

The Analysis of Implementation of Foreign Language Improvement in the Front Office Department to Improving Service Quality and Room Sales Volume at the Angkasa Raya Hotel, Sidikalang City, Dairi Regency

Muhammad Zulfan¹

¹Politeknik Pariwisata Medan

Correspondence : Muhammad Zulfan, Politeknik Pariwisata Medan

Email : muhammadzulfan@poltekparmedan.ac.id

ABSTRACT

Language skills, especially in the field of tourism, must have good language skills and mastery. In order to improve services in the hotel industry, foreign language skills are needed in order to serve the wishes of tourists from abroad. Here the management must comply with the use of foreign languages with training data or when recruiting employees as a foreign language becomes an obligation in the acceptance of hotel employees. In this study the authors use quantitative research methods. With the method of observation, questionnaires, documentation, literature study with Spearman correlation analysis and descriptive statistics. The data were obtained through distributing questionnaires to respondents, then the answers were obtained from SPSS 16 with correlation analysis. And from the SPSS output, the coefficient figure was 0.673. The coefficient value in the above result is positive, namely, 0.673 so that the relationship between the two variables is unidirectional (type of unidirectional relationship). Thus it can be interpreted that the use of foreign languages must be increased by training in order to increase the volume of room sales increases.

Keywords: *language ability, service*

Analisis Penerapan Peningkatan Bahasa Asing pada Departemen *Front Office* terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Volume Penjualan Kamar di Hotel Angkasa Raya Kota Sidikalang Kabupaten Dairi

ABSTRAK

Kemampuan berbahasa khususnya dalam bidang pariwisata, harus memiliki kemampuan dan penguasaan bahasa yang baik. Demi meningkatkan pelayanan pada usaha industri perhotelan diperlukan kemampuan berbahasa asing guna dapat melayani keinginan dari wisatawan dari luar negeri. Disini pihak manajemen harus memenuhi penggunaan bahasa asing dengan cara pelatihan atau sewaktu perekrutan karyawan sebagai bahasa asing menjadi kewajiban dalam penerimaan karyawan hotel. Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan metode observasi, kuesioner, dokumentasi, studi pustaka dengan analisis korelasi spearman dan deskriptif statistik. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, selanjutnya jawaban diperoleh dari SPSS 16 dengan analisis korelasi. Dan dari output SPSS, diperoleh angka koefisien sebesar 0,673. Angka koefisien pada hasil diatas bernilai positif yaitu, 0,673 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah (jenis hubungan searah). Dengan demikian dapat diartikan bahwa penggunaan

bahasa asing harus ditingkatkan dengan pelatihan guna tujuan meningkatkan volume penjualan kamar meningkat.

Kata kunci : kemampuan berbahasa, pelayanan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Berkomunikasi memerlukan *skill* (*Communication Skill*) yang harus dilatih dan dikembangkan. Kemampuan berkomunikasi adalah kemampuan utama yang harus dimiliki untuk mampu membina hubungan baik itu dilingkungan sosial, usaha, kantor atau dimana saja. Kemampuan dalam berkomunikasi juga dibutuhkan dalam pengembangan usaha menjalin relasi, marketing, promosi, penjualan, juga dalam pengembangan dan pemberdayaan diri. Tamu akan merasa sangat dihargai dan dihormati apabila setiap karyawan hotel mempunyai komunikasi yang baik. Pada dasarnya, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan agar konsumen berhasrat masuk kedalam hubungan pertukaran. Komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk menjaga keselarasan antara penjual dan pembeli. Hal ini untuk menjaga keharmonisan dan meningkatkan penjualan produk. Pentingnya kemampuan berkomunikasi bagi hotel dengan konsumen, akan berdampak sangat baik dan akan membuat ketertarikan konsumen.

Bahasa merupakan salah satu sarana komunikasi untuk menyampaikan ide, gagasan, pikiran dan perasaan seseorang. Bahasa juga digunakan untuk mengungkapkan kembali berbagai macam informasi yang diterima dari seseorang kepada orang lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian *Front Office*

Pengertian *Front Office* menurut Bagyono (2008:21) *Front Office* berasal dari bahasa Inggris "*Front*" yang artinya depan dan "*Office*" berarti kantor. Jadi *Front Office* adalah kantor depan. Dalam konteks hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan.

Adapun menurut Bagyono (2008:21) *Front Office* memiliki fungsi di antaranya :

- a. Menjual kamar (reservasi, *check-in*, *check out*)
- b. Menangani informasi mengenai produk atau pelayanan informasi umum diluar.
- c. Mengkoordinasi pelayanan tamu
- d. Melaporkan status kamar
- e. Mencatat dan menyelesaikan pembayaran tamu
- f. Menyusun riwayat kunjungan tamu
- g. Menangani telepon, pesan, dan email
- h. Menangani tamu dan barang-barang bawaannya.

Selain mempunyai fungsi penting, front office juga berperan penting terhadap pelayanan, dengan komunikasi yang baik dan meningkatkan volume penjualan di hotel. Peranan itu seperti memberikan informasi yang jelas benar dan cepat terhadap produk ataupun fasilitas. Sebagai wakil manajemen untuk mengatasi atau menyelesaikan masalah yang terjadi di hotel. Dan sebagai sales person yang diharuskan mempunyai jiwa menjual, selain dikarenakan fungsi utama menjual produk hotel, bagian ini adalah bagian yang sering berhubungan langsung dengan tamu.

Komunikasi

Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut *communication*, yang berasal dari kata *communication* atau *communis* yang memiliki arti sama atau sama yang memiliki makna pengertian bersama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita dari dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Carl I. Hovland dalam buku Dedy Mulyana (2005:62) Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seorang (Komunikator) menyampaikan rangsangan untuk merubah perilaku orang lain. Sedangkan Joseph A. DeVito (2011:24) pada bukunya menyatakan bahwa “Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik”.

Pengertian Hotel

Pengertian Hotel Secara Umum Pengertian Hotel menurut Hotel Prpictors Act, 1956 (Sulatiyono, 1999:5) adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membatasi dengan jumlah wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (perjanjian membeli barang yang disertai dengan perundingan perundingan sebelumnya).

METODOLOGI

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur

dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang diterapkan.

Menurut Sugiyono dalam buku Metode Penelitian (2016) penggunaan metode kuantitatif bila ingin diketahui pengaruh perlakuan atau treatment tertentu terhadap yang lain. Untuk kepentingan ini metode eksperimen paling cocok digunakan. Selain itu penelitian kuantitatif dapat digunakan apabila peneliti ingin mendapatkan data yang akurat, berdasarkan fenomena yang empiris dan dapat diukur, serta ingin menguji terhadap adanya keragu-raguan tentang validitas pengetahuan, teori dan produk tertentu.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri sebanyak 15 orang.

Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:85) Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Maka

peneliti mengambil sampel sebanyak 15 orang dibatasi hanya dengan jumlah resepsionis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan Uji Validitas

Uji Validitas ini digunakan untuk uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Uji validitas juga digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, apakah suatu instrumen yang digunakan valid atau tidak. Validitas merupakan suatu instrumen penelitian menunjukkan seberapa jauh keakuratan intrumen yang akan diukur. Isi dari masing-masing pernyataan dalam variabel harus sesuai dengan definisi operasional, kemudian dilakukan uji validitas dengan melihat regresi antar item kuisisioner. Uji validitas dibuat dengan membandingkan nilai r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = N-2 dimana N adalah jumlah responden. Berikut ini adalah rumus degree of freedom :

Gambar Rumus Degree of Freedom

$$\begin{aligned} \text{Df} &= \text{N} - 2 \\ &= 15 - 2 \\ &= 13 \end{aligned}$$

Pada penelitian ini jumlah responden sebanyak 15 orang dengan demikian dapat dihitung $df = 15 - 2 = 13$. Berdasarkan r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 apabila $df = 13$ diperoleh $r_{tabel} = 0,514$.

Sebanyak 6 pernyataan untuk variabel communication skill telah diuji menggunakan SPSS 16.0 didapatkan nilai r_{hitung} untuk masing-masing pernyataan yaitu, pernyataan 1 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.828, pernyataan 2 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.720, pernyataan 3 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.546, pernyataan 4

dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.760, pernyataan 5 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.815, pernyataan 6 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.676. Dengan hasil tersebut dapat dilihat pernyataan yang valid dan tidak valid. Dimana pernyataan valid adalah pernyataan memenuhi syarat yaitu r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yaitu 0.514, sedang pernyataan yang tidak valid adalah kebalikannya dimana r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} . Maka, pernyataan yang akan digunakan sebagai instrumen pernyataan hanya pernyataan yang valid, dalam hal ini pernyataan yang valid berjumlah 6 pernyataan dan yang tidak valid berjumlah 0. Dengan kata lain, semua pernyataan pada variabel kemampuan bahasa asing (X) dapat digunakan sebagai instrumen variabel kemampuan bahasa asing.

Sama seperti variabel kemampuan bahasa asing, terhadap instrumen variabel penjualan kamar juga dilakukan uji validitas dan menghasilkan pernyataan yang valid. Untuk variabel penjualan kamar terdapat 6 pernyataan yang telah diuji validitas dengan menggunakan SPSS 16.0. Berdasarkan uji validitas tersebut didapatkan nilai r_{hitung} untuk masing-masing pernyataan yaitu, pernyataan 1 dengan nilai r_{hitung} 0.664, pernyataan 2 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.799, pernyataan 3 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.890, pernyataan 4 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.789, pernyataan 5 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.622, pernyataan 6 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.517. Dengan hasil tersebut dapat diketahui hasil uji validitas dari instrumen variabel penjualan kamar dengan r_{tabel} yang sama yaitu 0.514. Dengan hasil tersebut dapat dilihat pernyataan yang valid dan tidak valid. Dimana pernyataan valid adalah pernyataan memenuhi syarat yaitu r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yaitu 0.514, sedang pernyataan yang tidak valid adalah kebalikannya dimana r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} . Maka, pernyataan yang akan digunakan sebagai instrumen pernyataan hanya pernyataan yang valid,

dalam hal ini pernyataan yang valid berjumlah 6 pernyataan dan yang tidak valid berjumlah 0. Dengan kata lain, semua pernyataan pada variabel penjualan kamar (Y) dapat digunakan sebagai instrumen variabel penjualan kamar.

Analisis Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sebuah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Reliabilitas dapat diukur dengan melihat seberapa besar nilai *Cronbach's Alpha*, suatu variabel dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60, berikut hasil uji reliabilitas terhadap variabel X dan variabel Y. Setelah dilakukan uji reliabilitas terhadap variabel kemampuan bahasa asing dan variabel volume penjualan kamar, selanjutnya membandingkan nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel dengan $r_{standar}$ untuk menentukan apakah masing-masing variabel reliabel atau tidak. Hasilnya dapat dilihat dalam tabel 7 berikut ini:

Tabel Hasil uji reliabilitas variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r_{tabel}	Keterangan
Bahasa Asing	0,815	0,60	Reliabel
Volume Penjualan Kamar	0,803	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa untuk variabel *communication skill* dan variabel volume penjualan kamar memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 sehingga kedua variabel dinyatakan reliabel. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner terbilang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tinjauan Responden mengenai Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015), statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Tabel Kelas interval

Kelas Interval	Interprestasi
1,00 – 1,80	Sangat Tidak setuju/sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak Setuju/rendah
2,61 – 3,40	Netral/sedang
3,41 – 4,20	Setuju/tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Setuju/sangat tinggi

Sumber : Data diolah, 2021

Tinjauan tentang Variabel Bahasa Asing

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa Hotel telah melakukan penggunaan penerapan bahasa asing tetapi masih jauh dari harapan layaknya penggunaan bahasa asing di hotel yang berada di kota. Dilihat dengan perbandingan tingkat hunian kamar dari tahun 2016-2019. Berkomunikasi memerlukan *skill (Communication Skill)* yang harus dilatih dan dikembangkan. Kemampuan berkomunikasi adalah kemampuan utama yang harus dimiliki untuk mampu membina hubungan baik itu dilingkungan sosial, usaha, kantor atau dihotel.

Adapun tanggapan responden mengenai *communication skill* dengan bahasa asing yang belum sama sekali dilakukan oleh karyawan hotel dirangkul dengan melakukan uji dsitribusi frekuensi menggunakan SPSS 16.0. Uji distribusi frekuensi merupakan suatu uraian dan ringkasan yang dapat dibuat dalam bentuk tabel suatu kelompok data yang menunjukkan data observasi dalam beberapa kelas. Sehingga dapat

membentuk suatu tabel frekuensi yang berisikan kategori-kategori tersebut.

Tabel Hasil output uji statistik deskriptif penggunaan bahasa asing

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Saya menyambut kedatangan tamu dengan menggunakan nama tamu adalah hal yang sangat mengesankan	15	3	5	3.53	.834
Kemampuan berkomunikasi dengan bahasa asing seseorang dimiliki didapat dari pelatihan dan pengalaman	15	3	5	3.33	.617
Saya selalu menciptakan ide-ide yang inovatif dalam pekerjaan	15	3	3	3.00	.000
Saya tidak hanya melakukan satu pekerjaan tetapi saya bisa melakukan pekerjaan lainnya	15	2	3	2.93	.258
Saya mengetahui bagaimana menggunakan informasi dengan taktik yang tepat dan benar	15	2	3	2.87	.352
Menurut saya kejelasan dalam berkomunikasi saya sudah cukup jelas	15	2	3	2.73	.458
Valid N (listwise)	15				

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil uji tabel statistik deskriptif mengenai *communication skill* menunjukkan bahwa :

Saya menyambut kedatangan tamu dengan menggunakan nama tamu adalah hal yang sangat mengesankan, untuk pernyataan ini diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.53 yang berarti karyawan setuju akan menyambut tamu dengan menggunakan nama yang akan menimbulkan kesan terhadap tamu tersebut.

kemampuan berkomunikasi seseorang dimiliki didapat dari pelatihan dan pengalaman, untuk pernyataan ini diperoleh rata-rata 3.33 yang berarti karyawan berpendapat kemampuan berkomunikasi itu sendiri bersifat netral atau sedang. Atau karyawan masih ragu-ragu terhadap kemampuan komunikasi dapat dimiliki dari pelatihan dan pengalaman

Saya selalu menciptakan ide-ide yang inovatif dalam pekerjaan, untuk pernyataan ini diperoleh rata-rata 3.00 yang berarti karyawan masih ragu-ragu dalam menciptakan ide-ide yang inovatif dalam bekerja.

Saya tidak hanya melakukan satu pekerjaan tetapi saya bisa melakukan pekerjaan lainnya, pernyataan ini diperoleh rata-rata 2.93 yang berarti karyawan tidak begitu yakin atau masih ragu-ragu bisa melakukan lebih dari 1 pekerjaan.

Menurut saya kejelasan dalam berkomunikasi saya sudah cukup jelas, pernyataan ini diperoleh rata-rata 2.73 yang berarti karyawan ragu-ragu akan kejelasan dalam berkomunikasi yang dilakukan.

Tinjauan tentang Variabel Penjualan Kamar

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan, hotel Angkasa Raya selalu memperhatikan dan mengupayakan penjualan kamar yang ada. Adapun tanggapan responden sebagai berikut :

- a. Penilaian responden terhadap pernyataan “Memberi pelayanan yang baik adalah cara meningkatkan penjualan kamar”. Setelah melakukan uji distribusi frekuensi dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa dari nilai total responden yang berjumlah 15 orang, responden memilih setuju sejumlah 1 orang dengan frekuensi 6.7% dan

- sangat setuju berjumlah 14 orang dengan frekuensi 93.3% untuk memberi pelayanan guna meningkatkan volume penjualan.
- b. Penilaian responden terhadap pernyataan “Penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pelayanan yang berkualitas”. Setelah melakukan uji distribusi frekuensi dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa dari nilai total responden yang berjumlah 15 orang, responden memilih netral sejumlah 1 orang dengan frekuensi 6.7% dan setuju berjumlah 6 orang 40.0% dan sangat setuju 8 orang dengan frekuensi 53,3%.
- c. Penilaian responden terhadap pernyataan “Saya selalu mengandalkan Kemampuan Berkomunikasi dalam meningkatkan penjualan kamar”. Setelah melakukan uji distribusi frekuensi dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa dari nilai total responden yang berjumlah 15 orang, memilih tidak setuju berjumlah 1 orang dengan frekuensi 6.7%, responden memilih netral sejumlah 5 orang dengan frekuensi 41,7%, setuju berjumlah 7 orang dengan frekuensi 46.7% dan memilih sangat setuju berjumlah 7 orang dengan frekuensi 46.7% . dapat disimpulkan bahwa karyawan mengandalkan kemampuan berkomunikasinya untuk penjualan kamar.
- d. Penilaian responden terhadap pernyataan “Standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi tamu yang menginap”. Setelah melakukan uji distribusi frekuensi dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa dari nilai total responden yang berjumlah 15 orang, memilih netral berjumlah 2 orang dengan frekuensi 13,3%, responden memilih setuju sejumlah 8 orang dengan frekuensi 53.3%, memilih sangat setuju berjumlah 5 orang dengan frekuensi 33,3%, Dari penjelasan diatas diketahui bahwa beberapa karyawan setuju dengan pernyataan standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga mengesankan bagi tamu yang menginap.
- e. Penilaian responden terhadap pernyataan”Promosi sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjualan kamar dari sebuah hotel nilai total responden yang berjumlah 15 orang, memilih netral berjumlah 2 orang dengan frekuensi 13.3%, responden memilih setuju sejumlah 8 orang dengan frekuensi 53.3%, sangat setuju berjumlah 5 orang dengan frekuensi 33.3% untuk pernyataanMelihat dari nilai presentasi diatas dapat dikatakan bahwa promosi sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjualan kamar karyawan setuju dengan pernyataan tersebut.
- f. Penilaian responden terhadap pernyataan ”Mempromosikan fasilitas atau produk adalah hal yang selalu saya lakukan saat tamu *check-in* dan tamu *check out*”. Nilai total responden yang berjumlah 15 orang, memilih netral berjumlah 3 orang dengan frekuensi 20.0%, responden memilih setuju sejumlah 8 orang dengan frekuensi 53.3%, sangat setuju berjumlah 4 orang dengan frekuensi 26,7%,.Dapat disimpulkan dari pernyataan tersebut bahwa karyawan setuju dengan pernyataan mempromosikan fasilitas atau produk adalah hal yang selalu saya lakukan tamu *check-in* dan *check-out*.

Tabel Hasil output uji statistik deskriptif penjualan kamar

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi hotel yang strategis sangat memberikan keuntungan bagi hotel	15	4	5	4.93	.258
Penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pelayanan yang berkualitas	15	3	5	4.47	.640
Pelayanan yang baik adalah hal yang menjadi indikator dalam meningkatkan penjualan kamar	15	2	5	4.33	.816
Standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi tamu yang menginap.	15	3	5	4.20	.676
Promosi sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjualan kamar dari sebuah hotel	15	3	5	4.20	.676
Mempromosikan fasilitas atau produk adalah hal yang selalu saya lakukan saat tamu <i>check-in</i> dan tamu <i>check out</i>	15	3	5	4.07	.704
Valid N (listwise)	15				

Sumber : Data diolah, 2021

Seperti variabel bahasa asing penulis juga melakukan uji statistik deskriptif pada variabel penjualan kamar yang telah diuji validitasnya sebelumnya. Variabel ini memiliki 6 butir pernyataan dan yang valid 6 butir pernyataan dan akan diuji statistik deskriptif. Dari hasil tabel uji statistik deskriptif mengenai penjualan kamar di atas menunjukkan bahwa :

Dari hasil uji statistik deskriptif di atas dapat dikatakan bahwa responden sebanyak 15 orang (N = 15), untuk melakukan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan di atas maka dapat dilihat dari tabel interval yang telah dipaparkan sebelumnya. Pada pernyataan pertama, memberi pelayanan terbaik adalah cara meningkatkan penjualan kamar. Pernyataan ini memiliki nilai 4, 93 jika dalam tabel interval pernyataan ini dikatakan sangat setuju dengan demikian pelayanan adalah salah satu faktor meningkatkan penjualan kamar.

Pada pernyataan kedua, yaitu Penetapan harga kamar harus diimbangi dengan pelayanan yang berkualitas. Pernyataan tersebut bernilai 4,47 maka menurut karyawan penetapan harga kamar

harus diimbangi dengan kualitas pelayanan.

Untuk pernyataan ketiga, Saya selalu mengandalkan Kemampuan Berkomunikasi dalam meningkatkan penjualan kamar. Nilai rata-rata dari pernyataan ini sejumlah 4,33 pernyataan ini mempunyai nilai sangat setuju. Karena Kemampuan Berkomunikasi adalah salah satu faktor tamu kembali menginap di hotel.

Dalam pernyataan keempat, standar pelayanan harus bersifat unik dan khas sehingga dapat memberikan sentuhan yang mengesankan bagi tamu yang menginap memiliki nilai rata-rata 4,20 dalam tabel interval nilai tersebut dikategorikan setuju. Maka pernyataan tersebut bahwa standar yang unik dan khas dapat memberikan kesan bagi tamu yang menginap.

Untuk pernyataan kelima, yaitu Promosi sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjualan kamar dari sebuah hotel. Pernyataan tersebut memiliki nilai rata-rata 4,20 dapat dikatakan pernyataan tersebut dikategorikan setuju. maka pernyataan tersebut untuk keberhasilan peningkatan penjualan kamar diperlukan adanya promosi

Pernyataan keenam, Mempromosikan fasilitas atau produk adalah hal yang selalu saya lakukan saat tamu *check-in* dan tamu *check out*. Pernyataan tersebut memiliki nilai rata-rata 4,07. Dalam tabel interval nilai tersebut dikatakan setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan penjualan kamar karyawan selalu melakukan promosi saat kedatangan tamu dan keberangkatan tamu.

Seperti yang tercantum pada bab sebelumnya telah dipaparkan secara teoritis beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan kamar adalah lokasi pelayanan harga dan promosi.

Dalam uji statistik deskriptif dapat dikatakan penjualan kamarsudah diperhatikan dan dijalankan dengan baik.

6. Correlation Spearman

Pada penelitian ini penulis membahas tentang seberapa erat hubungan penggunaan bahasa asing pada front office department untuk meningkatkan volume penjualan kamar. Maka untuk dapat mengetahui seberapa erat hubungan tersebut dari bahasa asing atau variabel X terhadap volume penjualan kamar atau Y penulis menggunakan *Correlation Spearman*. Berikut adalah hasil dari uji *Correlation Spearman*:

Tabel Correlations

			Communication Skill	Volume Penjualan Kamar
Spearman's rho	Bahasa Asing	Correlation Coefficient	1.000	.673**
		Sig. (2-tailed)	.	.002
		N	15	15
	Volume Penjualan Kamar	Correlation Coefficient	.673**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.002	.
		N	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan output diatas, diketahui nilai signifikan arau Sig. (2-tailed) sebesar 0,002, karena nilai Sig. (2-tailed) 0,0002 < lebih kecil dari 0,05, maka artinya ada hubungan yang signifikan (berarti) antara variabel bahasa asing dengan volume penjualan kamar.

Dan dari output SPSS, diperoleh angka koefisien sebesar 0,673. Artinya, tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara kedua variabel sebesar 0,673 atau sangat kuat. Angka koefisien pada hasil diatas bernilai positif yaitu, 0,673 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah (jenis hubungan searah). Dengan demikian dapat diartikan bahwa communication skill ditingkatkan maka volume penjualan kamar meningkat.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dengan ini dapat ditarik kesimpulanya sebagai berikut :

1. Penggunaan bahasa asing sudah terlaksana namun belum optimal dan masih jauh butuh pelatihan yang bertahap dan perlu perhatian khusus, seperti yang dilihat dalam hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada karyawan *front office department* menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor kurangnya kemampuan berkomunikasi dengan bahasa asing yang karyawan miliki.

2. Adanya wacana dari pihak hotel bahwa akan ada pengusaha dari luar negeri yang tertarik ingin membangun industri hotel di Kabupaten Dairi dikarenakan potensi dan objek wisata yang dimiliki yaitu negara China. Dengan begitu usaha akomodasi di Kabupaten Dairi sudah mulai melakukan persiapan penguasaan bahasa asing yaitu Inggris dan Mandarin.
3. Angka koefisien pada penelitian ini bersifat positif yaitu, 0,673 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah (jenis hubungan searah). Dengan demikian dapat diartikan bahwa communication skill ditingkatkan maka volume penjualan kamar meningkat.

Saran

1. Disarankan agar pihak manajemen hotel Angkasa Raya agar memberi pelatihan terhadap karyawan mengenai penggunaan bahasa asing.
2. Kepada karyawan harus menyadari pentingnya penggunaan bahasa asing khususnya bahasa Inggris guna untuk meningkatkan volume penjualan kamar.
3. Hubungan penggunaan bahasa asing untuk meningkatkan volume penjualan kamar di hotel Angkasa Raya berpengaruh positif. Jadi diharapkan bagi pihak manajemen khususnya *front office department* dapat memberi pelatihan mengenai penggunaan bahasa asing guna untuk perkembangan karir, promosi dan untuk meningkatkan volume penjualan kamar.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarwati, Maria. (2017). *UPGRADE YOUR SOFT SKILL (Melejitkan Kesuksesan dalam Karier, Bisnis dan Kehidupan Sehari-Hari)*. Yogyakarta: Psikologi Corner.

Ekotama, Suryono;. (2018). *I WANT YOU 8 Interpersonal Skill Karyawan yang Dibutuhkan Big Boss*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

Elfidri, dkk;. (2011). *Soft Skill Untuk Pendidik*. Jakarta: Baduose Media.

Nuryana , Ida;. (2014). Pengaruh Softskill dan Hardskill Terhadap Kinerja Siswa Prakerin SMK Modern Al-Rifa'ie. *ejournal.unikama.ac.id*, 7-8.

S.Putra, Ichsan & Ariyanti Pratiwi;. (2005). *Sukses Dengan Softskill*. Bandung: Direktorat Pendidikan ITB.

Sailah, Illah;. (2007). *Pengembangan Soft Skill di Perguruan Tinggi*. UNS.

Sangadji, Effa Mamang & Sopiha;. (2016). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sugiyono;. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono;. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna;. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy & Chandra Gregorius;. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wahyuni;. (2016). Pengaruh Hard Skill dan Soft Skill Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan. *repositori.uin.alauddin.ac.id*.

Yusnaena, Syahrul Effendy & Syahril;
(2016). Pengaruh Kemampuan
Softskill Karyawan Terhadap
Kepuasan Mahasiswa Dibidang
Pelayanan Ditinjau Dari Sisi
Gender Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Dharma Andalas
Padang. *joernal.umsb.ac.id*, 53-54.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Medan atas bantuan dan dukungannya sehingga publikasi hasil penelitian ini dapat diterbitkan.