

The Effectiveness of Grooming-Based Front Office Soft Skills Training in Enhancing Service Excellence and Guest Satisfaction at Narasena Co-Living Yogyakarta

MEYDITHA PUSPA KENAKA¹, KIKI GUMELAR², SAHLIT SUGESTI³, I PUTU HARDANI⁴,
HERMAWAN PRASETYANTO⁵

^{1,2,3,4}*Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia*

¹mei.kenaka@gmail.com, ²gumelarkiki@gmail.com, ³sugestisahlit@gmail.com,

⁴iputu.hardani@gmail.com ⁵hermawan.prasetyanto@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of Front Office soft skill training through the implementation of grooming in enhancing excellent service and guest satisfaction at Narasena Co-Living Yogyakarta. This research employed a qualitative case study approach. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation involving hotel management, Front Office employees, and guest feedback. The data were analyzed using interactive qualitative analysis consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing, supported by thematic analysis. The findings indicate that grooming training was implemented through structured materials, roleplay, coaching, shift briefing, and continuous monitoring. The training improved employees' professional awareness, self-confidence, non-verbal communication, and service consistency. Behavioral changes were reflected in neater appearance, warmer facial expressions, better posture, improved eye contact, clearer verbal communication, and more professional interaction with guests. Guest feedback showed positive perceptions toward staff friendliness, neat appearance, responsiveness, and service professionalism. However, grooming training was not the sole determinant of guest satisfaction, as physical facilities and interdepartmental service quality also influenced the overall guest experience.

Keywords: grooming training; soft skill; front office; excellent service; guest satisfaction



Copyright © 2026 The Author(s)

This is an open-access article under the CC BY-SA license.

Efektivitas Pelatihan *Soft Skill Front Office* Berbasis *Grooming* dalam Meningkatkan *Excellent Service* dan Kepuasan Tamu di Narasena Co-Living Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan *soft skill Front Office* melalui penerapan *grooming* dalam meningkatkan *excellent service* dan kepuasan tamu di Narasena Co-Living Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi yang melibatkan manajemen hotel, karyawan *Front Office*, serta umpan balik tamu. Analisis data dilakukan dengan model analisis interaktif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diperkuat dengan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan *grooming* dilaksanakan melalui materi terstruktur, *roleplay*, *coaching*, *briefing* antar shift, dan *monitoring* berkelanjutan. Pelatihan tersebut meningkatkan kesadaran profesional, kepercayaan diri, komunikasi non verbal, dan konsistensi pelayanan karyawan. Perubahan perilaku tampak pada kerapian penampilan, ekspresi wajah yang lebih ramah, postur tubuh yang lebih profesional, kontak mata yang lebih baik, komunikasi verbal yang lebih jelas, serta interaksi yang lebih sopan dengan tamu. Umpan balik tamu menunjukkan persepsi positif terhadap keramahan, kerapian, responsivitas, dan profesionalisme staf. Namun, pelatihan *grooming* bukan satu-satunya penentu kepuasan tamu karena kualitas fasilitas fisik dan koordinasi layanan antar-departemen juga turut memengaruhi pengalaman menginap secara keseluruhan.

Kata kunci: pelatihan *grooming*; *soft skill*; *front office*; *excellent service*; kepuasan tamu

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang sangat bergantung pada kualitas interaksi manusia. Dalam konteks ini, *Front Office Department* memiliki peran strategis karena menjadi titik kontak pertama antara hotel dan tamu. *Front Office* tidak hanya menjalankan fungsi administratif, seperti proses *check-in*, *check-out*, reservasi, dan pemberian informasi, tetapi juga menjadi representasi visual dan emosional hotel. Kualitas pelayanan *Front Office* sangat memengaruhi *first impression*, persepsi kualitas layanan, dan citra hotel secara keseluruhan (Dewi et al., 2022; Dewi et al., 2024).

Salah satu aspek penting dalam pelayanan *Front Office* adalah *grooming*. Dalam praktik perhotelan, *grooming* sering dipahami secara terbatas sebagai standar penampilan fisik, seperti kerapian seragam, kebersihan diri, penataan rambut, penggunaan atribut kerja, dan kesesuaian visual dengan standar hotel. Padahal, dalam layanan *hospitality*, *grooming* memiliki makna yang lebih luas. *Grooming* mencakup cara staf menampilkan diri, menjaga ekspresi wajah, membangun kontak mata, menata postur tubuh, mengontrol gestur, mengatur intonasi suara, serta menunjukkan sikap profesional saat berinteraksi dengan tamu. Dengan demikian, *grooming* tidak hanya berfungsi sebagai standar estetika, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi non verbal yang memengaruhi persepsi tamu terhadap profesionalisme dan kualitas layanan (Chalupa & Chadt, 2021; Azizah, 2023).

Dalam industri jasa yang bersifat *intangible*, tamu sering kali menilai kualitas layanan melalui isyarat awal yang dapat diamati, seperti tampilan staf, keramahan, bahasa tubuh, dan cara komunikasi. Ketika staf *Front Office* tampil rapi, bersih, percaya diri, dan ramah, tamu cenderung membentuk persepsi positif terhadap hotel. Sebaliknya, ketidakkonsistenan penampilan dan sikap pelayanan dapat menurunkan citra profesional hotel, bahkan sebelum layanan inti diberikan.

Narasena Co-Living Yogyakarta sebagai hotel yang mengedepankan pengalaman menginap berbasis keramahan dan pelayanan personal menempatkan *Front Office* sebagai garda depan dalam membangun *guest experience*. Dalam konteks tersebut, pelatihan *grooming* menjadi relevan sebagai strategi pengembangan *soft skill*. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan memastikan kepatuhan karyawan terhadap standar penampilan, tetapi juga membangun kesadaran profesional, rasa percaya diri, dan konsistensi perilaku pelayanan (Molek-Winiarska & Kawka, 2024).

Penelitian terdahulu mengenai pelatihan *soft skill Front Office* umumnya masih berfokus pada komunikasi verbal, penanganan keluhan, *problem solving*, dan peningkatan kinerja pelayanan (Akasia & Sandy, 2023; Putri et al., 2024; Wijaya & Rosanto, 2023). Kajian yang secara khusus menempatkan *grooming* sebagai *soft skill* strategis dalam membentuk *first impression*, *excellent service*, dan kepuasan tamu masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum banyak menjelaskan bagaimana pelatihan *grooming* dipahami, diinternalisasi, dan diterapkan oleh karyawan dalam praktik layanan sehari-hari.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan *soft skill Front Office* berbasis *grooming* dalam meningkatkan *excellent service* dan kepuasan tamu di Narasena Co-Living Yogyakarta. Penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pelatihan *grooming* dilaksanakan, bagaimana persepsi karyawan terhadap pelatihan tersebut, bagaimana perubahan perilaku pelayanan setelah pelatihan, serta bagaimana kontribusinya terhadap *excellent service* dan kepuasan tamu.

Soft Skill dalam Layanan Hospitality

Soft skill merupakan kemampuan non-teknis yang berkaitan dengan cara individu berinteraksi, berkomunikasi, mengelola emosi, dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun profesional. Dalam industri *hospitality*, *soft skill* memiliki posisi penting karena kualitas layanan sangat ditentukan oleh intensitas interaksi antara karyawan dan tamu. Kompetensi teknis saja tidak cukup untuk menciptakan pelayanan prima apabila tidak didukung oleh kemampuan interpersonal, empati, komunikasi, pengendalian emosi, dan presentasi profesional.

Chalupa dan Chadt (2021) menegaskan bahwa *soft skill* dalam layanan hotel semakin penting, terutama pada posisi *Front Office* yang menuntut karyawan untuk menghadapi berbagai karakter tamu, situasi emosional, dan kebutuhan layanan yang dinamis. *Soft skill* berperan sebagai jembatan antara standar pelayanan formal dan pengalaman nyata yang dirasakan tamu.

Grooming sebagai Soft Skill Front Office

Grooming dalam konteks *Front Office* tidak hanya merujuk pada penampilan fisik, tetapi juga mencakup komunikasi non verbal, sikap profesional, dan cara staf membawa diri dalam ruang pelayanan. *Grooming* mencakup *personal hygiene*, kerapian seragam, kesesuaian atribut kerja, ekspresi wajah, kontak mata, postur tubuh, gestur, intonasi suara, dan etika komunikasi.

Grooming dapat dipahami sebagai bagian dari *aesthetic labor*, yaitu kemampuan karyawan untuk menampilkan citra profesional yang selaras dengan identitas organisasi. Dalam *Front Office*, *grooming* menjadi instrumen penting karena tamu membentuk persepsi awal terhadap hotel melalui tampilan dan sikap staf (Tsaur & Tang, 2013; Mengqi et al., 2024). Oleh sebab itu, *grooming* perlu dilatih, dibiasakan, dievaluasi, dan dipantau secara berkelanjutan.

First Impression, Excellent Service, dan Kepuasan Tamu

First impression merupakan kesan awal yang terbentuk dalam waktu singkat saat tamu berinteraksi dengan staf hotel. Dalam layanan *Front Office*, *first impression* sangat menentukan karena menjadi dasar awal bagi tamu dalam menilai profesionalisme hotel. Penampilan yang rapi, ekspresi wajah ramah, kontak mata yang baik, dan komunikasi yang sopan dapat membangun rasa percaya dan kenyamanan tamu (Azizah, 2023; Dewi et al., 2024).

Excellent service tidak hanya berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan prosedur, tetapi juga dengan keramahan, empati, konsistensi sikap, dan kemampuan staf menciptakan pengalaman positif. Kepuasan tamu terbentuk ketika layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan (Kotler & Keller, 2021; Kanaidi, 2021). Dalam konteks ini, *grooming* berperan sebagai penguat persepsi awal dan katalisator pengalaman layanan yang positif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai proses pelatihan *grooming*, persepsi karyawan, perubahan perilaku pelayanan, dan kontribusinya terhadap kepuasan tamu dalam konteks operasional hotel (Creswell & Poth, 2018).

Dalam penelitian ini, istilah efektivitas tidak dipahami sebagai ukuran hubungan kausal yang dianalisis melalui pengujian statistik, melainkan sebagai tingkat ketercapaian tujuan pelatihan *grooming* berdasarkan perubahan perilaku pelayanan yang teridentifikasi melalui hasil wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan proses triangulasi data. Oleh karena itu, efektivitas diinterpretasikan sebagai keberhasilan implementasi program pelatihan dalam membentuk kompetensi *soft skill Front Office* sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pendekatan ini selaras dengan paradigma penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman secara mendalam terhadap proses, pengalaman, dan makna yang dibangun oleh para partisipan dalam konteks alamiah penelitian.

Penelitian dilakukan di Narasena Co-Living Yogyakarta. Subjek penelitian terdiri atas unsur manajemen hotel, yaitu *General Manager*, *Human Resource Coordinator*, *Front Office Supervisor*, karyawan *Front Office* yang mengikuti pelatihan *grooming*, serta data pendukung dari tamu hotel. Pemilihan informan dilakukan

secara *purposive* dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung informan dalam pelaksanaan, penerapan, dan evaluasi pelatihan *grooming*.

Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu satu orang *General Manager*, satu orang *Human Resource Coordinator*, satu orang *Front Office Supervisor*, dan empat orang *Front Office Staff* yang telah mengikuti pelatihan *grooming*, serta data pendukung berupa *guest feedback*. Teknik *purposive sampling* dipilih karena informan memiliki keterlibatan langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, implementasi, maupun evaluasi program pelatihan *grooming* sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam sesuai fokus penelitian.

Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi: (1) memiliki masa kerja minimal satu tahun, (2) telah mengikuti program pelatihan *grooming* yang diselenggarakan oleh perusahaan, (3) terlibat secara aktif dalam pelayanan tamu, dan (4) bersedia memberikan informasi secara terbuka selama proses penelitian. Penetapan kriteria tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh berasal dari informan yang memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang dikaji sehingga meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pemaknaan informan terhadap pelatihan *grooming*. Kedua, observasi partisipatif untuk mengamati penerapan *grooming* dalam praktik pelayanan, meliputi penampilan fisik, bahasa tubuh, sikap profesional, dan konsistensi perilaku. Ketiga, studi dokumentasi terhadap *SOP Grooming* dan *Greeting*, modul pelatihan, *daily grooming check*, dan *guest service experience feedback*.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian. Observasi dilakukan secara partisipatif selama aktivitas operasional *Front Office* guna mengamati implementasi *grooming* dalam situasi pelayanan nyata, meliputi aspek penampilan fisik, bahasa tubuh, komunikasi verbal maupun non-verbal, serta interaksi staf dengan tamu. Sementara itu, studi dokumentasi dilakukan terhadap *SOP Grooming and Greeting*, modul pelatihan, formulir *daily grooming check*, hasil evaluasi pelatihan, serta *guest service experience feedback* sebagai data pendukung dalam proses triangulasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis juga diperkuat dengan pendekatan tematik untuk

mengidentifikasi pola - pola utama yang muncul dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, *member check*, dan penggunaan *audit trail*.

Tabel 1. Ringkasan Desain Penelitian

Komponen	Keterangan
Pendekatan	Kualitatif dengan metode studi kasus
Lokasi	Narasena Co-Living Yogyakarta
Informan	Manajemen hotel, karyawan <i>Front Office</i> , dan tamu sebagai data pendukung
Teknik pengumpulan data	Wawancara mendalam, observasi partisipatif, studi dokumentasi, dan <i>guest feedback</i>
Analisis data	Reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan analisis tematik
Keabsahan data	Triangulasi sumber, triangulasi teknik, <i>member check</i> , dan <i>audit trail</i>

Proses analisis diawali dengan melakukan *open coding*, yaitu mengidentifikasi konsep-konsep penting yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan *axial coding* untuk mengelompokkan kode-kode yang memiliki hubungan konseptual ke dalam kategori-kategori tertentu. Tahap berikutnya adalah *selective coding*, yaitu mengintegrasikan kategori-kategori tersebut menjadi tema-tema utama yang menjelaskan efektivitas pelatihan *grooming* dalam meningkatkan kualitas pelayanan *Front Office*. Tema-tema yang terbentuk kemudian dibandingkan antar sumber data melalui proses triangulasi untuk memperoleh konsistensi interpretasi sebelum dilakukan penarikan kesimpulan.

Keabsahan data dijaga melalui penerapan triangulasi sumber, triangulasi teknik, *member checking*, serta penyusunan *audit trail* yang mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis. Langkah tersebut dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas, dependabilitas, konfirmabilitas, dan transferabilitas hasil penelitian sesuai dengan prinsip penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pelatihan *Grooming Front Office*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan *grooming Front Office* di Narasena Co-Living Yogyakarta telah dilaksanakan secara terstruktur. Pelatihan tidak hanya berfokus pada standar penampilan fisik, tetapi juga pada pembentukan sikap profesional, komunikasi *non verbal*, *voice grooming*, dan perilaku pelayanan dalam berbagai situasi operasional.

Materi pelatihan mencakup *personal hygiene*, kerapian rambut, kebersihan kuku, penggunaan seragam, sepatu, *name tag*, aksesoris, ekspresi wajah, kontak mata, postur tubuh, gestur pelayanan, intonasi suara, artikulasi komunikasi, serta cara menjaga *grooming* dalam situasi khusus seperti *peak hours*, *handling complaint*, *event*, dan pelayanan tamu VIP. Cakupan materi tersebut menunjukkan bahwa *grooming* diposisikan sebagai soft skill yang menyatu dengan kualitas layanan, bukan sekadar kepatuhan terhadap SOP penampilan.

Metode pelatihan dilakukan melalui kombinasi pemaparan materi, demonstrasi, praktik langsung, *roleplay*, *coaching*, *briefing* antar *shift*, dan monitoring berkala. *Roleplay* menjadi metode yang efektif karena memungkinkan karyawan mempraktikkan cara menyambut tamu, menjaga postur, menggunakan kontak mata, mengatur ekspresi, dan merespons situasi layanan secara langsung. *Coaching* dan *monitoring* pascapelatihan juga berperan penting dalam memastikan bahwa standar *grooming* tidak hanya dipahami, tetapi diterapkan secara konsisten dalam operasional harian.

Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas pelatihan *grooming* tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi, tetapi juga oleh keberlanjutan sistem pengawasan. Pelatihan yang hanya dilakukan satu kali tanpa evaluasi berisiko menjadi kegiatan formalitas. Sebaliknya, pelatihan yang diikuti dengan *daily grooming check*, *briefing*, dan *coaching* lebih berpeluang menghasilkan perubahan perilaku yang menetap.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan *Front Office Supervisor* yang menyatakan bahwa:

"Pelatihan *grooming* bukan hanya mengajarkan standar penampilan, tetapi juga membentuk kebiasaan pelayanan yang profesional. Melalui *coaching* dan *briefing* harian, staf menjadi lebih sadar terhadap pentingnya menjaga konsistensi sikap selama berinteraksi dengan tamu."

Hasil observasi peneliti juga menunjukkan bahwa sebelum memulai operasional harian, seluruh staf *Front Office* mengikuti proses *daily grooming check* yang meliputi pemeriksaan seragam, kebersihan diri, penggunaan atribut kerja, ekspresi wajah, serta kesiapan memberikan pelayanan kepada tamu. Temuan tersebut menunjukkan bahwa implementasi pelatihan tidak berhenti pada penyampaian materi, tetapi telah diinternalisasikan ke dalam budaya kerja melalui mekanisme pengawasan dan pembiasaan yang dilakukan secara berkelanjutan.

Temuan tersebut sejalan dengan Chalupa dan Chadt (2021) yang menjelaskan bahwa efektivitas pelatihan *soft skill* dalam industri hospitality sangat dipengaruhi

oleh keberlanjutan proses pembinaan setelah pelatihan berlangsung. Pelatihan yang didukung oleh *coaching*, *monitoring*, serta evaluasi rutin mampu memperkuat proses internalisasi perilaku pelayanan sehingga perubahan yang dihasilkan menjadi lebih konsisten. Hasil penelitian ini juga memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa mekanisme *daily grooming check* berperan sebagai instrumen pengendalian mutu pelayanan yang menjaga konsistensi implementasi *grooming* dalam aktivitas operasional sehari-hari.

Persepsi Karyawan terhadap Pelatihan Grooming

Karyawan *Front Office* memberikan persepsi positif terhadap pelatihan *grooming*. Sebelum pelatihan, *grooming* lebih banyak dipahami sebagai kewajiban berpakaian rapi dan mengikuti arahan *supervisor*. Setelah pelatihan, karyawan mulai memahami bahwa *grooming* merupakan bagian dari profesionalisme, komunikasi *non verbal*, *first impression*, dan kualitas pelayanan.

Pelatihan meningkatkan kesadaran karyawan terhadap detail penampilan dan perilaku layanan. Karyawan menjadi lebih memperhatikan kerapian seragam, kebersihan diri, ekspresi wajah, intonasi suara, cara berdiri, kontak mata, dan cara berbicara dengan tamu. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan *self awareness*, yaitu kesadaran diri dalam menampilkan sikap profesional di ruang pelayanan.

Selain meningkatkan kesadaran profesional, pelatihan *grooming* juga meningkatkan kepercayaan diri karyawan. Dengan adanya standar yang lebih jelas, karyawan merasa lebih siap saat berinteraksi dengan tamu. Kepercayaan diri ini penting karena staf *Front Office* harus mampu tampil tenang, ramah, dan meyakinkan dalam berbagai kondisi layanan, termasuk saat menghadapi tamu yang kritis atau saat terjadi keluhan.

Dari perspektif karyawan, *grooming* yang baik juga membuat komunikasi dengan tamu menjadi lebih lancar. Tamu cenderung memberikan respons lebih positif ketika staf tampil rapi, sopan, dan percaya diri. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa *grooming* tidak hanya berdampak pada tampilan luar karyawan, tetapi juga pada kualitas relasi layanan antara staf dan tamu.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas pelatihan *grooming* tidak hanya tercermin dari meningkatnya kepatuhan terhadap standar penampilan, tetapi juga dari berkembangnya kompetensi interpersonal, rasa percaya diri, serta konsistensi perilaku pelayanan *Front Office*. Temuan ini menunjukkan

bahwa *grooming* merupakan bagian integral dari pengembangan *soft skill* yang berkontribusi terhadap terciptanya *excellent service* dan pengalaman positif bagi tamu.

Perubahan Perilaku Pelayanan Setelah Pelatihan

Observasi menunjukkan adanya perubahan perilaku pelayanan *Front Office* secara bertahap. Pada fase awal, beberapa indikator masih belum stabil, terutama dalam hal kedisiplinan atribut kerja, kontak mata, stabilitas ekspresi, dan kesiapan menghadapi keluhan tamu. Namun, setelah proses pelatihan, *coaching*, dan *monitoring*, perilaku staf menunjukkan peningkatan menuju kategori lebih konsisten dan membudaya.

Perubahan pertama tampak pada aspek penampilan fisik. Staf menjadi lebih rapi, bersih, dan sesuai dengan standar hotel. Kerapian seragam, kebersihan diri, penggunaan atribut kerja, dan kesegaran penampilan menjadi lebih terjaga. *Daily grooming check* membantu menjaga konsistensi standar visual karyawan sebelum dan selama shift berlangsung.

Perubahan kedua tampak pada bahasa tubuh. Staf mulai menunjukkan postur tubuh yang lebih tegap, kontak mata yang lebih baik, senyum yang lebih natural, dan gestur pelayanan yang lebih sopan. Bahasa tubuh ini penting karena tamu sering kali menangkap kesan profesionalisme dari cara staf hadir dan bergerak di hadapan mereka.

Perubahan ketiga tampak pada ekspresi wajah dan *first impression*. Ekspresi staf menjadi lebih ramah dan hangat saat menyambut tamu. Perubahan ini berkontribusi terhadap pembentukan kesan awal yang lebih positif. Dalam pelayanan hotel, *first impression* menjadi pintu awal bagi terbentuknya rasa percaya dan kenyamanan tamu.

Perubahan keempat tampak pada sikap profesional. Staf menjadi lebih sopan, komunikatif, percaya diri, dan responsif. Namun, kemampuan *handling complaint* masih menjadi indikator yang memerlukan penguatan lebih lanjut. Meskipun staf mulai lebih tenang dalam menghadapi keluhan, kemampuan menyelesaikan keluhan secara mandiri belum sepenuhnya membudaya. Hal ini menunjukkan bahwa *grooming training* perlu diintegrasikan dengan pelatihan *complaint handling*, *service recovery*, *emotional resilience*, dan *problem solving*.

Kontribusi *Grooming* terhadap *Excellent Service* dan Kepuasan Tamu

Guest feedback menunjukkan bahwa tamu memberikan apresiasi positif terhadap keramahan, kerapian, kebersihan, responsivitas, dan profesionalisme staf *Front Office*. Tamu menilai bahwa staf yang rapi, ramah, sopan, dan komunikatif memberikan kesan hotel yang profesional dan nyaman. Hal ini membuktikan bahwa *grooming* memiliki kontribusi nyata dalam membentuk persepsi positif terhadap kualitas layanan.

Grooming memperkuat *excellent service* melalui tiga mekanisme utama. Pertama, *grooming* membentuk *first impression* yang positif. Penampilan yang rapi dan sikap yang ramah membuat tamu merasa diterima sejak awal kedatangan. Kedua, *grooming* meningkatkan kepercayaan tamu terhadap profesionalisme hotel. Staf yang tampil bersih, rapi, dan percaya diri dipersepsikan sebagai representasi dari manajemen hotel yang tertata. Ketiga, *grooming* memperkuat komunikasi layanan. Ekspresi, kontak mata, gestur, dan intonasi suara membantu menciptakan interaksi yang lebih hangat dan tidak kaku.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *grooming* bukan satu-satunya penentu kepuasan tamu. Beberapa catatan tamu berkaitan dengan aspek fasilitas fisik, seperti *water heater*, kebersihan kamar mandi, area koridor, amenities, dan variasi sarapan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu bersifat multidimensional. *Grooming* dapat memperkuat dimensi human interaction, tetapi tidak dapat sepenuhnya menggantikan kualitas fasilitas dan koordinasi operasional antar departemen.

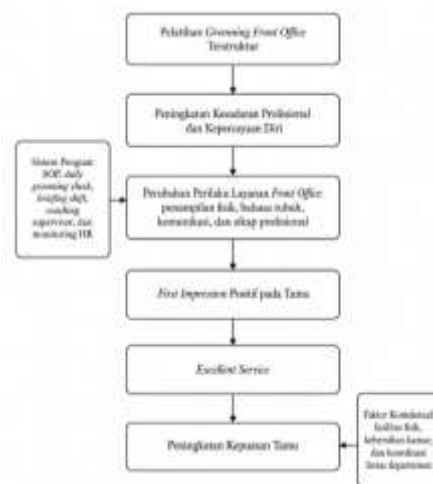
Dengan demikian, pelatihan *grooming* memiliki kontribusi strategis terhadap *excellent service*, terutama pada dimensi layanan manusia. Namun, untuk menciptakan kepuasan tamu secara menyeluruh, hotel perlu mengintegrasikan pengembangan *soft skill Front Office* dengan peningkatan kualitas fasilitas, *housekeeping*, *engineering*, *food and beverage*, serta sistem koordinasi layanan internal.

Tabel 2. Sintesis Temuan Utama Penelitian

Dimensi	Temuan Utama	Makna terhadap <i>Excellent Service</i>
Prinsip pelatihan	Materi, roleplay, coaching, briefing, dan monitoring berupa instruktur.	Pelatihan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi diberikan pada perubahan perilaku.
Persepsi karyawan	Karyawan memandang grooming sebagai profesionalitas, komunikasi non-verbal, dan membentuk <i>first impression</i> .	Grooming menjadi soft skill strategis, bukan sekadar status penampilan.
Perilaku perilaku	Kerapian, sikap, kontak mata, postur, komunikasi, dan sikap profesional meningkat.	Perilaku Front Office lebih mendukung pengalaman layanan yang positif.
Guest feedback	Tamu memberi apresiasi pada keramahan, kerapian, responsibilitas, dan profesionalisme staf.	Grooming merupakan persepsi kualitas layanan dan kepuasan pada dimensi <i>Astute Interaction</i> .
Keterbatasan dampak	Keluhan, kritik dan informasi layanan masih diberikan.	Kepuasan tamu tetap bersifat multidimensional dan perlu didukung seluruh departemen.

Model Konseptual Efektivitas Pelatihan Grooming

Berdasarkan hasil penelitian, efektivitas pelatihan *grooming* tidak berlangsung secara langsung dan mekanis terhadap kepuasan tamu. Dampak pelatihan bergerak melalui tahapan perubahan perilaku karyawan. Pelatihan *grooming* yang terstruktur terlebih dahulu meningkatkan kesadaran profesional dan kepercayaan diri karyawan. Peningkatan tersebut kemudian memengaruhi perilaku layanan *Front Office*, seperti penampilan fisik, bahasa tubuh, komunikasi, dan sikap profesional. Perilaku layanan yang lebih baik membentuk *first impression* positif, mendukung *excellent service*, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap kepuasan tamu.

Gambar 1. Diagram Alir Model Konseptual Efektivitas Pelatihan *Grooming Front Office*

Model tersebut juga menunjukkan adanya sistem penguat berupa SOP, *daily grooming check*, *briefing shift*, *coaching supervisor*, dan monitoring HR. Sistem penguat ini penting untuk menjaga agar perubahan perilaku tidak berhenti setelah pelatihan, tetapi berkembang menjadi budaya kerja. Di sisi lain, kepuasan tamu

tetap dipengaruhi oleh faktor kontekstual, seperti fasilitas fisik, kebersihan kamar, dan koordinasi lintas departemen. Dengan demikian, *grooming* merupakan katalisator penting pada dimensi layanan manusia, tetapi bukan satu-satunya determinan kepuasan tamu secara keseluruhan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelatihan *soft skill Front Office* berbasis *grooming* di Narasena Co-Living Yogyakarta efektif dalam meningkatkan kualitas perilaku pelayanan karyawan. Pelatihan dilaksanakan secara terstruktur melalui materi, demonstrasi, *roleplay*, *coaching*, *briefing*, dan *monitoring*. Cakupan pelatihan tidak hanya berorientasi pada penampilan fisik, tetapi juga pada bahasa tubuh, komunikasi verbal, *voice grooming*, ekspresi wajah, dan sikap profesional.

Pelatihan *grooming* mampu meningkatkan persepsi positif karyawan terhadap pentingnya *grooming* sebagai *soft skill*. Karyawan tidak lagi memahami *grooming* sekadar sebagai kewajiban penampilan, tetapi sebagai bagian dari komunikasi *non verbal*, profesionalisme, dan pembentukan *first impression*. Pelatihan juga meningkatkan rasa percaya diri karyawan dalam berinteraksi dengan tamu.

Perubahan perilaku pelayanan terlihat pada meningkatnya kerapian penampilan, kebersihan diri, keramahan ekspresi, postur tubuh, kontak mata, komunikasi verbal, dan konsistensi sikap profesional. Namun, kemampuan *handling complaint* masih membutuhkan penguatan lanjutan karena memerlukan keterampilan emosional, *problem solving*, dan *service recovery* yang lebih kompleks.

Pelatihan *grooming* berkontribusi terhadap *excellent service* dan kepuasan tamu, terutama pada aspek *first impression*, keramahan, kerapian, profesionalisme, dan kualitas interaksi. Akan tetapi, kepuasan tamu tidak hanya ditentukan oleh *grooming Front Office*. Kualitas fasilitas fisik, kebersihan kamar, keandalan sarana, dan koordinasi antar departemen tetap menjadi faktor penting dalam membentuk *total guest experience*.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat posisi *grooming* sebagai *soft skill* strategis dalam layanan *hospitality*. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar pelatihan *grooming* dijadikan program pengembangan SDM yang berkelanjutan, berbasis praktik, didukung monitoring harian, dan diintegrasikan dengan pelatihan *complaint handling* serta *service recovery*.

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai *grooming* dalam industri perhotelan.

Grooming tidak hanya dapat dikaji sebagai standar penampilan, tetapi sebagai soft skill, aesthetic labor, dan komunikasi non-verbal yang memengaruhi persepsi kualitas layanan.

Secara praktis, manajemen hotel perlu mengembangkan pelatihan *grooming* sebagai bagian dari *service culture*. Pelatihan perlu dilaksanakan secara berkala, tidak hanya saat orientasi karyawan baru. HR dan *supervisor* perlu menggunakan *daily grooming check*, *guest feedback*, dan hasil observasi lapangan sebagai dasar *coaching* dan evaluasi karyawan.

Selain itu, pelatihan *grooming* perlu dikembangkan menjadi *grooming in action*, yaitu pelatihan yang menempatkan *grooming* dalam konteks situasi pelayanan nyata. Simulasi perlu difokuskan pada check-in saat ramai, penanganan tamu komplain, penyambutan tamu VIP, komunikasi dengan tamu asing, dan pengendalian ekspresi saat tekanan kerja tinggi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena dilakukan pada satu objek hotel, sehingga temuan bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik. Data kepuasan tamu juga dianalisis secara kualitatif melalui *guest feedback*, sehingga belum mengukur hubungan kuantitatif antara pelatihan *grooming* dan indeks kepuasan tamu. Penelitian berikutnya disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan melibatkan lebih banyak hotel, mengukur perubahan skor kepuasan tamu sebelum dan sesudah pelatihan, serta menguji hubungan antara *grooming*, *perceived service quality*, *brand image*, dan *guest loyalty*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akasia, N. E., & Sandy, S. R. O. (2023). Peran front desk agent dalam menangani keluhan tamu di Front Office Aston Jember Hotel & Conference Center. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 1(1), 1-7.
- Azizah, N. (2023). Peran department Front Office dalam meningkatkan mutu pelayanan di Vouk Hotel Suites Penang Malaysia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 24, 497-505.
- Chalupa, S., & Chadt, K. (2021). The perception of soft skills and their training at hotel front office in connection to COVID-19 pandemics. *TEM Journal*, 10(2), 517-521. <https://doi.org/10.18421/TEM102-07>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.

- Dewi, N. L. G. A., Sutarma, I. G. P., Utama, I. K., & Ernawati, N. M. (2022). Analysis of service quality of front office staff in increasing guest satisfaction. *International Journal of Global Tourism*, 3(3), 190–203. <https://doi.org/10.58982/injogt.v3i3.256>
- Kanaidi, K. (2021). Pengaruh kompetensi karyawan Front Office terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management*. Pearson.
- Mengqi, S., Ariffin, A. A. M., & Mun Soon, J. L. (2024). The impacts of frontliners' physical attractiveness on customer participation in resort hotels: A conceptual paper contribute to SDGs. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 4(4), e02507. <https://doi.org/10.47172/2965-730x.sdgsreview.v4.n04.pe02507>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Molek-Winiarska, D., & Kawka, T. (2024). Reducing work-related stress through soft-skills training intervention in the mining industry. *Human Factors*, 66(5), 1633-1649. <https://doi.org/10.1177/00187208221108775>
- Putri, M., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2024). Implementasi pelatihan kerja dalam menangani guest complaint pada Front Office. *Journal of Hospitality Management*, 12(1).
- Tsaur, S. H., & Tang, Y. Y. (2013). The burden of esthetic labor on front-line employees. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 19-27. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.001>
- Wijaya, S. D., & Rosanto, S. (2023). Analisis evaluasi pelatihan pada departemen Front Office di Hotel Holiday Inn Jakarta Kemayoran. *Jurnal Fusion*, 3(8).