

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Salah satu industri besar di Indonesia yang saat ini sedang berkembang pesat adalah industri pariwisata, dan industri perhotelan merupakan bagian di dalamnya. Seperti yang disampaikan oleh Hamzah (2013:4), “perkembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat dari peningkatan angka kunjungan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Pariwisata menduduki peringkat ke-5 dalam menyumbang devisa bagi negara pada tahun 2010. Devisa yang didapat dari sektor pariwisata terbilang tinggi yaitu sebesar US\$ 8,5 miliar di tahun 2011, meningkat dari US\$ 7,6 miliar di tahun 2010. Peran pariwisata bagi ekonomi nasional juga terlihat dari dampak kepariwisataan terhadap PDB nasional di tahun 2010 yang mencapai Rp. 261,1 triliun, atau 4,1% dari PDB nasional”. Adapun menurut *World Economic Forum* (dalam Hamzah, 2013:4), “peringkat daya saing pariwisata Indonesia yang berada pada peringkat ke 74 di tahun 2011, naik 7 peringkat dari tahun 2009 yang berada di peringkat 81 dunia”. Dari pernyataan tersebut, kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) di industri pariwisata otomatis akan mengalami peningkatan.

SDM sebagai makhluk hidup memerlukan interaksi dalam bentuk komunikasi dan semua kegiatan dalam sebuah organisasi sangat bergantung pada komunikasi, tidak lepas juga organisasi dalam sebuah hotel. Menurut Rajhans (dalam Kurniawan & Faustine, 2014:147) menyatakan bahwa, “komunikasi dipahami sebagai salah satu kegiatan yang paling dominan dan penting dalam organisasi, karena pada dasarnya hubungan tumbuh dari komunikasi sehingga fungsi dan kelangsungan hidup organisasi didasarkan pada hubungan efektif antar individu dan kelompok”. Komunikasi merupakan salah satu sarana yang penting dalam menjalankan kegiatan di suatu hotel dan membantu masing-masing individu dalam menjalankan tugasnya. Setiap orang yang berperan di dalamnya memerlukan komunikasi, mulai dari manajer hotel hingga para tenaga pelaksana.

Pada umumnya, komunikasi merupakan cara yang digunakan manusia dalam berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Nurrohimi & Anatan (dalam Kurniawan & Faustine, 2014:147), “komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh mana kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu kepada orang yang menyampaikan pesan tersebut kepadanya”. Komunikasi dalam sebuah perusahaan merupakan sarana penghubung antar pegawai untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dan *briefing* merupakan bagian di dalamnya. Umumnya, pada sesi *briefing* semua pegawai berkumpul di satu titik temu dengan metode tatap muka untuk menerima informasi penting dan terbaru sebelum menjalankan tugas harian mereka untuk hari itu.

Dengan penjelasan yang telah penulis terangkan di atas, menyimpulkan bahwa topik ini sangat menarik untuk dibahas dikarenakan penulis menemukan beberapa masalah yang bersangkutan dengan hal komunikasi di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park* saat melakukan kegiatan magang. Jika komunikasi tidak berjalan dengan lancar di dalam suatu kelompok kerja, hal tersebut akan berdampak besar bagi operasional di tempat kerja tersebut.

Dalam pembahasan ini, penulis akan memfokuskan pada pembahasan komunikasi dalam bentuk *briefing*, dikarenakan adanya masalah di restoran *Collage* yang penulis rasakan pada saat melakukan kegiatan magang di *Pullman Jakarta Central Park*, yakni minimnya jadwal *briefing* yang seharusnya dijadikan sebagai acuan bagi para pegawai di restoran sebelum memulai pekerjaan. Selain itu *briefing* dapat dijadikan sebagai acuan bagi seluruh pegawai di restoran untuk mengetahui perkembangan terbaru dan juga hal-hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan baik dari restoran itu sendiri, departemennya dan dari hotel keseluruhan.

Sesi *briefing* yang dijalankan di restoran *Collage* tidak terlaksanakan secara teratur dan tidak dilaksanakan setiap harinya, seperti tidak adanya sesi *morning briefing*, dan tidak ada sesi *briefing* di hari Sabtu dan Minggu. Waktu *briefing* yang ditentukan pun dapat dikatakan sudah melewati jam kerja pegawai di *shift* pagi, karena biasanya *briefing* dimulai pada pukul 15.15 dan berjalan selama 30 hingga

60 menit. Sedangkan jadwal masuk *shift* pagi yaitu pukul 06.00 pagi, apabila disesuaikan dengan ketentuan 8 jam kerja dan 1 jam istirahat, maka jam pulang kerja *shift* pagi yaitu pukul 15.00. Apabila kewajiban pekerjaan *shift* pagi telah diselesaikan sebelum pukul 15.00, maka para pegawai *shift* pagi harus menunggu sesi *briefing* untuk dimulai dan waktu pulang mereka akan tertunda minimal 1 jam, yang menurut penulis sangat tidak efisien.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis melakukan penelitian berjudul “ANALISIS EFEKTIVITAS *BRIEFING* DALAM OPERASIONAL RESTORAN *COLLAGE*, HOTEL *PULLMAN* JAKARTA *CENTRAL PARK*”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pernyataan latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Briefing* belum menjadi suatu hal yang penting dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*.
2. Belum terlaksananya *briefing* secara teratur dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah untuk penelitian ini, yaitu:

1. Seberapa besar peran penerapan *briefing* dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*?
2. Bagaimana penerapan jadwal *briefing* yang baik dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis peran penerapan *briefing* dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*.
2. Menganalisis penerapan jadwal *briefing* yang baik dalam operasional di restoran *Collage*, hotel *Pullman Jakarta Central Park*.