kepada tamu
 - B. Menghindari tamu
 - C. Mengikuti kemauan tamu
 - D. Mendengarkan keluhan tamu
 - E. Jawaban a dan d benar
4. Apa kegunaan kita mengenali keluhan tamu:
 - A. Mengetahui karakter pelanggan
 - B. Mengetahui siapa petugas yang tidak beres
 - C. Mengetahui jeleknya manajemen
 - D. Memberikan harga murah bagi tamu
 - E. Menampakkan tidak
5. Mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara ...
 - A. Standar dan kebijakan yang tidak masuk akal
 - B. System keluhan dan saran (complaint and suggestion system)
 - C. Kecemburuan sosial
 - D. Kesenjangan ekonomi
 - E. Kecurigaan yang berlebihan
6. Dibawah ini tidak termasuk hal – hal yang menyebabkan timbulnya ketidakpuasan pelanggan adalah ...
 - A. Proses pelayanan yang terlalu lama
 - B. Sikap petugas yang tidak bersahabat
 - C. Pelayanan tidak sesuai dengan harapan
 - D. Suasana lingkungan hotel mendukung bagi pelanggan
 - E. Petugas terlalu menawarkan promosi yang berlebihan



7. Jenis keluhan yang disebabkan karena tidak berfungsinya barang atau peralatan yang dibeli dengan baik, termasuk jenis ...

- A. Attitudinal complaint
- B. Uncomment complaint
- C. Service related complain
- D. Mechanical complaint
- E. Guest complaint

8. Sikap petugas yang kurang menyenangkan ketika memberikan pelayanan termasuk jenis...

- A. Attitudinal complaint
- B. Uncomment complaint
- C. Service related complain
- D. Mechanical complaint
- E. Guest complaint

9. Keluhan yang disampaikan kepada perusahaan, harus disikapi dengan baik dan segera di berikan solusinya. Dibawah ini yang bukan menjadi solusi menanggapi keluhan tamu adalah...

- A. Mengucapkan terima kasih
- B. Mengumpulkan semua keluhan kepada management
- C. Berjanji hal tersebut tidak terulang kembali
- D. Melakukan langkah nyata yakni menindaklanjuti keluhan
- E. Mencari informasi dari pelanggan

10. Yang bukan termasuk metode HEAT dalam mengatasi keluhan adalah ...

- A. Taking care
- B. Taking proper action and follow up
- C. Empathize
- D. Hear them out
- E. Apologize

Pada dasarnya keluhan pelanggan dapat dikategorikan dalam 4 (empat) bagian utama, yaitu:

- 1. *Mechanical Complaint* (Keluhan Mekanikal)
- 2. *Attitudinal Complaint* (Keluhan Akibat Sikap Petugas)
- 3. *Service Related Complaint* (Keluhan yang Berhubungan dengan Pelayanan)
- 4. *Unusual Complaint* (keluhan yang aneh)

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui ada nya keluhan yakni dari tamu itu sendiri, dari media massa , rekan kerja, serta internet. Setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan , sebaiknya disambut dengan terbuka dan ucapan terima kasih. Langkah yang cukup efektif dalam menangani keluhan pelanggan adalah:

- 1. Mengucapkan terima kasih
- 2. Mencari informasi dari pelanggan
- 3. Berjanji hal tersebut tidak terulang kembali
- 4. Melakukan langkah nyata yakni menindaklanjuti keluhan pelanggan dan sampai berapa lama waktu yang dibutuhkan.

BAB VIII

MELAKUKAN KOMUNIKASI MELALUI TELEPON



TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah mempelajari materi tentang etika bertelpon, peserta didik mampu mengidentifikasi etika bertelpon tersebut dengan baik.
2. Setelah mempelajari materi tentang cara mengoperasikan telpon dan membuat panggilan telpon, peserta didik mampu menerapkan pengoperasian telpon dan membuat panggilan telpon tersebut dengan baik.
3. Setelah mempelajari materi tentang cara menjawab panggilan telpon, peserta didik mampu menerapkan cara menjawab panggilan telpon tersebut dengan baik.
4. Setelah mempelajari materi tentang cara mencatat pesan tamu, peserta didik mampu menerapkan cara mencatat pesan tamu tersebut dengan baik.



PETA KONSEP



KATA KUNCI

Komunikasi – Telepon – Pesan – Message – Informasi – Mencatat – Menjawab – Tamu – Pelanggan – Sopan – Etika – Si Penelpon – Caring – Antusias – Pesawat telepon – Faksimile – Dokumen



Pesawat telepon merupakan sarana vital sebagai alat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan telpon sebagai salah satu sarana komunikasi, antara lain: 1) komunikasi dapat berlangsung dengan cepat, 2) sebagai pengganti tatap muka karena alasan tertentu, 3) praktis dan efisien dalam waktu dan biaya, 4) dapat menghemat energi atau tenaga, 5) dapat mengakses informasi dengan mudah dan cepat, dan 6) memiliki kemampuan multiguna, seperti; akses faksimile, akses internet, layanan pesan singkat, dan komunikasi konferensi tatap muka jarak jauh. Sehingga hal ini banyak dirasakan manfaatnya bagi masyarakat dan menjadi sebuah kewajiban yang harus dipenuhi.

Harapan kita saat berkomunikasi melalui pesawat telepon, penerima telepon memahami maksud dan tujuan kita melakukan panggilan telepon. Namun, tidak sedikit kekeliruan yang terjadi dalam komunikasi bertelpon, terlebih lagi jika penerimaan telpon tidak diawali dengan pembuka yang baik, akana mendatangkan keluhan pelanggan. Materi ini akan mengajarkan bagaimana melatih etika bertelpon, menggunakan pesawat telepon dan mesin faksimile dan percakapan terkait melakukan melakukan panggilan telpon, menerima panggilan telpon dan mencatat pesan.

A. Etika bertelepon

Sopan santun bertelpon merupakan cara berkomunikasi di telepon dengan etiket yang baik dan benar. Tiga etiket utama dalam berkomunikasi melalui telepon:

1. Cepat dan tepat: menjawab telpon dengan pasti pada dering 2-3 kali
2. Jelas: mengatur intonasi suara dengan baik
3. Sopan: menghargai orang lain

Sopan santun dalam bertelpon ini dapat diaplikasikan di beberapa lingkup atau area kerja yang memerlukan sopan santun

bertelepon, antara lain:

1. Operator Telepon
2. Industri Hotel dan Pariwisata
3. Biro Perjalanan dan Penerbangan
4. Perusahaan (Barang dan Jasa)
5. Instansi Pemerintah dan Instansi Pelayanan Publik
6. Lembaga atau Institusi Pendidikan
7. Semua lingkup usaha dan layanan yang berhubungan dengan pelanggan

Sehingga dengan menrapkan sopan santun dalam bertelpon akan menunjukkan sebuah pelayanan prima dalam melayani pelanggan. Etika – etika yang harus diterapkan dalam berkomunikasi melalui telpon antara lain:

1. Sopan santun

Adab bertelepon juga membutuhkan sopan santun. Mengapa sopan santun dalam berkomunikasi melalui pesawat telepon itu penting?. Hal tersebut menjadi penting karena aktivitas berkomunikasi melalui pesawat telepon dengan cara-cara yang tepat atau baik dan sopan akan dapat menimbulkan kesan positif sehingga dapat menunjang kelancaran usaha suatu perusahaan atau organisasi. Adapun sopan santun yang diterapkan dalam berkomunikasi melalui telpon, antara lain:

a. *Answer the calls promptly (maximum 3 times ringing)*

Menjawab telepon masuk dengan cepat dan tepat, sebaiknya jangan biarkan telepon masuk berdering hingga 3 (tiga) kali. Alasannya ialah, bila telepon yang masuk tidak diangkat segera, maka akan menimbulkan kesan negatif atau akan dapat mengecewakan si penelpon.

b. *Keep the telephone right at you ear (Minimum 5 cm / the width 2 fingers from your mouthpiece)*



Letakkan gagang telepon dengan benar di telinga anda. Jarak yang baik ialah 2 jari dari bibir mulut atau sekitar 5 cm. Hal ini dilakukan agar nada suara anda akan terdengar lebih jelas oleh si penelpon.

c. Identify clearly your firm, your department, or your self and offering help.

Beritahukan identitas perusahaan (salam, identitas perusahaan, nama penerima, tawarkan bantuan dengan senang hati, misal:

"Selamat pagi, Edotel Kenari, dengan Siti, Ada yg bisa saya bantu?"

"Good evening, Edotel Kenari Yogyakarta, Anton speaking, How may I help you?"

Salam harus sesuai dan tepat dengan waktu ketika anda menyampaikannya. Untuk itu, perlu mengetahui batasan waktu yang berlaku umum, misalnya, selamat pagi, selamat siang, selamat sore atau selamat malam. Adapun pembagian waktu yang lazim ialah sebagai berikut:

Rentang Waktu	Salam dalam Bahasa Indonesia	Salam dalam Bahasa Inggris	Catatan
00.01 – 11.59	Selamat Pagi	Good Morning	
12.00 – 14.00	Selamat Siang	Good Day/ Afternoon	Sebagian orang mengatakan Good Afternoon dari mulai pukul 12.00 s.d. 17.30
14.00 – 18.00	Selamat Sore	Good Afternoon	
8.00 – 24.00	Selamat Malam	Good Evening (Good Night)	Good Evening lazimnya diucapkan pada saat bertemu, dan pada saat berpisah maka diucapkan Good Night.

Tabel 8.1. Pembagian waktu dalam pembeian salam

d. Find out the caller's name - Ask the caller too spell his/her name

Tanyakan dengan sopan nama si penelpon, sebaiknya, untuk menghindari kesalahan dalam menyebut atau menulis nama si penelepon. Gunakan ejaan huruf untuk menghindari kesalahan nama.

e. Be caring person and – your telephone correspondent will feel the smile

Jadilah orang yg penuh perhatian, dengan antusias mengangkat pesawat telpon, menjawab semua pertanyaan dengan senang hati dan penuh senyuman, karena hal itu akan dapat dirasakan oleh si penelpon dan hal itu akan menimbulkan kesan harmonis dan positif.

f. Never keep the caller waiting

Jangan pernah membiarkan si penelpon menunggu terlalu lama. Hal tersebut akan memberikan kesan negatif, di samping itu hal yang harus dipertimbangkan ialah aspek waktu dan biaya dari si penelpon. Jika Anda memerlukan waktu untuk mencari informasi, berikan alternative dan tanyakan apakah akan menunggu atau menelpon kembali.

g. For taking messages, take the right form and make sure messages are delivered

Catatlah setiap pesan yang dianggap penting atau karena permintaan si penelpon. Kemudian pastikan bahwa pesan tersebut telah disampaikan kepada pihak atau orang yang tepat dan waktu yang tepat.

h. Never answer: He is.../ She is.../ They are... but Mr...../ Mrs..... etc

Jangan menjawab atas nama pihak ketiga dengan kata "dia" atau "orang-orang itu" tapi gunakanlah nama atau beliau.



- i. *Never forget to say thank you or good-bye*

Jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih dan salam berpisah dengan sopan dan lepas (tidak terpaksa). Contoh: Terima kasih telah menghubungi kami atau saya dan sampai jumpa, sampai bertemu lagi (*Thank for your calling, nice to speak with you, good bye*).

- j. *Give the opportunity to say good-bye to the caller before hanging up*

Beri kesempatan pada si penelpon untuk menjawab ucapan terima kasih dan salam berpisah sebelum menutup pesawat teleponnya (jangan pernah menutup pesawat telepon anda terlebih dahulu bila anda adalah pihak yang dihubungi) Tutuplah sambungan telepon dengan menekan tombol pemutus namun tidak dengan meletakkan gagang telepon.

- k. *Press the close button to end the conversation*

Tekan tuas/tombol penutup telpon sebelum meletakkan gagang telpon

2. Sikap bertelepon

Sikap dalam menerima telpon yang menunjukkan pelayanan prima:

- Caring*: perhatian
- Committed* : terkait dengan perusahaan
- Confident*: percaya diri
- Considerate*: bersahabat
- Controlled*: terkendali
- Creative*: kreatif/solusi
- Contagious*: gembira, antusias

Selain sikap yang menunjukan pelayanan prima, saat bertelpon juga dibutuhkan suara dengan intonasi baik.

Phonogenic adalah suara baik dalam bertelepon/ menerima telepon yakni suara yang memberi kesan santun, bersahabat, ramah dan penuh perhatian, dengan kriteria:

- Berbicara dengan kecepatan normal
- Berbicara seakan-akan berhadapan dengan si penelpon
- Dengan suara yang tidak tinggi dan tidak keras

3. Telephone Courtesy

Menawarkan bantuan atau offering assistance sebagai pembuka percakapan dalam bertelpon dapat diterapkan untuk berbagai kasus, seperti:

a. Standard

" *Good morning, Excellent Hotel, Jimmyspeaking, how may I help you?*"

b. Phone on the line

"*I'm sorry sir, Mr Jacky is on the line at the moment.*

May I take your message? /May I have him/her call you back?"

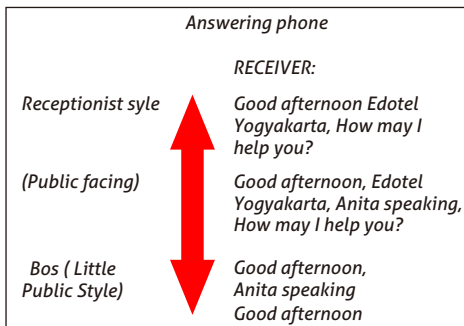
c. No answer (the person whom the caller to talk to is out of the office)

"*I'm sorry sir, Mr. Brown is not in his office right now,*

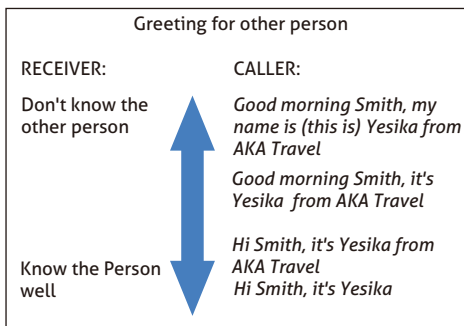
may I take a message? /Would you mind leave a message? /May I have him/her call you back? /Who may be able to help you?"

Dalam menerapkan telephone courtesy, saat memulai percakapan dalam telpon, si penelpon perlu memperhatikan kedekatannya dengan penerima telepon. Hal ini terkait dengan tingkat kesopanan antar kedua belah pihak. Ada beberapa etiket sopan santun menurut tingkat kedekatan:

- Tingkat kedekatan dalam jabatan:



b. Tingkat kedekatan / kenal dengan lawan bicara:



Untuk menghindari kesalahan dalam mengeja nama pelanggan dan hal lain yang perlu dilakukan pengejaannya, banyak perusahaan menggunakan *standard operating procedure* yakni dengan *Spelling Board*. Keuntungan menggunakan *spelling board* ini untuk memastikan sebuah kata itu benar dalam penulisannya. Berikut *International Spelling Board* yang biasa digunakan:

A	for	Alpha	N	for	November
B	for	Bravo	O	for	Oscar
C	for	Charlie	P	for	Papa
D	for	Delta	Q	for	Quebec
E	for	Echo	R	for	Romeo
F	for	Foxtrot	S	for	Siera
G	for	Golf	T	for	Tango
H	for	Hotel	U	for	Uniform
I	for	India	V	for	Victor
J	for	Juliet	W	for	Whiskey
K	for	Kilo	X	for	X-ray
L	for	London	Y	for	Yankie
M	for	Mike	Z	for	Zulu

Tabel 8.2. Spelling board

4. Larangan dalam bertelepon

Larangan dalam bertelepon bertujuan untuk memberikan kesan yang baik dengan si penerima telepon. Adapun larangan yang sebaiknya dihindari saat bertelepon adalah:

- Menggumam atau berbicara dengan suara lesu atau berbicara dengan nada membentak



Gambar 8.1. Dilarang berbicara menggumam dan berbicara lesu
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ijuRojiFLMs&t=10s>

- Mengunyah sesuatu, makan, minum merokok sewaktu menerima telepon



Gambar 8.2. Tidak diperkenankan makan dan minum sewaktu bertelepon (Sumber: <http://edition.cnn.com/2010/LIVING/worklife/05/24/rs.eating.on.phone/index.html>)

- Membiarkan seseorang menunggu lama karena kita berbicara dengan orang lain



Gambar 8.3. Terlalu lama membiarkan pelanggan menunggu
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=s3aR3yP4aKg>



- d. Dilarang mengeluh di mulut telepon dan jangan menggugling si penelpon sewaktu akan menutup telepon
- e. Memakai telepon kantor untuk kepentingan pribadi
- f. Berbicara atau bercanda dengan orang lain sewaktu bertelepon



Gambar 8.4. Tertawa keras saat menerima telpon dikantor
Sumber: https://www.123rf.com/photo_41323596_closeup-portrait-of-laughing-young-man-with-closed-eyes-and-wide-open-mouth-talking-on-mobile-phone.html

- g. Tidak menyambungkan/*transfer* berkali-kali - kali apalagi ke *extension* yang keliru.



Gambar 8.5. Salah menyambungkan ke *extension* yang berbeda
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0>

B. Mengoperasikan Telepon dan Membuat Panggilan Telepon

Tentunya banyak sekali jenis telpon yang pernah kita jumpai, namun untuk pembelajaran, kita akan menggunakan 2 jenis mesin telepon yang pertama mesin telepon biasa/ manual dan kedua mesin telepon yang juga dapat difungsikan sebagai mesin fax. Kedua pesawat telpon ini tersambung dengan kabel jaringan telepon dan tidak menggunakan baterai untuk pengoperasiannya.

1. Cara mengoperasikan Mesin telepon

Untuk dapat mengoperasikan mesin telepon sebaiknya kenali terlebih dahulu bagian-bagian dari mesin telepon

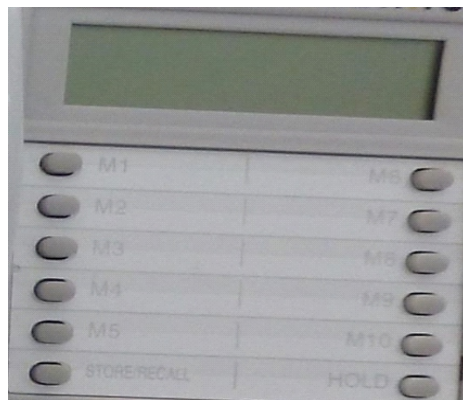


Gambar 8.6. Bagian pesawat telpon (Sumber: <https://techcoms.win/product/sahitel-pesawat-telepon-s75-single-land-putih-2239424.html>) diedit oleh penulis

Bagian pesawat telepon dan kegunaannya:

a. DISPLAY MONITOR

Berfungsi sebagai layar monitor untuk menunjukkan perintah yang diberikan



Gambar 8.7. Bagian display pesawat telpon
Sumber: <https://techcoms.win/product/sahitel-pesawat-telepon-s75-single-land-putih-2239424.html> diedit oleh penulis

b. MEMORY

Berfungsi sebagai buku telpon yang menyimpan beberapa nomor penting agar dapat dapat segera dipanggil



c. HOLD

Berfungsi untuk menunda percakapan telpon dan me-nyambungkan dengan line lain. Saat sedang bicara tekan tombol *[HOLD]* dan musik tunggu akan terdengar.

d. SET/FLASH

Pada posisi tidak terhubung, tekan tombol *[SET/FLASH]* anda dapat masuk ke menu pengaturan dan pada saat bicara tekan tombol *[SET/FLASH]* untuk memutuskan panggilan.

e. LIGHT INDICATOR

Berfungsi sebagai lampu indicator yang menyala menyatakan panggilan masuk

f. NUMBER

Berfungsi sebagai tombol-tombol angka dan huruf untuk menekan nomor yang dituju.

g. DEL

Berfungsi Untuk menghapus salah satu nomor yang terlihat pada layar sebelum terhubung.

h. OUTSCH

Berfungsi untuk memilih antara telepon masuk dan telepon keluar

i. VOL/VIP

Berfungsi saat telepon tidak digunakan tekanlah tombol *[VOL]* kemudian tekan tombol *[UP]* / *[DOWN]* sesuai volume Ring yang dikehendaki.

j. CALL BACK

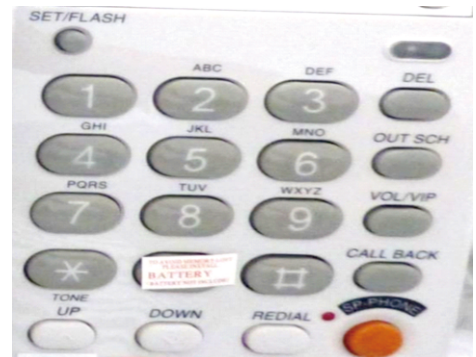
Pada saat mengecek dan menemukan nomor yang tersimpan, tekan *[CALL BACK]* maka nomor tersebut akan didial keluar secara otomatis.

k. SP PHONE

Berfungsi sebagai speaker phone saat bertelpon, tanpa harus mengangkat ganggang telpon.

l. REDIAL

Bila ditekan *[REDIAL/PAUSE]* untuk mendial kembali nomor terakhir yang telah didial.



Gambar 8.8. Fungsi dari tombol pada pesawat telpon
Sumber: <https://techcoms.win/product/sahitel-pesawat-telepon-s75-single-land-putih-2239424.html> diedit oleh penulis

Cara mengoperasikan pesawat telepon adalah:

a. Menerima panggilan telepon

- 1) Saat ada telepon masuk, pesawat telepon akan berbunyi ditandai dengan lampu indikator menyala atau pesawat telepon berbunyi "kringg..kringg..kringg.."
- 2) Angkat ganggang pesawat telepon/ *handset* untuk menjawabnya atau *speaker phone* dengan menekan tombol "*SP Phone*"
- 3) Jawablah dengan diawali salam/ *greeting* sesuai standar perusahaan

Perhatikan gambar ilustrasi berikut ini:



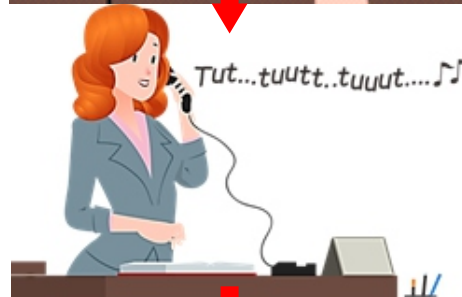
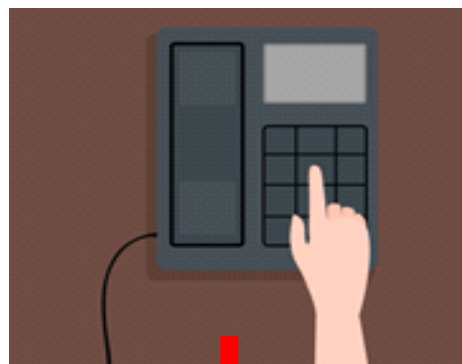


Gambar 8.9. Rangkaian menerima panggilan masuk
Sumber: Dokumen pribadi

b. Membuat panggilan telepon

- 1) Siapkan nomor telepon yang dituju
- 2) Angkat ganggang telepon/handset atau tekan tombol "SP Phone", dengarkan nada sambungan telpon
- 3) Tekan nomor yang diinginkan sesuai nomor telepon yang dituju
- 4) Dengarkan nada panggilan "tuut...tuut...tuut..."
- 5) Jawab salam dari si penelpon dan lakukan percakapan
- 6) Tutup ganggang telpon/handset atau tekan tombol "SP Phone" bila telah selesai.

Lebih kegiatan melakukan panggilan telpon, perhatikan gambar dibawah ini:

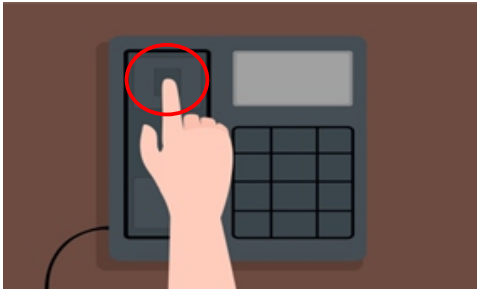


Gambar 8.10. Rangkaian membuat panggilan telpon keluar
Sumber: Dokumen pribadi

Saat percakapan telah selesai dilakukan, sebaiknya yang menutup telpon pertama adalah si penelpon. Lakukan dengan cara berikut ini:



1. Mengakhiri percakapan di telepon



2. Menekan tuas penutup telepon



3. Menutup ganggang telepon/handset

Gambar 8.11. Rangkaian membuat panggilan telepon keluar
Sumber: Dokumen pribadi

c. Menekan ulang nomor yang telah dihubungi/ Redial

- 1) Angkat ganggang telepon/*handset* atau tekan tombol "*SP Phone*" sampai terdengar nada sambungan.
- 2) Tekan tombol "*REDIAL*" nomor terakhir yang telah dihubungi sebelumnya
- 3) Pesawat telepon secara otomatis akan tekan ulang nomor tersebut
- 4) Siap untuk melakukan percakapan

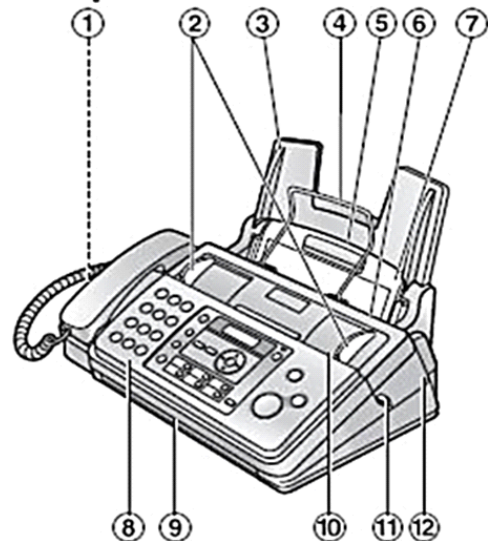
2. Cara mengoperasikan Mesin faksimile

Faksimile adalah mesin/alat untuk mengirim dan menerima data atau dokumen yang hampir sesuai dengan aslinya, baik berupa tulisan maupun gambar. Materi ini kita menggunakan mesin *dual function* yakni faksimile dan telepon. Semua mesin faksimile menggunakan arus listrik untuk pengoperasiannya dan untuk sambungan telepon menggunakan kabel jaringan

telepon. Sehingga jika arus listrik terputus maka mesin ini tidak akan berfungsi mengirim berita.

Mesin faksimile bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan pekerjaan kantor, karena beberapa dokumen penting dapat segera tersampaikan kepada yang dituju. Untuk mengetahui bagaimana sebuah dokumen dapat tersampaikan kepada si penerima pesan, maka pengenalan bagian – bagian mesin faksimile harus dipelajari terlebih dahulu.

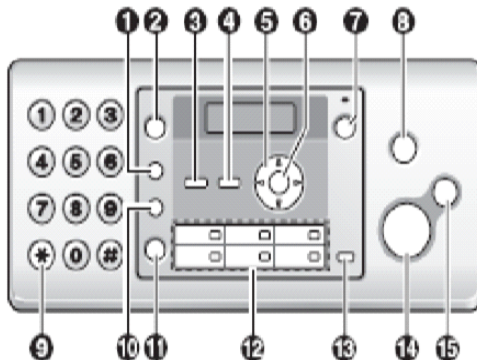
Tampilan mesin



- 1 - Speaker
- 2 - Penyangga Dokumen
- 3 - Tray kertas
- 4 - Penyangga kertas
- 5 - Tempat kertas masuk
- 6 - Tempat kertas keluar
- 7 - Plat penahan
- 8 - Cover depan
- 9 - Dokumen keluar
- 10 - Dokumen masuk
- 11 - Tombol hijau (tombol pembuka cover belakang)
- 12 - Cover belakang

Gambar 8.12. Bagan mesin faximile

Sumber: http://www.panasonic-itcomm.com/p/Panasonic%20Telecom/Fax/IKX-FP701CX/IKX-FP701CX_man_01.pdf



Gambar 8.13. Fungsi tombol mesin faximile

Sumber: http://www.panasonic-itcomm.com/p/Panasonic%20Telecom/Fax/KX-FP701CX/KX-FP701CX_man_01.pdf

Bagian tombol mesin faksimili dan kegunaanya

1. FLASH

Untuk mengakses jasa telepon khusus atau untuk mentransfer panggilan ke extension lain.

2. REDIAL – PAUSE

Untuk meredial nomor terakhir. Jika saluran sibuk saat anda melakukan panggilan atau saat mengirim fax, unit secara otomatis meredial nomor sebanyak 2x atau lebih. Untuk mem-pause saat melakukan panggilan

3. CALLERID

Untuk menggunakan fitur Caller ID

4. MENU

Untuk memulai atau keluar dari program

5.Navigator key {+}{-}{ }{ }{ }{ }
}PHONEBOOK-VOLUME

Untuk mengatur volume Untuk mencari item yang disimpan K;ji

6.SET

Untuk menyimpan pengaturan yang telah deprogram

7. AUTO ANSWER

Untuk mengatur auto answer pada posisi *ON/OFF*

8. *STOP*

Untuk menghentikan pengoperasian atau pemrograman Untuk menghapus huruf/angka.

9.TONE

Untuk merubah sementara dari pulse menjadi tone selama melakukan panggilan, ketika posisi awal di pulse

10. HANDSET MUTE

Untuk menghilangkan suara anda ketika sedang berbicara, tekan lagi untuk kembali ke awal

11. MONITOR

Untuk melakukan panggilan awal tanpa mengangkat handset.

12. STATION KEYS

Untuk menggunakan fitur one touch dial

13. BROADCAST

Untuk mengirim dokumen ke beberapa tempat

14. *FAX START*

Untuk mengirim atau menerima fax

15. *COPY*

Untuk meng-copy dokumen

Untuk penggunaan faksimile yang difungsikan sebagai pesawat telepon, maka terlebih dahulu telepon harus menggunakan sistem sambungan telpon. Adapun beberapa cara pengoperasian mesin faksimili adalah:

a. Menerima dokumen melalui faksimili

- 1) Pastikan jika mesin faksimili yang akan digunakan baik menerima atau mengirim sudah dilengkapi dengan kertas untuk mencetak dokumen yang dikirim. Siapkan pada TEMPAT KERTAS MASUK
- 2) Pada saat ada faksimili masuk, mesin ini akan berbunyi sama seperti pesawat telpon "kringgg..kringgg..kringgg.."



- 3) Dengarkan salam dari si penelpon dan jawab salam, lakukan percakapan
 - 4) Untuk mengirim dokumen, berikan akses menerima faksimili dengan cara menekan "FAX/START" dan akan terdengar bunyi "tiiiitiiiiittttt.."
 - 5) Lihat pada monitor display akan terlihat tulisan "Receiving....."
 - 6) Biarkan mesin faksimili mencetak dokumen yang dikirimkan sampai dengan keluar pada DOKUMEN KELUAR
 - 7) Terima dokumen dengan baik dan tutup ganggang telpon/handset
 - 8) Berikan dokumen pada yang dituju atau simpan dokumen dalam *filling cabinet*.
- b. Mengirim dokumen melalui faksimili
- 1) Sediakan dokumen yang akan dikirim, pastikan tidak terlalu banyak, karena mesin faksimili ini sifatnya dalam mengirim dokumen namun biaya yang dikeluarkan setaraf dengan melakukan panggilan telpon.
 - 2) Masukkan dokumen yang akan dikirim ke dalam DOKUMEN MASUK dengan cara *FACEDOWN* yakni menghadap kebawah dan terbalik.
 - 3) Mengirim dokumen dapat dilakukan dengan 2 cara, yakni:
 - a) Angkat handset, dengarkan nada telepon
 - b) Tekan nomor yang dituju
 - c) Dengarkan nada tersambung dan mintalah diberi akses mengirim faksimile
 - d) Setelah terdengar bunyi "tiiiitiiiiittttt.." lalu tekan

"FAX/START" dan akan terlihat di display monitor "Sending... Page"

- e) Biarkan sampai dokumen terkirim seluruhnya.
- f) Dokumen asli akan keluar pada DOKUMEN KELUAR
- g) Tutup handset
- h) Untuk memastikan dokumen sudah terkirim dapat dicetak laporan status pengiriman.

C. Menjawab Panggilan Telepon

Apapun langkah dalam menerima panggilan telpon adalah:

1. Langkah menerima telpon dari luar

- a. Sebutkan identitas perusahaan (salam, identitas perusahaan, nama penerima, tawaran bantuan) misal: "Selamat pagi, Edotel Kenari, dengan Mira, Ada yg bisa saya bantu?", "Good evening, Edotel kenari, Anton speaking, May I help you?"



Gambar 8.14. Menjawab telpon diawali dengan salam
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ijuRojfILMs&t=10s>

- b. Gunakan *magic word* dan bahasa yang resmi, komunikatif, singkat jelas dan mudah dipahami
- c. Lakukan penyaringn topic, meliputi:
 - 1) mencari tahu nama penelpon
 - 2) mengetahui nomor telpon / alamat
 - 3) menanyakan maksud pembicaraan
- d. Pelayanan telpon saat yg dituju tidak ditempat:



- 1) memberi keterangan jelas tapi tidak mendetail
- 2) memberi alasan lain bukan kebohongan, misal : sedang rapat, sedang menemui tamu, sedang tugas ke luar kota, sedang *on line*(berbicara) dll.



Gambar 8.15.. Mencatat semua kebutuhan pesanan tamu
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ijuRojiFLMs&t=10s>

- e. Apabila telepon salah sambung, jelaskan dengan ramah bahwa yang bersangkutan salah sambung
- f. Apa bila penelpon ingin berbicara dengan dengan pimpinan /atasan, pastikan bahwa pimpinan sedang tidak ada kegiatan dan dapat menerima telpon, dengan cara menanyakan terlebih dahulu identitas penelpon, asal kantor dan kepentingannya dan apakah sudah janji atau belum.
- g. Ucapkan salam dan terima kasih sudah menelpon.



Gambar 8.16.. Mengucapkan terima kasih telah menelpon
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ijuRojiFLMs&t=10s>

2. Cara Men-transfer sambungan telepon ke extension

Mentransfer sambungan telpon merupakan aktivitas menunda sementara /*hold* sambungan telpon ke alamat yang

dituju oleh penerima telepon. Langkah-langkah menghubungkannya adalah:

- a. Berikan keterangan kepada si penelpon untuk menunggu proses penyambungan dan pendengaran musik yang lembut dengan cara menekan tombol HOLD
- b. Berikan keterangan pada orang yang dituju bahwa ada penelpon yang ingin berbicara per telepon
- c. Mintalah ijin apakah telpon dapat diteruskan kepada si penerima telpon dengan menginformasikan identitas dari penelpon
- d. Jika sudah mendapat ijin mempersilakan penelpon untuk berbicara
- e. Jika *line* yang dituju sedang *line*/siapa menerima, segera informasikan kepada penelpon kemudian tawarkan bantuan padanya.

D. Mencatat Pesan Tamu

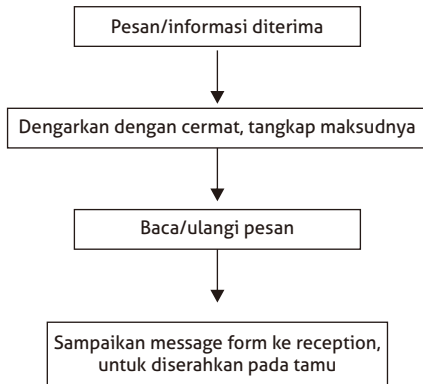
Jika dalam penanganan telepon ada telpon yang ingin menghubungi seseorang tetapi orang yang akan dihubungi tidak ada di tempat maka sebagai penerima telpon, khususnya telepon operator kita harus menanyakan dan menawarkan apakah ada pesan yang akan disampaikan.

Di dalam sebuah industri perhotelan, jika ada pesan ketika bertelpon, maka dengarkan dan catatlah pesan dengan benar dan lakukan pengulangan (*repeat*) atau baca pesan yang akan disampaikan untuk memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan benar / tidak salah dengar / salah paham. Pesan dicatat pada *message form*. *Message form* tersebut kemudian sampaikan ke *receptionist* untuk disampaikan ke tamu.

Berikut bagan prosedur penanganan pesan melalui telepon:



MATERI



Gambar 8.17. Bagan penanganan message / pesan di telpon
Sumber: Dokumen pribadi

Berikut langkah dalam mencatat pesan ketika menerima telepon:

edHOTEL Kenari
Jl. Kenari no. 4 Yogyakarta
Tlp. 0274 – 55 84 38 Fax. 0274 – 55 84 37

MESSAGE

TO: MR/S ROOM
DATE TIME
DURING YOUR ABSENCE

MR/S
FROM TELP.
HP/ MOBILE

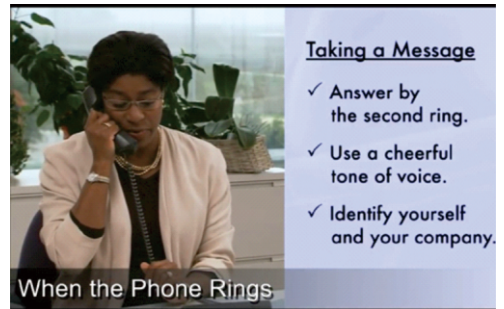
CALL BY Telp		PLEASE CALL	
CAME TO SEE YOU		WILL RETURN	
WANTS TO SEE YOU		URGENT	

MESSAGE

RECEIVED BY

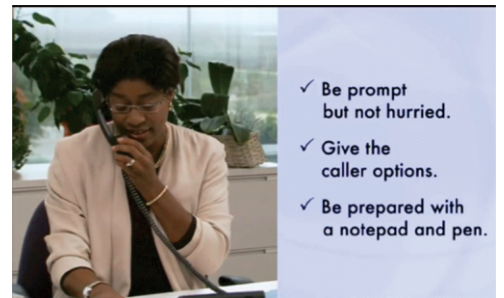
Gambar 8.18. Message Form (Sumber: Dokumen pribadi)

1. Angkat telepon dengan antusias pada deringan ke dua (maksimal 3 kali deringan)
2. Ucapkan *greeting* /salam kepada penelpon dengan ramah
3. Sebutkan identitas anda (nama dan nama perusahaan)



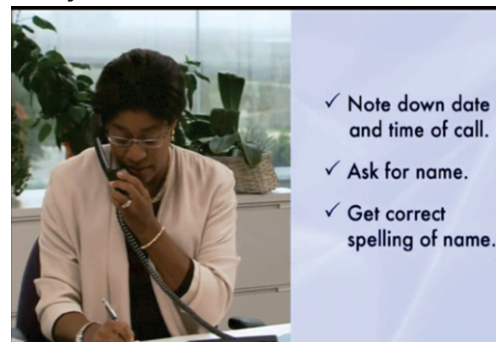
Gambar 8.19. Petugas telpon yang ramah dan phonegenic
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>

4. Atur intonasi suara
5. Sampaikan permintaan maaf jika yang dituju tidak berada di tempat.
6. Berilah pilihan kepada penelpon, Apakah akan menelpon kembali atau meninggalkan pesan
7. Sediakan *message form* dan *ballpoint*



Gambar 8.20. Sikap siap dalam menjawab pertanyaan di telpon
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>

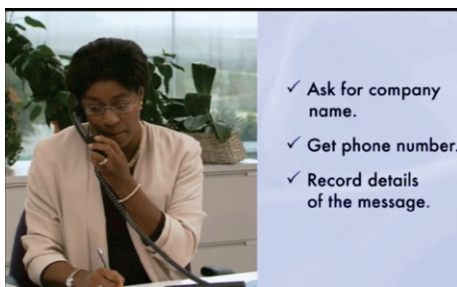
8. Catat tanggal dan waktu menelpon
9. Tanyakan nama dan lakukan ejaan nama tamu dengan benar agar tidak salah menyebutkan nama tamu



Gambar 8.21. Sealu memastikan detail informasi
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>

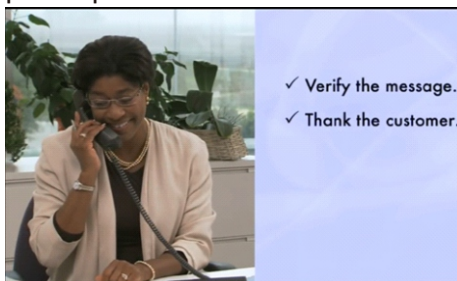


10. Tanyakan nama perusahaan untuk memudahkan mengidentifikasi si penelpon
11. Tanyakan nomor telepon yang perlu dihubungi
12. Catat semua pesan dengan teliti di *message form*



Gambar 8.22. Petugas telepon mencatat setiap pesan yang disampaikan (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)

13. *Konfirmasi* kembali dengan cara mengulang membacakan pesan yang telah ditulis kepada tamu, beserta nomor telpon yang akan dihubungi.
14. Sampaikan bantuan terakhir kepada pelanggan
15. Ucapkan terima kasih karena sudah menelpon ke perusahaan kita
16. Percakapan diakhiri percakapan dengan ramah dan berikan salam penutup.



Gambar 8.23. Mengulangi pesan dan ucapan terima kasih (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)

Mencatat pesan melalui telepon terkadang merupakan pekerjaan yang mudah, sehingga banyak orang mengabaikannya ketika menitipkan pesan. Padahal jika di cermati si penelpon yang

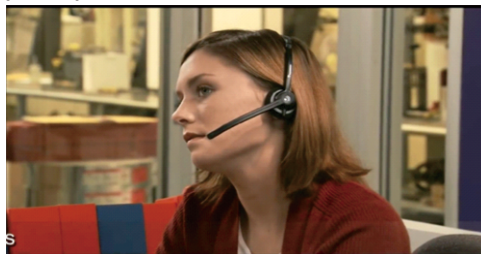
menitipkan pesan memiliki harapan besar pesannya tersampaikan dengan benar kepada yang dituju melalui Anda sebagai penerima pesan. Sehingga untuk menghindari tidak tersampainya pesan oleh orang yang dituju, beberapa hal perlu dihindari. Ada hal – hal penting yang tidak disarankan untuk dilakukan saat menerima telepon adalah:

1. Fokus pada pekerjaan lain, misal bermain *Handphone*, mengobrol dengan orang lain sehingga terlambat menerima telepon



Gambar 8.24. Petugas telepon yang tidak fokus pada pekerjaannya (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)

2. Menerima telepon dengan sikap lesu dan tidak antusias dalam membantu si penelpon



Gambar 8.25. Sikap lesu dalam menerima telepon (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)

3. Salah melakukan sambungan *extension* telepon dan tidak meminta maaf



Gambar 8.26. Salah melakukan sambungan extension (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)



MATERI

4. Melakukan pencatatan pesan si penelpon di sembarang kertas, tidak di lembar *message form*



Gambar 8.27. Tidak menggunakan message form dalam mencatat pesan (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>)

5. Tidak mencatat pesan dan tidak mengulang pesan dengan baik, sehingga membuat kekeliruan kepada penerima pesan



Gambar 8.28. Membuat kekeliruan dalam mencatat informasi
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>



Scan me

<https://www.youtube.com/watch?v=ijuRojiFIMs>

2. Kemampuan bertelpon untuk bertelpon (*Telephone skill for Better Service*)



Scan me

<https://www.youtube.com/watch?v=Nq65EmDpBA0&t=12s>



JELAJAH INTERNET

Untuk menambah pengetahuan Anda terkait materi ini, silakan membuka link internet dibawah ini:

1. Cara menerima pesanan kamar hotel melalui telpon (*Front Office: Inquiries by phone*)



TUGAS MANDIRI

1. Sebutkan 3 hal terkait dengan sopan santun dalam berkomunikasi!
2. Sebutkan dimana saja lingkup sopan santun dalam bertelpon dapat diaplikasikan!
3. Apa yang dimaksud dengan spelling board dan apakah fungsinya?
4. Bagaimana cara menyebutkan identitas diri saat pertama kali menerima telpon?
5. Jelaskan cara mencatat pesan melalaui telpon yang benar!
3. Ungkapan –ungkapan ini tergolong yang sopan kecuali...
 - A. *Mr. Roberts is not in his room, would you like to leave a message, please?*
 - B. *What? I didn't hear you*
 - C. *May I refer you the information Center, please*
 - D. *One moment, please*
 - E. *Wait a moment, please*



PENILAIAN HARIAN

1. Apabila anda sibuk dengan pekerjaan yang sangat mendesak, telepon di ruangan anda berdering maka yang harus anda lakukan adalah...
 - A. Memberi jawaban dengan sesegera mungkin dan meminta maaf karena keterlambatan itu.
 - B. Membiarkan pesawat berdering dengan harapan penelpon memaklumi kesibukan anda dan akan menelpon lagi.
 - C. Menjawab dengan segera dan menyatakan bahwa anda sangat sibuk dan belum boleh diganggu.
 - D. Menyuruh bawahan anda untuk memasang alat yang dapat menjawab telepon secara otomatis.
 - E. Meminta tolong teman yang berada satu ruang dengan anda
2. Cara terbaik untuk mencatat setiap pesan atau instruksi adalah...
 - A. Mencatat setiap kata yang anda dengar dengan betul
 - B. Mencatat kata-kata kunci saja
 - C. Menyimak pembicaraan lawan bicara anda dengan cermat kemudian mengira-ngirkan isi pembicaraannya dan selanjutnya menulis pesan itu dengan kata-kata sendiri
 - D. Mencatat kata-kata kunci kemudian menulis ulang pesan itu menggunakan bahasa yang baik.
 - E. Menulis semua kata / kalimat pesan dengan lengkap.
4. Pada waktu kita melakukan panggilan telepon keluar, setelah telepon tersambung kita harus segera...
 - A. Menyampaikan tujuan telepon
 - B. Menyebutkan identitas diri
 - C. Mendengar dengan seksama
 - D. Mengutarakan maksud menelpon
 - E. Mengucapkan salam
5. Kalimat-kalimat yang harus disampaikan oleh seorang petugas telepon pada saat menerima telepon masuk adalah...
 - A. *Greeting*, menawarkan bantuan, menanyakan keperluan penelpon
 - B. *Greeting*, menanyakan nama penelpon, menawarkan bantuan
 - C. *Greeting*, menanyakan alamat dan pekerjaan penelpon, menawarkan bantuan
 - D. *Greeting*, menyebutkan nama petugas, menanyakan keperluannya
 - E. *Greeting*, menyebutkan nama petugas atau perusahaan, menawarkan bantuan, *closing*
6. Formulir yang digunakan untuk mencatat pesan tamu disebut...
 - A. *Wake up call form*
 - B. *Message form*



- C. *Confirmation letter*
 D. *Telephone directory*
 E. *Telephone voucher*
7. Memberikan perhatian kepada tamu saat melakukan telepon adalah salah satu pelayanan prima dalam bertelepon, yaitu...
- A. *Controlled*
 B. *Considerate*
 C. *Caring*
 D. *Creative*
 E. *Confident*
8. Berikut ini adalah hal yang tidak termasuk tata cara bertelepon yang baik, yakni ...
- A. Menjawab panggilan telepon tidak lebih dari (maximum) 3 kali dering
 B. Perkenalkan perusahaan anda, departemen dimana anda bertugas atau diri anda sendiri dengan jelas.
 C. Sambutlah panggilan telepon tersebut dengan perasaan senang.
 D. Menjawab setiap keberatan yang disampaikan tamu.
 E. Selalu menginventarisir setiap permintaan tamu, lalu mengulanginya.
9. Berikut ini percakapan melalui telepon:
1. Operator: *You are welcome*
 2. Caller : *I want to calling Mr. John ?*
 3. Operator : *Good morning, telephone operator, how may I assist you?*
 4. Caller : *No thanks. I will call back. Thank you very much*
 5. Operator : *Excuse me, Mr. Robert, the line still busy right now, would you like to wait?*
- Urutan percakapan melalui telepon yang benar diatas adalah ...
- A. 2-5-4-1-3
 B. 2-3-5-1-4
 C. 5-4-1-3-2

D. 3-2-5-4-1

E. 4-1- 3-2-5

10. Operator : *Good afternoon, Santika hotel, how may I assist you?*

Caller : *Good afternoon, Sheraton Hotel?*

Operator :

Caller : *Oh I am sorry, is that 551753?....*

Kalimat yang tepat untuk mengisi titik-titik diatas adalah ...

A. *Yes, please this is santika hotel*

B. *No. I don't know your information*

C. *I'm sorry madam, This is Santika hotel*

D. *Yes this is 551753 santika hotel*

E. *Are you Mr. Walker in there?*



RANGKUMAN

Cara berkomunikasi saat bertelepon dapat mencerminkan karakter seseorang, sehingga pelayanan yang diberikan akan mengikuti karakter tersebut. Saat ini, berkomunikasi melalui telpon adalah sebuah ujung tombak perusahaan, dimana jaman tidak lagi dibatasi oleh jarak karena untuk kepentingan berbicara dengan orang lain dengan jarak jauh dapat dilakukan dengan pesawat telepon. Kemudahan ini yang harus dicermati agar si penelpon dan penerima telpon saling memberikan respon yang positif saat berkomunikasi dan dapat menyampaikan maksud dan tujuannya bertelpon.

Langkah menerima telpon yang baik selalu diawali dengan menyebutkan identitas diri seperti salam, identitas perusahaan, nama penerima dan tawaran bantuan. Selalu gunakan *magic word* dan bahasa yang resmi, komunikatif, singkat jelas dan mudah dipahami. Saat berkomunikasi melalui telpon penerima telpon akan memperoleh banyak sekali informasi, sehingga lakukan penyaringn topik untuk mengetahui maksud pembicaraan.



RANGKUMAN

Ada beberapa pelayanan yang dapat diberikan untuk kasus berkomunikasi

melalui telepon, seperti pelayanan telpon saat yg dituju tidak ditempat, apabila komunikasi telpon salah sambung, apa bila penelpon ingin berbicara dengan dengan pimpinan /atasan sampai dengan mencatat pesan yang diterima.

Oleh sebab itu, sebagai bentuk pelayanan prima dalam bertelpon, sebaiknya penerima telpon memiliki penguasaan terkait kompetensi sopan santun bertelepon, cara menawarkan bantuan, jenis keterangan yang harus diperoleh dari penelepon dan kompetensi cara menangani pesan di telepon.



GLOSARIUM

- Acommodation:**Penyesuaian diri; pertolongan; bantuan
- Antropologi:**Anthropology;ilmu tentang manusia
- Apologize:**Permintaan maaf secara halus dari seseorang karena telah melakukan kesalahan atau kekeliruan
- Artifacts:**Penampilan seseorang/personal appereances yang menunjukkan personality seseorang
- Assurance:**Jaminan kepastian terhadap suatu barang atau jasa
- Avoid conflict:**Metode menghindari dari konflik dan membiarkannya
- Background:**Latar belakang
- Beliefs:**Suatu keyakinan atas sesuatu
- Bellboy:**Petugas Front Office yang bertugas membantu membawakan barang tamu
- Channel:**Jaringan / media untuk menghubungkan pad sesuatu jaringan
- Check-in:**Waktu yang ditentukan oleh management hotel bagi tamu untuk dapat emenempati kamar yang disewa
- Chronemics:**semboyan/symbol yang dipakai untuk menunjukkan sesuatu dalam kehidupan sehari-hari
- Client:**Pelanggan / tamu
- Collaborative:**Kolaborasi, kegiatan atau pendapat yang dapat dilakukan bersama - sama
- Commit:**Komitmen; keteguhan hati
- Communication:**
Komunikasi; proses pengiriman dan penerimaan informasi / pesan/ gagasan dengan atau tanpa kata antara dua orang atau lebih dengan cara yang efektif sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti
- Competency skill:**Kompeten; orang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan pada bidangnya
- Competition:**Kompetisi; persaingan untuk mendapatkan sesuatu
- Complaint:**Keluhan; Pengaduan dari tamu kurangnya pelayanan yang semestinya
- Compromise:**Kompromi; kesepakatan kedua belah pihak
- Coordinator:**Koordinator; orang yang bertugas mengatur dan menghimpun orang lain dalam rangka bekerjasama
- Corporate Social Responsibility:**
Suatu konsep bahwa organisasi ataupun perusahaan yang memiliki berbagai tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas,dan lingkungan sekitar dalam segala aspek operasional perusahaan.
- Courtesy:**Sopan santun
- Customer:**Pelanggan; langganan; tamu (di hotel)
- Customer care:**Peduli pelanggan ; petygas yang bertugas menerima tanggapan dan keluhan pelanggan
- Direct contact:**Kontak secara langsung kepada yang dituju
- Dual function:**Alat yang memiliki fungsi ganda
- Effective:**Efektif; hemat waktu dan tenaga
- Eksternal:**Eksternal; orang luar; factor luar
- Email:**Electronic mail; surat elektronik/surel; mengirim surat dengan bantuan internet di dunia maya melalui akun jaringan
- Emotional question :**Kecerdasan seseorang terkait pengendalian perasaan, ego dan rasa
- Empathy:**Empati; ikut merasakan apa yang dirasakan orang lain
- Environment skill:**Kemampuan beradaptasi di lingkungan



Ethnic:Etnis; adat; budaya

Extension:Ekstensi; sambungan telpon di dalam sebuah gedung

Eye contacts:Kontak mata

Face to face communication:

Komunikasi langsung; komunikasi verbal

Facial expression:

Ekspresi wajah; menggambarkan komunikasi non verbal

Fax:Faksimili; mesin transmitter yang memindahkan dokumen ke satu ke tempat lain melalui sambungan pesawat telepon

Feedback:Umpan balik; respon

Filing cabinet:Lemari untuk menyimpan file/dokumen di perkantoran

Filosofy:Philosophy; ilmu filsafat

Financial:Kuangan

Flexibility:Fleksibel ; luwes ; tidak terikat oleh sesuatu

Formal:Resmi

Free Individual Traveller:

Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata atas kehendak sendiri / pribadi

Gathering:Acara berkumpul bersama

Gesture:Gerak tubuh

Gossip:Obrolan tentang sesuatu; cerita negative tentang seseorang ; pergunjangan

Greeting:Salam ; salam saat bertelpon

Group Inclusive Tour:

Wisatawan dalam kelompok paket wisata yang melakukan perjalanan atas penyelenggaraan suatu badan penyelenggara

Guest Relation Officer:

Suatu bagian di hotel yang bertugas untuk menerima segala saran dan kritikan dari tamu, menangani keluhan tamu dan memberikan bantuan bagi tamu – tamu VIP.

Handphone:Mobile phone; telpon genggam

Haptics:Sentuhan

Hold:Menunggu; fasilitas dalam bertelpon untuk menunggu sambungan telpon lain

Hotelier:Seseorang yang bekerja di industry Hotel

Human error:Kesalahan manusia

Human touch:Sentuhan manusia untuk perduli dengan sesama

Inner beauty:Sikap baik; Kecantikan dari dalam diri

Integrator:Sikap seseorang yang memiliki kemampuan menggabungkan ide dan masukan dari orang lain

Intellectual question:

Ukuran kemampuan seseorang berkaitan dengan kedalaman ilmu pengetahuan dan kompetensi suatu bidang

Intermedieate:Diantara; ditengah

Internal:Internal; orang didalam perusahaan; factor didalam
Internet:Antar jaringan di dunia maya

Kinesics:Komunikasi dengan ekspresi wajah / facial expression, tatapan mata / eye contacts, isyarat, dan sikap tubuh/gesture

Line:Sambungan telpon; jaringan

Lobby:Ruangan di hotel yang berfungsi sebagai ruang tunggu dan tempat duduk tamu

Loudness:Tingkat kekerasan suara

Magic word:Kata-kata yang sopan untuk diucapkan dalam berkomunikasi dengan tamu, misal: Please, Right, Would you, Thank you, I'm sorry...

Message:Pesan

Message form:Formulir pemesanan; formulir untuk mengisi pesan –pesan tamu

Mindfulness:Perhatian penuh

Mobile phone:Handphone; telpon genggam

Needs:Kebutuhan



GLOSARIUM

<i>Non formal</i> : Tidak resmi	keberangkatan tamu beserta transaksi keuangannya
<i>Offering assistance</i> : Menawarkan bantuan	
<i>Oral communication</i> : komunikasi yang disampaikan langsung berhadapan / face to face communication	<i>Redial</i> : Melakukan telpon ulang
<i>Personal appearance</i> : Penampilan pribadi yang menarik	<i>Repeat</i> : Mengulang pesan
<i>Personal approachment</i> : Pendekatan perorangan	<i>Responsiveness</i> : Ketanggapan <i>Reward</i> : Hadiah; penghargaan
<i>Personal grooming</i> : Perawatan pribadi; tata aturan dalam berbusana seseorang	<i>Rhythm</i> : Irama; harmoni
<i>Personal hygiene</i> : Kebersihan diri pribadi	<i>Satisfaction</i> : Kepuasan
<i>Personal space</i> : Jarak antar personil	<i>Self scarifying behavior</i> : Sikap mengorbankan diri sendiri demi orang lain
<i>Point plus</i> : Nilai tambah <i>Posture</i> : Sikap tubuh	<i>Sender</i> : Pengirim; komunikator
<i>Prestice</i> : Sesuatu yang dinilai membanggakan untuk ditunjukkan pada orang lain secara tingkatan sosial	<i>Sense of achievement</i> : Perasaan personal sudah melakukan pekerjaan dengan baik
<i>Private Communication</i> : Komunikasi antara satu lawan satu	<i>Sense of Contribution</i> : Perasaan personal telah menjadi bagian dari sebuah tim dan memberikan kontribusi bagi keberhasilan bisnis
<i>Problem solving</i> : Memcahkan masalah	<i>Service</i> : Pelayanan
<i>Product Knowledge</i> : Pengetahuan tentang suatu produk penjualan	<i>Service excellence</i> : Pelayanan prima; pelayanan yang tidak biasa
<i>Proxemics</i> : membangun interaksi komunikasi dengan orang lain dengan memperhatikan jarak/personal space	<i>Short message</i> : Layanan pesan pendek
<i>Public relation</i> : Hubungan masyarakat, pesan disampaikan berdasarkan personal persuasion yang bertujuan untuk mengenal individu dengan cara kontak pribadi, mengundang travel, penulis dan wartawan.	<i>Social media</i> : Media berinteraksi dengan social masyarakat melalui akun media social
<i>Realibility</i> : Hal yang dpt dipercaya; <i>Receiver</i> : Penerima ;komunikasi	<i>Social quotient</i> : Kecerdasan jiwa yang membantu seseorang mengembangkan dirinya secara utuh melalui penciptaan kemungkinan untuk menerapkan nilai positif;
<i>Receptionist</i> : Petugas di hotel yang bertugas untuk menyambut kedatangan tamu, mendaftarkan tamu ke kamar dan melayani	<i>Sociology</i> : Ilmu pengetahuan tentang kemasyarakatan
	<i>Soft skill</i> : Kemampuan yang dilakukan dengan cara non teknis; bakat
	<i>Solid</i> : Padat; kuat; kukuh; padu



Spelling Board:Table ejaan abjad

Staff:Karyawan; petugas

Standard operating procedure:

Suatu kebijakan baku yang digunakan sebagai acuan bagi seluruh karyawan dalam perusahaan untuk mengoperasikan sesuatu

Tangible:Nyata; berwujud; dapat dilihat, diraba, disentuh

Taste:Rasa; sesuatu yang dikecap

Team work:Kerja tim

Teeth floss:Benang gigi

Telephone:Pesawat telepon; media /alat berkomunikasi secara langsung

Transfer:Sambungan
Trend:Gaya masa kini; gaya mutakhir; gaya modern

Universal:Umum

Value:Nilai

Value-added service:Memberikan layanan di atas dan melampaui harapan pelanggan dan kadang mendapatkan ganjaran karena melakukan hal tersebut

Video conferencing:Seperangkat teknologi telekomunikasi interaktif yang memungkinkan dua pihak atau lebih di lokasi berbeda dapat berinteraksi melalui pengiriman dua arah audio dan video secara bersamaan.

Vocalics:Tekanan suara ketika pesan/ message disampaikan kepada orang lain

Voice chat:Percakapan melalui suara dengan media informasi teknologi

Voice inflection:Tekanan pada penyebutan pada setiap kata-kata

Waiter/Waitress:Petugas hotel yang bertugas memberikan pelayanan bagi tamu sela makan dan minum

di restoran

Welcome drink:Minuman selamat datang yang disajikan bagi tamu yang sedang check in

Welcoming:Keramah tamahan; sikap menyambut tamu dengan ramah

Well groomed:Penampilan yang baik

Win win solution:Solusi menang sama menang

Written communication:Komunikasi yang di sampaikan tidak langsung berhadapan pada saat yang bersamaan



Bagyono, 2009, *Menangani Konflik Konsumen*, Bandung, Alfabeta

----- http://www.panasonic-itcomm.com/p/Panasonic%20Telecom/Fax/KX-FP701CX/KX-FP701CX_man_01.pdf

----- http://www.sahitel.com/p/Sahitel/Telecommunication/S75/S75B_man_01.pdf

Kodhyat H. dan Rmaini, 1992, *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*, Jakarta, Grasindo

Roslina Lina, 2008, *Menangani Konflik*, Bogor, CV. Bina Pustaka

Sumariyatningsih, 2008, *Bekerja dalam Lingkungan Sosial yang Berbeda*, Bogor, CV. Bina Pustaka

Sumariyatningsih, 2008, *Komunikasi di Tempat Kerja*, Bogor, CV. Bina Pustaka
Sumariyatningsih, 2008, *Menjaga Standar Presentasi Pribadi*, Bogor, CV. Bina Pustaka

Suwithi Ni Wayan dan Dewi Eka Ariyani, 2005, *Modul Bekerja dalam Lingkungan Sosial yang Berbeda*, Depok, PPPPTK Bisnis Pariwisata

Wardhani U.E. dkk, 2008, *BSE Usaha Perjalanan Wisata Jilid 1*, Jakarta, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Indonesia

----- www.kamuskbbi.id

----- www.wikipedia.org



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1. Alur komunikasi
- Gambar 1.2. Model dasar komunikasi
- Gambar 1.3. Hubungan antar komponen komunikasi
- Gambar 1.4. Briefing sebagai salah satu oral communication
- Gambar 1.5. Interview contoh oral communication
- Gambar 1.6. Diskusi sebagai contoh oral communication
- Gambar 1.7. Bertelepon merupakan bentuk oral communication
- Gambar 1.8. Chatting sebagai written communication
- Gambar 1.9. Email sebagai written communication
- Gambar 1.10. Emoticon sebagai contoh komunikasi non verbal kinesics
- Gambar 1.11. Emoticon sebagai contoh komunikasi non verbal kinesics
- Gambar 1.12. Personality appearance seorang manager hotel
- Gambar 1.13. Pemilihan busana sebagai personality appearance nonverbal communication
- Gambar 1.14. Personality appearance dalam bidang perhotelan.
- Gambar 1.15. Personality appearance sebagai seorang chef hotel
- Gambar 1.16. Intonasi suara keras dalam vokalis
- Gambar 1.17. Bahasa dalam satu suku yang menjadi hambatan komunikasi
- Gambar 1.18. Asumsi bahasa dari beberapa suku yang berbeda makna
- Gambar 1.19. Hambatan struktur dalam jabatan atasan berbeda komunikasi dengan bawahan
- Gambar 1.20. Berkomunikasi dengan surat sebagai solusi hambatan jarak
- Gambar 1.21. Komunikasi dengan latar belakang sosial sering membedakan status sosial
- Gambar 2.1. Memberi ucapan selamat bagi vendor sebagai external customer
- Gambar 2.2. Peringatan ultang tahun sebagai kejutan bagi tamu di hotel
- Gambar 2.3. Komentar pelanggan atas pelayanan sesuai harapan
- Gambar 2.4. Model konseptual kualitas pelayanan
- Gambar 2.5. Pelanggan pria senang dengan argument
- Gambar 2.6. Pelanggan wanita yang selalu ingin diperhatikan
- Gambar 2.7. Pelanggan remaja dengan tipe terlalu pemilih
- Gambar 2.8. Pelanggan anak-anak yang membutuhkan suka cita dalam pelayanan
- Gambar 2.9. Tamu berpasangan yang harus selalu sepakat dalam pembelian
- Gambar 2.10. Pelanggan berpasangan yang berusaha seia sekata
- Gambar 2.11. Service excellence kepada tamu
- Gambar 2.12. Petugas hotel dengan tampilan service excellence
- Gambar 3.1. Penerapan personal grooming dalam bidang perhotelan
- Gambar 3.2. Tampilan seragam kerja bersih dan rapi sesuai ukuran badan
- Gambar 3.3. Tampilan tatanan rambut wanita yang disarankan untuk bekerja
- Gambar 3.4. Tampilan tatanan rambut pria yang disarankan untuk bekerja
- Gambar 3.5. Mengenakan asesories kerja yang sederhana
- Gambar 3.6. Dandanan wajah untuk wanita
- Gambar 3.7. Dandanan wajah untuk wanita



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.8. Penampilan bekerja secara keseluruhan untuk pria dan wanita
- Gambar 3.9. Penampilan bekerja seorang waitress (FB Service)
- Gambar 3.10. Penampilan bekerja seorang front desk (Front Office)
- Gambar 3.11. Penampilan kerja Housekeeping
- Gambar 3.12. Pemeliharaan seragam yang tidak benar
- Gambar 3.13. Mauk kerja tidak tepat waktu untuk mempersiapkan penampilan kerja
- Gambar 3.14. Tidak menerapkan kerapian dalam berpakaian kerja
- Gambar 3.15. Mengabaikan personal hygiene
- Gambar 3.16. Melanggar etika sikap dalam bekerja
- Gambar 3.17. Sikap tidak professional dalam bekerja
- Gambar 3.18. Perawatan menjaga personal hygiene
- Gambar 3.19. Nikotin yang melekat pada tangan perokok
- Gambar 3.20. Jari tangan yang kotor setelah menyentuh bagian tubuh
- Gambar 3.21. Kuman yang menempel pada jari tangan saat di toilet
- Gambar 3.22. Memegang uang yang mengandung kuman
- Gambar 3.23. Sampah mengandung banyak kuman dan kotoran
- Gambar 3.24. Batuk dan bersin mepindahkan kuman penyakit pad tangan
- Gambar 3.25. Kuman bisa berasal dari hewan peliharaan
- Gambar 3.26. Cara tepat mencuci tangan yang sehat
- Gambar 3.27. Cara sikat gigi yang benar
- Gambar 3.28. Cara menggunakan flossing gigi yang benar
- Gambar 3.29. Personal appereance karyawan hotel
- Gambar 4.1. Tim Kerja di Hotel The Jayakarta Yogyakarta
- Gambar 4.2. Pembentukan tim dengan menempatkan anngota di tempat yang tepat
- Gambar 4.3. Anggota tim akan berkerja sama untuk mencapai satu tujuan
- Gambar 4.4. Tahapan anggota tim mulai mengenal dan meningkatkan hubungan
- Gambar 4.5. Performa Tim sudah terbentuk dengan solid
- Gambar 5.1 Pura sebagai symbol sistem religi masyarakat Bali
- Gambar 5.2. Masyarakat beragama Islam melaksanakan ibadah di masjid sebagai temapt suci
- Gambar 5.3. Sepasang Pengantin India disaksikan api
- Gambar 5.4. Sepasang Pengantin adat Jawa melakukan prosesi pecah telur
- Gambar 5.5. Mata pencaharian sebagai nelayan
- Gambar 5.5. Mata pencaharian sebagai nelayan
- Gambar 5.6. Gadget sebagai asisten menyelesaikan pekerjaan kantor
- Gambar 5.7. Sempoa sebagai alat hitung konvensional orang Cina
- Gambar 5.8. Bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional
- Gambar 5.9. Berbagai bahasa untuk sapaan Apa kabar
- Gambar 5.10. Kesenian dari daerah Aceh Tari Saman
- Gambar 5. 11. Kesenian tari dari India
- Gambar 5.12. Sistem pengetahuan orang Cina dalam keberuntungan
- Gambar 5.13. Amerika dalam sistem pengetahuan



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 5.14. Berbagai macam cara makan antar budaya yang memiliki filosofi
- Gambar 5.15. Masing – masing budaya dengan ciri khas pakaian adatnya
- Gambar 5.16. Berbagai macam bentuk rumah tradisional yang memiliki filosofi
- Gambar 5.17. Jenis ras dunia
- Gambar 5. 18. Konsep EQ, IQ dan SQ dalam penerapan budaya kerja
- Gambar 6.1. Demonstrasi salah satu bentuk luapan konflik
- Gambar 6.2. Konflik antar kampung yang disebabkan perbedaan persepsi
- Gambar 6.3. Singungan antar organisasi pun dapat berujung konflik
- Gambar 6.4. Diagram tahapan konflik
- Gambar 6.5. Tingkatan tahap berkonflik
- Gambar 6. 6. Dampak negative merusak sarana prasarana umum pada konflik
- Gambar 6.7. Strategi menghadapi konflik
- Gambar 7.1. Keluhan tamu terkait televisi hotel yang rusak
- Gambar 7. 2. Pelanggan membeli sepatu yang rusak tanpa sepengetahuannya
- Gambar 7.3. Tamu menunggu lama saat di receptionist sedang bertelpon
- Gambar 7.4. Receptionist mengabaikan tamu yang ada di depannya
- Gambar 7.5. Sikap petugas berbicara dengan rekan kerja tanpa menghiraukan tamu
- Gambar 7.6. Waitress melayani dengan sikap tubuh yang tidak sopan
- Gambar 7.7. Petugas tidak menunjukkan sikap siap melayani pelanggan
- Gambar 7.8. Keluhan tamu terkait service complain terhadap barang tamu
- Gambar 7.9. Waitress menyajikan makanan dengan tidak memperhatikan standar operating procedure
- Gambar 7.10. Petugas menghampiri pelanggan dan siap melayani saat terjadi complain
- Gambar 7.11. Alihkan pelanggan yang mengeluh ketempat lain
- Gambar 7.12. Tetap tenang dan focus pada inti keluhan pelanggan
- Gambar 7.13. Memberikan perhatian penuh pada pelanggan
- Gambar 7.14. Petugas menyampaikan alternative solusi
- Gambar 7.15. Pelanggan akan senang jika mendengarkan dan diberikan solusi permasalahannya
- Gambar 8.1. Dilarang berbicara menggumam dan berbicara lesu
- Gambar 8.2. Tidak diperkenankan makan dan minum sewaktu bertelpon
- Gambar 8.3. Terlalu lama membiarkan pelanggan menunggu
- Gambar 8.4. Tertawa keras saat menerima telpon di kantor
- Gambar 8.5. Salah menyambungkan ke extension yang berbeda
- Gambar 8.6. Bagan pesawat telpon
- Gambar 8.7. Bagian display pesawat telpon
- Gambar 8.8. Fungsi dari tombol pada pesawat telpon
- Gambar 8.9. Rangkaian menerima panggilan masuk
- Gambar 8.10. Rangkaian membuat panggilan telpon keluar
- Gambar 8.11. Rangkaian membuat panggilan telpon keluar
- Gambar 8.12. Bagan mesin faksimile
- Gambar 8.13. Fungsi tombol mesin faksimile
- Gambar 8.14. Menjawab telpon diawali dengan salam
- Gambar 8.15. Mencatat semua kebutuhan pesanan tamu



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 8.16. Mengucapkan terima kasih telah menelpon
- Gambar 8.17. Bagan penanganan message / pesan di telepon
- Gambar 8.18. Message form
- Gambar 8.19. Petugas telepon yang ramah dan phonegenic
- Gambar 8.20. Sikap siap dalam menjawab pertanyaan di telepon
- Gambar 8.21. Selalu memastikan detail informasi
- Gambar 8.22. Petugas telpon mencatat setiap pesan yang disampaikan
- Gambar 8.23. Mengulangi pesan dan ucapan terima kasih
- Gambar 8.24. Petugas telpon yang tidak focus pada pekerjaannya
- Gambar 8.25. Sikap lesu dalam menerima telepon
- Gambar 8.26. Salah melakukan sambungan extension
- Gambar 8.27. Tidak menggunakan message form dalam mencatat pesan
- Gambar 8.28. Membuat kekeliruan dalam mencatat informasi



CURRICULUM VITAE

KOMUNIKASI INDUSTRI PARIWISATA

Nama Lengkap : RR. Listianing Riandari, SE
Telepon /HP : 081328594334
Email : lizsmk6yk@yahoo.com,
lizlizyk@gmail.com
Akun Facebook : Liz Listianing
Alamat Kantor : SMKN 6 Yogyakarta, Jl. Kenari
no. 4, Umbulharjo, Yogyakarta
Kompetensi Keahlian : Perhotelan

Riwayat Pekerjaan/Profesi (10 Tahun Terakhir)

1. Guru Tidak Tetap Perhotelan di SMKN 6 Yogyakarta, tahun 2008 sampai dengan 2010
2. Guru Tetap SMK Perhotelan di SMKN 6 Yogyakarta, tahun 2010 sampai dengan sekarang



Riwayat Pendidikan Tinggi dan Tahun Belajar

1. STP "AMPTA" Yogyakarta lulus tahun 2000
2. STIE Pariwisata Indonesia Semarang lulus tahun 2003

Informasi Lain dari Penulis

Tinggal di Yogyakarta, lahir di Sumatra tepatnya Kota Dumai tanggal 19 Januari 1979, mengawali pendidikan dari Sekolah Dasar di SD YPP7 Bukit Datuk, Dumai. Demikian juga untuk jenjang SMP di lalui di kota yang sama tepatnya di SMP YKPP Bukit Datuk, Dumai selama 3 tahun. Pada tahun 1994 hijrah dan melanjutkan pendidikan di SMUN 3 Kota Madiun selama 3 tahun. Tahun 1997, hijrah kembali ke Kota Yogyakarta untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang kuliah D-3 di AMPTA Yogyakarta yang sekarang menjadi STP "AMPTA" Yogyakarta lulus di tahun 2000. Gelar S1 diperoleh penulis atas perjuangan studi selama 2 tahun di STIE Pariwisata Indonesia Semarang dan lulus tahun 2003 dengan predikat Lulusan Terbaik. Beberapa tahun memantapkan diri bekerja sebagai daily worker di beberapa hotel di Yogyakarta untuk menerapkan dan mengasah ilmu Perhotelan. Memulai pernikahan tahun 2012 dengan Amin Muslimin S.Pd dan sekarang telah dikarunia 2 anak Arafah El Amin dan Mahanani Putri Amin.

Mengawali karir mengajar tahun 2005 di LPK Magistra Utama sebagai Instruktur Perhotelan dan selanjutnya diminta menjadi ketua program Perhotelan di lembaga tersebut. Tahun 2008 berkonsentrasi menekuni karir sebagai Guru Tidak Tetap/GTT Perhotelan di SMKN 6 Yogyakarta dan mulai tahun 2010 dipercaya menjadi Guru Tetap SMK Perhotelan sampai sekarang. Memiliki pengakuan kompetensi pada bidang Front Office dan Housekeeping dari BNSP dan sedang mengikuti sertifikasi kompetensi pada Level IV bidang Perhotelan. Selain mengajar, juga aktif mengenalkan komunitas Microsoft Innovative Educator Expert (MIEE) Yogyakarta pada rekan guru dan aktif di organisasi profesi guru MGMP Perhotelan D.I Yogyakarta.