
Evaluasi Penerapan Visi Misi Pelayanan Villa Terhadap Kinerja Karyawan Berdasarkan Ulasan Tamu

R. Apria Susiana¹

*¹Magister Manajemen, Universitas Surabaya

e-mail: 1apriasusi@gmail.com

*Corresponding author: apriasusi@gmail.com

Informasi Artikel:

Terima: 15-05-2025

Revisi: 20-06-2025

Disetujui: 29-06-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana visi dan misi organisasi villa diimplementasikan dalam pelayanan karyawan, berdasarkan persepsi tamu yang tercermin dalam ulasan digital. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis isi, penelitian ini menganalisis dokumen visi-misi dan sepuluh ulasan tamu dari berbagai platform daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai inti organisasi seperti keramahan, profesionalisme, estetika, dan empati berhasil diinternalisasi dalam perilaku karyawan dan secara konsisten diakui oleh tamu. Ulasan tamu tidak hanya menilai pelayanan secara teknis, tetapi juga merefleksikan adanya keterikatan emosional akibat pelayanan yang personal dan berorientasi nilai. Temuan ini menegaskan bahwa visi dan misi yang terimplementasi secara efektif dapat menjadi fondasi utama dalam membangun kualitas layanan dan keunggulan kompetitif di sektor perhotelan. Ulasan tamu terbukti sebagai indikator valid dalam menilai efektivitas strategi nilai organisasi.

Kata Kunci: Visi dan misi, ulasan tamu, kinerja pelayanan

ABSTRACT

This study aims to evaluate the extent to which a villa's organizational vision and mission are implemented in employee service, based on guest perceptions reflected in online reviews. Using a descriptive qualitative approach and content analysis method, the research analyzes vision-mission documents and ten guest reviews from various digital platforms. The findings reveal that core organizational values such as hospitality, professionalism, aesthetics, and empathy have been effectively internalized by employees and are consistently acknowledged by guests. The reviews not only assess technical aspects of service but also reflect emotional engagement resulting from personalized and value-driven service. These results highlight that a well-implemented vision and mission can serve as a foundational element in building service quality and competitive advantage in the hospitality sector. Guest reviews are proven to be a valid external indicator for evaluating the effectiveness of organizational value strategies.

Keywords: vision and mission, guest reviews, service performance

PENDAHULUAN

Industri pariwisata yang kompetitif menuntut perusahaan, khususnya penginapan seperti villa, untuk tidak hanya mengandalkan fasilitas fisik, tetapi juga keunggulan nilai-nilai organisasi yang terinternalisasi dalam layanan. Visi dan misi merupakan komponen fundamental dalam perencanaan strategis organisasi, termasuk di sektor pariwisata seperti usaha penginapan berbasis villa. Visi menggambarkan arah jangka panjang perusahaan, sedangkan misi

menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai tujuan tersebut. Keduanya berperan penting dalam membentuk nilai, budaya kerja, dan arah operasional, khususnya dalam sektor jasa yang mengandalkan kualitas pelayanan sebagai indikator utama keberhasilan. Dalam konteks industri villa yang sangat bergantung pada kepuasan tamu, keberhasilan internalisasi visi dan misi pada seluruh lapisan karyawan diyakini dapat berdampak langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Namun demikian, penerapan visi dan misi sering kali hanya terbatas pada aspek formalitas dokumen organisasi tanpa diiringi internalisasi yang efektif kepada karyawan operasional. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana visi dan misi benar-benar dipahami dan diimplementasikan dalam aktivitas kerja sehari-hari, serta bagaimana penerapan tersebut tercermin dalam persepsi tamu terhadap pelayanan villa, yang biasanya tercermin melalui ulasan atau review digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana penerapan visi dan misi dalam pelayanan villa berkontribusi terhadap kinerja karyawan, khususnya dari perspektif tamu sebagai pengguna layanan. Penelitian ini bersifat penting dan mendesak karena di tengah persaingan ketat industri perhotelan, pelayanan yang konsisten dengan nilai-nilai perusahaan menjadi keunggulan kompetitif yang tidak dapat diabaikan. Melalui studi ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan antara strategi nilai internal organisasi dengan penilaian eksternal dari pihak tamu yang secara langsung mempengaruhi reputasi dan kelangsungan bisnis. Manfaat dari penelitian ini tidak hanya terletak pada kontribusi teoritis terhadap kajian manajemen strategis dan perilaku organisasi, tetapi juga pada aspek praktis, yakni sebagai bahan evaluasi dan perbaikan strategi pengelolaan sumber daya manusia di lingkungan villa. Temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi manajemen dalam merancang sistem penguatan nilai-nilai perusahaan yang lebih terintegrasi ke dalam proses kerja, serta memperbaiki indikator evaluasi kinerja karyawan dengan mempertimbangkan umpan balik dari tamu.

Kajian mengenai peran visi dan misi dalam organisasi telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu dengan berbagai fokus dan pendekatan. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar dan Rukanto (2017) menunjukkan bahwa penerapan visi organisasi berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan budaya organisasi yang sehat. Dalam kajian tersebut, visi dipandang sebagai elemen fundamental dalam membentuk nilai-nilai kerja, norma, serta perilaku kolektif yang mendukung terciptanya iklim kerja yang positif. Namun, penelitian ini masih terbatas pada aspek internal organisasi, tanpa menelusuri dampaknya secara langsung terhadap output pelayanan atau persepsi pihak eksternal seperti pelanggan atau tamu. Selanjutnya, Harindra et al. (2024) menegaskan bahwa pemahaman dan penerapan visi serta misi perusahaan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian ini menitikberatkan pada hubungan antara aspek strategis organisasi dengan motivasi dan produktivitas sumber daya manusia. Namun demikian, instrumen pengukuran kinerja yang digunakan dalam penelitian tersebut masih berbasis pada evaluasi internal perusahaan, belum mengintegrasikan perspektif pengguna layanan sebagai indikator validasi eksternal terhadap efektivitas pelaksanaan visi dan misi.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Suryadi (2012) mengemukakan bahwa keberhasilan penerapan visi dan misi organisasi dapat diukur melalui indikator kuantitatif, seperti peningkatan

kinerja karyawan, penurunan tingkat perputaran tenaga kerja (turnover), pencapaian laba, serta pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Studi ini memberikan kontribusi dalam menilai implementasi visi dan misi dari sisi performa organisasi secara agregat. Namun, pendekatannya masih bersifat makro dan belum menyentuh pada aspek pelayanan langsung serta respons pelanggan sebagai tolok ukur utama keberhasilan organisasi jasa, khususnya dalam sektor perhotelan atau villa. Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun telah banyak studi yang mengkaji peran strategis visi dan misi terhadap berbagai aspek organisasi, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait bagaimana visi dan misi tersebut terefleksi dalam kinerja karyawan yang diukur dari perspektif pelanggan atau tamu secara langsung. Dalam konteks industri perhotelan berbasis villa, ulasan atau review tamu merupakan representasi nyata dari pengalaman pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sayangnya, pendekatan evaluatif berbasis ulasan tamu ini belum banyak dijadikan acuan dalam menilai efektivitas penerapan visi dan misi oleh karyawan di lini operasional.

Meskipun berbagai studi telah mengkaji pentingnya visi dan misi dalam konteks internal organisasi, masih sangat terbatas penelitian yang menghubungkannya secara langsung dengan pengalaman pelanggan melalui ulasan tamu. Hal ini menjadi celah kajian yang ingin dijawab oleh penelitian ini. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada evaluasi internal yang belum menyertakan validasi eksternal berupa persepsi pelanggan. Padahal, dalam industri jasa, pengalaman tamu adalah tolok ukur akhir dari efektivitas strategi organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan menyajikan pendekatan baru, yakni mengevaluasi sejauh mana penerapan visi dan misi dalam pelayanan villa tercermin melalui kinerja karyawan yang dinilai berdasarkan ulasan tamu. Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada integrasi antara aspek strategis organisasi dengan perspektif eksternal pelanggan, yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur terdahulu, khususnya dalam studi yang berfokus pada sektor penginapan seperti villa.

LANDASAN TEORI

Visi dan Misi Organisasi

Visi dan misi merupakan dua komponen strategis yang menjadi dasar arah dan tujuan jangka panjang organisasi (Mulyono & Endaryono, 2018). Visi adalah gambaran ideal tentang masa depan organisasi yang ingin dicapai (Herman, 2024). Visi berfungsi sebagai panduan bagi seluruh elemen organisasi dalam menentukan arah tindakan dan kebijakan (Nada, 2024). Sementara itu, misi menjelaskan alasan keberadaan organisasi, siapa yang dilayani, dan bagaimana organisasi akan mencapai visinya. Dalam konteks operasional, visi dan misi bukan hanya sekadar pernyataan formal, tetapi harus diinternalisasi ke dalam budaya kerja dan aktivitas sehari-hari seluruh anggota organisasi. Efektivitas penerapan visi dan misi tercermin apabila nilai-nilai yang terkandung di dalamnya menjadi pedoman dalam sikap dan perilaku karyawan, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dengan demikian, keberhasilan internalisasi visi dan misi dapat diukur melalui konsistensi antara tindakan karyawan dan nilai-nilai strategis organisasi.

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan merujuk pada tingkat pencapaian hasil kerja individu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh organisasi (Sukmawati et al., 2024). Kinerja bukan hanya berkaitan dengan output kuantitatif, tetapi juga menyangkut kualitas layanan, efisiensi, serta sikap kerja yang ditampilkan. Dalam industri jasa, khususnya perhotelan dan villa, kinerja karyawan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan tamu, citra perusahaan, dan keberlangsungan bisnis. Beberapa indikator kinerja karyawan dalam sektor pelayanan meliputi kecepatan pelayanan, keramahan, keakuratan, ketepatan waktu, serta kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan (Bangun, 2023). Kinerja yang baik umumnya selaras dengan nilai-nilai perusahaan yang tercermin dalam visi dan misi. Oleh karena itu, keselarasan antara visi-misi dan kinerja menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas strategi organisasi.

Pelayanan dalam Industri Villa

Pelayanan dalam industri villa memiliki karakteristik yang sangat personal dan berorientasi pada kepuasan tamu. Layanan yang diberikan tidak hanya bersifat fungsional tetapi juga emosional, yaitu menciptakan pengalaman menginap yang menyenangkan, nyaman, dan sesuai ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, karyawan sebagai ujung tombak pelayanan harus memiliki pemahaman yang kuat terhadap nilai-nilai perusahaan agar mampu menyampaikan pelayanan yang mencerminkan identitas dan keunikan organisasi. Pelayanan yang berkualitas tinggi mencerminkan tingkat profesionalisme dan loyalitas karyawan terhadap visi dan misi perusahaan (Amin, 2020). Dalam hal ini, penting untuk mengevaluasi sejauh mana pelayanan yang diberikan sesuai dengan semangat dan arah strategis yang dirumuskan dalam visi dan misi villa.

Ulasan Tamu sebagai Indikator Kinerja

Dalam era digital, ulasan tamu (guest review) telah menjadi salah satu indikator paling relevan dan objektif dalam menilai kualitas pelayanan dan kinerja karyawan, terutama di industri perhotelan (Dwipayana et al, 2023). Ulasan tamu merupakan bentuk umpan balik langsung dari pelanggan yang mencerminkan pengalaman nyata selama menginap, mencakup aspek pelayanan, kebersihan, kenyamanan, hingga sikap karyawan (Affriliant & Tuti, 2024). Berbeda dengan penilaian internal yang bersifat subjektif dan terbatas, ulasan tamu bersumber dari pengalaman aktual dan tidak terafiliasi langsung dengan sistem organisasi, sehingga dinilai lebih valid sebagai representasi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ulasan tamu dapat dijadikan sebagai alat evaluasi eksternal terhadap sejauh mana karyawan telah menjalankan tugasnya sesuai dengan nilai-nilai visi dan misi organisasi (Manurung et al, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (*content analysis*) (Ramadhani, 2024). Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk menggambarkan dan menafsirkan keterkaitan antara nilai-nilai yang terkandung dalam visi dan misi organisasi dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Fokus utama dari penelitian ini bukan pada pengukuran statistik, melainkan pada penggalian makna, penafsiran nilai, serta pencocokan antara tujuan strategis organisasi dan realitas

pelayanan yang dirasakan oleh tamu. Objek dalam penelitian ini meliputi dua unsur penting, yakni dokumen visi dan misi villa serta sepuluh ulasan tamu yang diperoleh dari platform digital seperti Google Review, Airbnb, Booking.com, atau TripAdvisor. Pernyataan visi dan misi dianalisis untuk mengidentifikasi nilai inti, tujuan pelayanan, serta prinsip strategis yang ingin diwujudkan oleh organisasi. Sementara itu, ulasan tamu dipilih secara purposif, yakni ulasan yang secara eksplisit memuat komentar terhadap pelayanan, sikap karyawan, kenyamanan interaksi, maupun kepuasan tamu terhadap pelayanan yang diterima selama menginap.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi kepustakaan. Dokumen visi dan misi diperoleh dari sumber resmi milik villa, seperti situs web atau profil perusahaan. Sedangkan data ulasan tamu dikumpulkan dengan menyaring sepuluh ulasan yang relevan dan representatif, yaitu ulasan yang memuat deskripsi naratif mengenai pengalaman pelayanan. Sepuluh ulasan tamu dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan kedalaman narasi serta keterkaitan eksplisit dengan aspek pelayanan. Jumlah tersebut dipandang cukup representatif dalam konteks penelitian kualitatif yang menekankan makna, bukan kuantitas. Ulasan yang dipilih adalah ulasan dengan rentang waktu satu tahun terakhir untuk menjaga relevansi dan konteks operasional villa pada saat penelitian dilakukan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis isi tematik. Pertama, peneliti mengidentifikasi kata kunci, nilai, dan prinsip yang terdapat dalam pernyataan visi dan misi. Kemudian, peneliti melakukan koding terhadap isi ulasan tamu, yaitu dengan menandai bagian-bagian yang mencerminkan aspek pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, profesionalisme, dan sikap karyawan. Setelah itu, dilakukan pemetaan keterkaitan antara nilai-nilai yang tercantum dalam visi dan misi dengan tema-tema yang muncul dari ulasan tamu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana nilai strategis perusahaan telah diinternalisasi dan terefleksi dalam kinerja pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan isi visi dan misi dengan berbagai sumber ulasan dari platform berbeda. Selain itu, peneliti juga melakukan konfirmasi terbatas kepada pihak internal (seperti staf atau manajemen villa) terkait makna operasional visi dan misi dalam konteks pelayanan sehari-hari. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran utuh dan mendalam mengenai implementasi nilai strategis organisasi dalam praktik pelayanan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Refleksi Visi dan Misi dalam Dimensi Pelayanan

Keramahan dan Personal Touch sebagai Wujud Nilai "Kehangatan Bali" dan "Layanan Personal"

Salah satu pola yang paling konsisten dalam ulasan tamu adalah pujian terhadap staf, seperti Bli Putu dan Pak Supri, yang disebutkan secara eksplisit karena sikap mereka yang "baik," "sangat membantu," dan "ramah." Hal ini merefleksikan keberhasilan internalisasi visi dan misi dalam menciptakan pelayanan yang personal dan penuh perhatian. Filosofi "Menyama Braya" yang diterapkan dalam pelatihan staf menjadi pondasi utama dari pendekatan layanan yang memanusiakan tamu bukan sebagai pelanggan semata, melainkan sebagai bagian dari

“keluarga.” Sebagai contoh, seorang tamu menuliskan bahwa mereka merasa benar-benar diterima dan diperhatikan sejak awal kedatangan, bahkan hingga urusan kecil seperti pemesanan spa dan pengantaran sarapan. Hal ini menunjukkan bahwa staf Villa Shibumi tidak sekadar memenuhi permintaan, tetapi mengantisipasi kebutuhan tamu, suatu hal yang menjadi prinsip eksplisit dalam standar layanan villa.

Desain, Ketertiban, dan Ketenangan sebagai Manifestasi “Minimalisme Jepang dan Estetika Natural”

Dalam banyak ulasan disebutkan bahwa suasana villa menciptakan rasa damai, nyaman, dan tenang. Penggunaan kata-kata seperti “zen,” “ritual spa,” “harmonis,” hingga “mundur dari dunia” menunjukkan bahwa pengalaman ruang di Shibumi bukanlah hal yang acak, melainkan merupakan hasil dari desain yang sesuai dengan nilai-nilai dalam visi, yaitu menyatukan minimalisme Jepang, warisan Peranakan, dan kehangatan Bali. Penekanan pada estetika dan kebersihan juga tampak dari komentar tamu mengenai detail seperti seprai harum, desain gelap elegan, serta kebersihan yang sangat dijaga. Ini konsisten dengan program C.A.R.E. (“Clean And Repair Everything”) yang diwajibkan bagi seluruh staf villa sebagai bentuk partisipasi kolektif dalam menjaga kualitas pelayanan.

Kecepatan, fleksibilitas, dan profesionalisme layanan mencerminkan integrasi prinsip ketulusan, keandalan, serta struktur operasional yang mendukung respons cepat.

Standar layanan internal Shibumi menetapkan bahwa staf harus mengangkat telepon dalam tiga dering, selalu menghentikan aktivitas saat tamu mendekat, dan menyesuaikan sikap dengan karakter tamu. Dalam ulasan, banyak tamu menyebut bahwa mereka “dibantu dengan cepat,” “dilayani dengan sepenuh hati,” dan “staf selalu siap membantu.” Contoh konkret bisa dilihat pada ulasan tentang staf yang tidak hanya membersihkan kamar sesuai jadwal, tetapi menawarkan pembersihan ekstra, atau memfasilitasi kebutuhan spesifik seperti bunga mandi, peminjaman speaker, hingga kebutuhan obat-obatan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip operasional yang tertuang dalam dokumen internal yakni menghapus batasan tugas individu dan menanamkan tanggung jawab kolektif terhadap tamu telah diinternalisasi dan dijalankan secara aktif oleh karyawan. Fleksibilitas dalam pelayanan, yang dalam praktik berarti melampaui “jam operasional,” juga disebutkan secara eksplisit dalam beberapa ulasan, memperlihatkan bahwa staf tidak sekadar menjalankan SOP, tetapi memahami nilai yang terkandung di baliknya.

Empati dan Humanisasi: Menghadirkan Pengalaman Personal Tamu

Empati adalah fondasi utama dari layanan berkualitas, dan dalam konteks Villa Shibumi, prinsip ini diterjemahkan ke dalam interaksi yang bersifat sangat personal antara staf dan tamu. Salah satu indikator paling menonjol dalam ulasan adalah penyebutan langsung nama staf. Penyebutan ini bukan semata-mata kebetulan, tetapi mencerminkan adanya keterikatan emosional dan rasa terima kasih yang mendalam dari tamu atas perhatian dan sikap ramah yang diberikan. Filosofi lokal “Menyama Braya,” yang menjadi nilai utama dalam budaya Bali, telah diinternalisasi ke dalam proses kerja staf, di mana tamu tidak diperlakukan sebagai pelanggan biasa, melainkan sebagai bagian dari keluarga besar. Contoh konkret dari prinsip ini tampak dalam ulasan yang menyebutkan staf mengingat nama tamu, memberikan perhatian khusus

seperti bunga mandi, layanan ulang tahun, dan menawarkan bantuan bahkan tanpa diminta. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa visi villa untuk menciptakan "pengalaman bermakna" bukan sekadar jargon, tetapi direfleksikan dalam tindakan nyata di lapangan. Empati dan humanisasi juga terlihat dari kepedulian staf terhadap kenyamanan tamu selama sakit, masa berduka, atau kebutuhan mendesak lain. Kinerja seperti ini mencerminkan bahwa karyawan tidak hanya bekerja berdasarkan SOP, tetapi juga berdasarkan nilai-nilai moral dan budaya perusahaan.

Keteraturan dan Kebersihan: Citra Estetik sebagai Representasi Profesionalisme

Kualitas ruang fisik villa merupakan manifestasi dari nilai "minimalisme Jepang dan estetika Bali" yang menjadi identitas visual Shibumi. Dalam ulasan tamu, aspek kebersihan, penataan ruang, dan kesempurnaan visual disebut secara eksplisit dalam berbagai bentuk seperti "linennya harum," "bak mandi bersih dan terawat," hingga "desain interior yang kurasi dengan baik." Hal ini menunjukkan keberhasilan implementasi program internal C.A.R.E. (Clean And Repair Everything), yang mewajibkan seluruh staf untuk menjaga area kerja tetap bersih, rapi, dan siap pakai kapan saja. Dalam konteks ini, kebersihan tidak hanya dilihat sebagai fungsi sanitasi, tetapi sebagai bagian integral dari strategi pengalaman tamu. Tamu menilai visual, aroma, dan estetika sebagai satu kesatuan. Keterlibatan seluruh staf dalam menjaga kebersihan menunjukkan kolaborasi lintas fungsi yang efektif. Dalam review, disebutkan bahwa staf tata graha bersikap proaktif dan tidak menunggu perintah untuk membersihkan area atau mengganti linen. Perilaku ini merupakan refleksi langsung dari standar layanan yang menyatakan bahwa tidak ada frasa "itu bukan tugas saya" dalam budaya kerja Shibumi.

Keindahan Estetika dan Pengalaman Sensorik: Simfoni Ruang dan Makna

Estetika di Shibumi tidak hanya tercermin dalam visual, tetapi juga dalam penciptaan pengalaman sensorik yang utuh. Banyak ulasan menekankan suasana villa yang "tenang," "damai," dan bahkan "mendamaikan jiwa." Tamu menggambarkan pengalaman mandi bunga sebagai "ritual spa" atau menyebut suasana sebagai "zen." Visi untuk menciptakan tempat istirahat yang menyatukan keindahan alam dan kesenian budaya terwujud dalam bentuk harmonisasi antara elemen visual, suara alam, pencahayaan, hingga aroma. Penggunaan bahan organik, speaker berkualitas tinggi, dan sentuhan desain yang tidak berlebihan menciptakan kondisi di mana tamu tidak sekadar menginap, tetapi mengalami. Pendekatan ini juga memperlihatkan bagaimana nilai-nilai dalam visi villa tidak berhenti pada ide strategis, tetapi diterjemahkan hingga pada skala operasional dan desain. Keberhasilan menciptakan pengalaman estetis yang terintegrasi menunjukkan bahwa seluruh staf memiliki pemahaman utuh terhadap tujuan layanan mereka.

Profesionalisme dan Kecepatan Layanan: Ketulusan yang Terstruktur

Kecepatan dan efisiensi merupakan dua elemen penting dalam industri hospitality. Dalam dokumen internal, Villa Shibumi menggarisbawahi pentingnya menjawab telepon dalam tiga dering, merespons tamu dalam jarak 3 meter, serta memberi solusi atas masalah sebelum tamu menyadari adanya masalah. Implementasi prinsip-prinsip ini tercermin dalam ulasan tamu yang menyebut pelayanan cepat, tepat, dan penuh solusi. Misalnya, dalam beberapa ulasan

disebutkan bahwa staf langsung membantu pemesanan spa, penggantian linen, hingga memberikan obat-obatan tanpa menunggu permintaan berulang. Hal ini tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap prosedur, tetapi juga komitmen terhadap kualitas layanan yang responsif dan terstruktur. Profesionalisme juga tercermin dari sikap staf yang konsisten menjaga sikap tenang, tidak memaksakan percakapan, serta menjaga privasi tamu. Beberapa tamu menyebut bahwa mereka merasa "diperhatikan, namun tidak terganggu," yang menunjukkan keseimbangan antara kehadiran dan batas yang sehat. Keseimbangan ini adalah bentuk nyata dari nilai "keandalan dan ketulusan layanan."

Fleksibilitas dan Adaptabilitas: Layanan Tanpa Batas Jam Operasional

Fleksibilitas merupakan indikator penting dalam pelayanan kelas dunia. Dalam standar internal Shibumi disebutkan bahwa jam operasional adalah panduan, bukan batasan. Hal ini dimaksudkan agar staf tetap memberikan pelayanan meskipun di luar jadwal kerja normal, demi menjaga pengalaman tamu. Dalam ulasan, fleksibilitas ini tampak dari berbagai testimoni seperti layanan check-in malam, pengantaran sarapan ke kamar, serta pemenuhan permintaan unik tamu seperti permintaan tisu dalam jumlah banyak, makanan khusus, atau pengaturan kamar ulang. Adaptabilitas ini menunjukkan bahwa staf tidak hanya patuh pada prosedur, tetapi mampu berinovasi dan berimprovisasi dengan tetap menjaga nilai dasar layanan. Nilai "mendahulukan kebutuhan tamu" tidak hanya menjadi narasi, tetapi budaya nyata yang dihidupi oleh staf. Bahkan dalam situasi kompleks, seperti saat terjadi perubahan rencana tamu atau kebutuhan mendadak, staf tetap mampu menjaga kualitas layanan tanpa menurunkan standar profesionalisme. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai dalam visi dan misi bukan sekadar pernyataan normatif, melainkan telah menjadi budaya kerja yang hidup dan diakui oleh pelanggan melalui pengalaman langsung mereka. Meskipun studi ini berfokus pada satu unit villa, prinsip internalisasi nilai yang efektif dapat menjadi acuan bagi penginapan lain yang ingin membangun keunggulan layanan berbasis budaya organisasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan visi dan misi dalam pelayanan villa tidak hanya menjadi instrumen strategis internal, tetapi juga terbukti berkontribusi nyata terhadap kualitas kinerja karyawan yang tercermin melalui persepsi tamu. Melalui analisis isi terhadap ulasan tamu, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai strategis seperti keramahan, profesionalisme, empati, estetika, dan fleksibilitas yang tertuang dalam visi dan misi Villa Shibumi telah berhasil diinternalisasi ke dalam praktik kerja karyawan. Hal ini tampak dari konsistensi antara prinsip layanan yang dijanjikan oleh organisasi dengan pengalaman nyata yang dirasakan tamu, seperti layanan personal, kecepatan tanggapan, serta perhatian yang detail terhadap kebutuhan tamu. Keberhasilan internalisasi nilai tersebut tidak terlepas dari strategi manajemen yang tidak hanya menekankan pada kepatuhan terhadap SOP, tetapi juga membangun budaya kerja berbasis nilai dan makna. Strategi ini memperkuat loyalitas karyawan, membentuk sikap proaktif, dan menciptakan hubungan emosional yang kuat antara staf dan tamu, sebagaimana terlihat dari penyebutan nama staf dalam ulasan serta pengalaman-pengalaman yang sangat personal. Studi ini juga memperlihatkan bahwa ulasan tamu merupakan indikator evaluasi eksternal yang kredibel dalam menilai efektivitas strategi nilai organisasi, melampaui sekadar alat pemasaran.

Oleh karena itu, integrasi antara visi dan misi dengan umpan balik pelanggan perlu dijadikan fokus dalam pengembangan strategi pelayanan di sektor hospitality. Penelitian ini menegaskan pentingnya membangun sistem nilai yang bukan hanya dikenalkan, tetapi juga dihidupi secara konsisten oleh seluruh lapisan karyawan sebagai landasan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliant, L., & Tuti, M. (2024). Pengaruh Kuliatas Pelayanan, Pengalaman, dan Ulasan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Journal of Economics, Bussines and Management Issues* (pp. 233–244). <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i3.306>
- Akbar, R. A., Rukanto. (2017). Pengaruh Implementasi Visi Dan Budaya Organisasi Dalam Pendidikan Terhadap Mutu Pendidikan. In *JMKSP Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan* (Vol. 2, Issue 1, pp. 127–129).
- Amin, M. (2020). Pengaruh profesionalisme aparatur terhadap kualitas pelayanan publik bidang administrasi pemerintahan. In *Public Policy* (Vol. 1, Issue 2). <https://stia-saidperintah.ejournal.id/ppj>
- Atmoko, T. P. H., & Widyaningsih, H. (2023). Standarisasi Pelayanan Front Office Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Hotel Cavinton Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 10(2), 100–106. <https://doi.org/10.31294/par.v10i2.15948>
- Bangun, K. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna Bpjs Pada Rumah Sakit Umum Mitra Medika Amplas Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* (JMB), Volume 23 Nomor 1, Maret 2023.
- Dwipayana, I. B. M. A. A., Ismail, D., & Aprinica, N. P. I. (2023). Persepsi tamu terhadap kinerja karyawan restoran. In Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, *PARIS (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)* (Vols. 02–02, Issue 10, pp. 2219–2234) [Journal-article]. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i10>
- Ginanjar, M. H., & Purwanto, E. (2022). Implementasi Manajemen Pembiayaan Pendidikan di SMK Informatika Bina Generasi 3 Kabupaten Bogor. *Islamic Management Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(01), 67. <https://doi.org/10.30868/im.v5i01.2024>
- Harindra, P., Eritawana., Georgina, J., & Noviyanto, I. (2024). Analisis Pengaruh Visi Dan Misi Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Prosper (Prudential Financial Pangkalpinang). In *Jurnal Fidusia* (Vol. 7, Issue 2, pp. 187–189) [Journal-article]. (Original work published 2021)
- Kisti, R. M., & Mayasari, C. U. (2019). Upaya Kantor Depan Dalam Meminimalisir Keluhan Tamu Di Hotel Cavinton Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 2(2). <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i2.34>
- Kusmulyono, M. S., MM, & Endaryono, T., MM. (2018). Kekuatan Visi Misi Dalam Memandu Arah Strategis Umkm Lebon. In *Sembadha 2018* (Vols. 01–01).

- Manurung, N. M. a. P., Aswaruddin, N. A., Livianti, N. L., Hidma, N. C. A., Maysarah, N. N. S., & Wahyuni, N. I. (2024). Pentingnya evaluasi penilaian kinerja. *JISPENDORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 3(1), 77–84. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i1.1235>
- Nada, R. (2024). Analisis Perumusan Visi, Misi Dan Tujuan Madrasah Tsanawiyah Negeri 9 Indramayu [Original Research Article]. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 1–1, 28. <http://dx.doi.org/10.32478/leadership.v5i1.1864> (Original work published 2023)
- Pakpahan, D. T. U., Kusumah, A. H. G., & Rosita, R. (2020). Komparasi Persepsi Kepuasan Tamu Secara Lisan Dan Tertulis Ketika Menginap Di Hotel Bintang Empat. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 94–101. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.2.94-101>
- Rahma, S., Siregar, M. N., Manullang, M. A., Ginting, K. E. N., & Universitas Prima Indonesia, Medan. (2021). Pengaruh Pemahaman Visi Misi, Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Sinar Matahari Baru. In *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business* (Vols. 4–4, Issue 3, pp. 578–587).
- Ramadhani, Z. (2024). Analisis Isi Kualitatif Konten Edukasi Terkait Sustainable Fashion Pada Akun Tiktok @Dosen_Fashyun. In *Jurnal Komunikasi Dan Media* (Vol. 05, Issue 01, pp. 72–86) [Journal-article].
- Sukmawati, N. A., Sundari, N. S., & Pakpahan, N. M. (2023). Faktor yang memengaruhi kinerja karyawan. *Maeswara Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 239–248. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.622>
- Suryadi, D. (2012). Pentingnya Visi Dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha. In *Jurnal Asy-Syukriyyah* (Vol. 9, Issue 15).