

Peran Humas Hotel Parangrango 2 Bogor dalam Penerapan Pelayanan Prima

Siagian, Tetty Nenny Andriany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20288861&lokasi=lokal>

Abstrak

Setiap pebisnis di segala bidang usaha dituntut untuk menggunakan berbagai strategi agar dapat menang dalam pasar persaingan. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh bidang-bidang usaha yang bersifat nasional atau multinasional, tetapi juga para pebisnis lokal. Berkembang mengikuti pertumbuhan teknologi, persaingan pasar setiap usaha semakin ketat. Setiap bidang usaha saling mengejar meningkatkan mutu produk dan pelayanannya didukung dengan kecanggihan teknologi sehingga menghasilkan berbagai produk yang serba cepat, efisien dan memuaskan. Keadaan ini membuat para pemakai produk (konsumen) juga semakin terbuka terhadap berbagai pilihan produk di hadapan mereka. Berdasarkan keadaan ini membuat para pebisnis semakin menyadari bahwa kuat lemahnya suatu bidang usaha dalam pasar persaingan bukan lagi ditentukan oleh ragam produk melainkan oleh puas tidaknya konsumen terhadap perusahaan tersebut. Para pebisnis tidak lagi begitu mudah mencari konsumen, karena justru para pebisnis dituntut untuk dapat mempertahankan konsumen khususnya para langganan yang bernilai. Dengan adanya kesadaran ini, muncul sate pemikiran bahwa kekuatan usaha suatu perusahaan tidak lagi memfokuskan pada keanekaragaman produk, keefisienan sistim kerja, atau hal-hal lain yang berhubungan dengan produk semata tetapi kegiatan keseluruhan perusahaan sudah harus difokuskan pada kepentingan konsumen. Perusahaan sudah hams memfokuskan perhatian pada konsumen atau disebut customer-oriented company. Pemikiran ini membuka pandangan para pebisnis bahwa untuk dapat bertahan, berkembang atau memimpin adalah memperhatikan apa yang terpenting pada pelanggan. Salah satu perwujudan customer-oriented company adalah melalui sistim layanan pada pelanggan. Untuk dapat mempertahankan pelanggan, pebisnis mencari satu bentuk layanan yang baik yaitu yang dapat memperhatikan kepentingan pelanggan secara maksimal. Melalui pemikiran para ahli pemasaran muncul suatu pelayanan yang berkualitas disebut pelayanan prima (Service of Excellent), Hotel Pangrango Bogor sebagai salah satu hotel lokal yang berada di Bogor berusaha untuk dapat mempertahankan keberadaannya sebagai hotel berbintang dengan mengandalkan pelayanan. Usahanya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai salah satu perwujudan customer-oriented company digunakan oleh Hotel Pangrango sebagai suatu cara menarik minat pelanggannya, di mana daya tarik yang diberikan lewat pelayanan tersebut pada akhirnya mempengaruhi terbentuknya citra pelanggan terhadap Hotel Pangrango. Usaha-usaha Humas Hotel Pangrango untuk menarik perhatian pelanggan lewat bentuk layanan yang diberikan kepada pelanggan bisa dimungkinkan karena individu dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam diri individu tersebut. Selain itu, pelayanan berkualitas itu pun dipengaruhi oleh adanya komponen-komponen tertentu sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen sebagai pelanggan dan dipengaruhi oleh peran humas dalam mendukung penerapan pelayanan tersebut.