

Peranan *Waiters* Dalam Menjaga Kepuasan Tamu di Alamanda Resto Sofia Hotel

Sri Wahyuningsih Handayani¹⁾, Leonard Adrie Manafe^{2) *}, Muslikhun³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika
Jl. Wisata Menanggal No. 41A, Surabaya, Jawa Timur

¹⁾ Sriwahyunh805@gmail.com

²⁾ leonard.adrie@stiemahardhika.ac.id

³⁾ muslikhun@stiemahardhika.ac.id

Jejak Artikel:

Abstract

Unggah 8 Juni 2023;
Revisi 9 Juni 2023;
Diterima 9 Juni 2023;
Tersedia online 10 Juni 2023

Kata Kunci:

Kepuasan Tamu
Kualitas Pelayanan
Minat Kerja
Strategi

Alamanda Resto Sofia Hotel (ARSH) bukan hanya sekedar suatu tempat makan melainkan bisa dikatakan sebagai tempat untuk berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan waiters dalam melayani tamu dengan baik demi meningkatkan kepuasan tamu di ARSH. Kepuasan tamu merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dan membutuhkan tanggung jawab dari pihak manajemen dan karyawan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui sesi wawancara dengan sejumlah karyawan restoran sebanyak enam informan. Objek dari penelitian ini adalah peranan waiters dalam menjaga kepuasan tamu di ARSH. Penelitian ini menunjukkan: Pertama, kualitas pelayanan *waiters* terhadap kepuasan tamu sangatlah penting untuk menunjang kelancaran operasional dan peningkatan omset atau *revenue* restoran serta hotel; Kedua, mewujudkan *quality service* dengan standar yang berlaku di perusahaan yang bertujuan untuk mengambil hati tamu untuk dapat kembali lagi ke restoran. Penelitian ini masih membutuhkan penelitian lebih lanjut, guna mengetahui peranan waiters dalam meningkatkan kepuasan tamu di ARSH dalam ruang lingkup yang lebih luas.

I. PENDAHULUAN

Industri pariwisata Indonesia mempunyai slogan yaitu “*Wonderful Indonesia*” yang sudah dipromosikan di *New York* dan *Los Angeles*. *Wonderful* sendiri mempunyai arti menakjubkan, sedangkan *Wonderful Indonesia* dapat diartikan negeri yang menakjubkan baik manusia maupun alamnya [1]. Kota Surabaya mempunyai banyak sekali restoran dengan keunikan yang berbeda-beda. Selain restoran masih banyak lagi tempat makan sebagai contoh warung tenda, rumah makan, *café*, restoran *fine dining* (dengan gaya makan yang lebih *formal*), sampai restoran dengan konsep *all you can eat*. Disamping terdapat banyak rumah makan, kota ini mempunyai bermacam-macam variasi dengan tempat yang estetik untuk *café*, yang dimana pada saat ini sangat digemari anak muda untuk berkumpul bersama teman maupun keluarga. Bukan hanya untuk berkumpul, sudah banyak anak muda dan orang dewasa yang datang ke restoran, *café* dan lain sebagainya untuk keperluan tugas sekolah, kuliah maupun kerja. Restoran sendiri tidak mengesampingkan akan adanya konsep dari *café-café* yang ada saat ini, mereka juga saling bersaing secara sehat demi mengusung konsep kekinian agar semakin banyak pengunjung, karakteristik diatas diungkapkan oleh [2]; [3].

Sebagai contoh, di ARHS, mereka mempunyai konsep yang unik dimana restoran dapat dijadikan tempat makan, *meeting*, bersantai, swafoto, bahkan ada *live music*. Di ARHS juga menyiapkan atau mempunyai paket yang dimana *room* sudah *include* dengan *breakfast*. *Breakfast* dimulai dari jam enam pagi sampai dengan jam sepuluh pagi. Setelah *breakfast* selesai restoran dapat membuka *room service*, dimana tamu dapat *order* makanan dan minuman sesuai buku menu yang berada di dalam kamar. Untuk akses menuju hotel sangat mudah dijangkau dikarenakan tempatnya yang merupakan jalan akses menuju bandara Juanda Internasional dan juga bersebelahan langsung dengan Gubug Makan Mang Engking dan juga kantor Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Tidak menutup kemungkinan jika banyak

* Corresponding author

wisatawan dari luar daerah bahkan luar negeri menginap di Hotel Sofia. Belum lagi mereka juga menyediakan restoran dan juga *café*.

Sudah bukan rahasia umum lagi bahwa hubungan pariwisata sangat erat akan industri perhotelan. Hotel sendiri merupakan salah satu akomodasi jasa penginapan, pengadaan makanan dan minuman. *Service* makanan dan minuman sendiri tidak luput dari restoran yang merupakan bagian dari industri perhotelan. Makan dan minum adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh tamu yang sedang menginap di hotel maupun yang tidak menginap, makanan ringan, makanan berat ataupun minumannya. Restoran merupakan suatu tempat usaha yang didalamnya melayani makan dan minum kepada pelanggan. Menurut Olson dalam penelitian [4] mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara sebelum membeli dan keinginan setelah membeli. Jika yang diharapkan sebelum membeli lebih besar daripada setelah membeli, maka bisa dikatakan pelanggan mengalami ketidakpuasan. Dan sebaliknya, jika keinginan lebih besar setelah membeli bisa dikatakan pelanggan mengalami kepuasan.

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penulisan ini terdiri dari tiga artikel jurnal. *Pertama*, penelitian dilakukan oleh [5] menunjukkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan akan kualitas makan dan minuman, kebersihan dan area yang ada di restoran termasuk karyawannya sebagai faktor internalnya, sedangkan faktor eksternal ialah kompetitor. Selanjutnya restoran perlu meningkatkan kualitas makanan dan minuman, karyawan, dan juga kebersihan, hal itu menjadikan upaya strategi meningkatkan kualitas kepuasan tamu. Masih diperlukan penelitian lebih lanjut guna mendalami strategi meningkatkan kepuasan pelanggan resto dalam penjelasan yang lebih luas.

Kedua, penelitian oleh [6] dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pramusaji mempunyai peran penting dalam meningkatkan pelayanan demi kepuasan dan kenyamanan tamu hotel. Pramusaji dapat mengetahui apakah sudah memberikan pelayanan dengan maksimal atau belum melalui komentar tamu yang diberikan oleh tamu.

Ketiga, penelitian oleh [7] membahas upaya untuk meningkatkan kinerja *waiter* dan *waitress* dalam menunjang keberhasilan operasional *Food and Beverage Service* di Hotel Grand Keisha Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Hotel Grand Keisha Yogyakarta untuk meningkatkan kinerja *waiter* dan *waiterss* telah berhasil dan terlaksana sehingga operasional *Food and beverage Service* dapat berjalan dengan baik dan profesional.

Dengan demikian berangkat dari latarbelakang diatas, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “Peranan *Waiters* Dalam Menjaga Kepuasan Tamu di Alamanda Resto Sofia Hotel”. Dengan tujuan lebih bisa mendalami peran sebagai seorang *waiters* dengan segala kekurangannya. Dapat mengetahui halangan, rintangan dan strategi yang akan diambil perusahaan dalam mengambil keputusan kedepannya. Meminimalisir kesalahan *waiters* dalam melayani tamu.

II. KAJIAN LITERATUR

Kepuasan Tamu

Menurut Kotler dalam jurnal penelitian [8]) menyatakan bahwa kepuasan tamu merupakan rasa sukacita atau frustrasi seseorang yang datang dalam membandingkan antara efek visual atau yang diharapkan dari pengaruh. Sedangkan menurut Peter dan Olson dalam Trisninawati & Nurlela, (2019) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Dalam penelitian [10] kepuasan tamu di konseptualisasikan sebagai transaksi-transaksi yang berdasarkan pengalaman pelanggan pada layanan tertentu, dan kepuasan pelanggan merupakan akumulasi terhadap evaluasi seluruh pelayanan yang terjadi sebelumnya.

Kepuasan tamu (*customer satisfaction*) merupakan ukuran yang menentukan seberapa baik dan buruk produk atau jasa yang mereka beli di suatu perusahaan. Kepuasan tamu di restoran juga seperti itu, dimana *waiters* melayani dengan baik seorang tamu makan tapi juga ikut puas sebaliknya juga sama, jika tamu dilayani dengan tidak sepenuh hati maka kepuasan tamu juga tidak akan terpenuhi secara standar pelayanan. Dapat dipastikan banyak tamu yang kembali dikarenakan adanya pelayanan seorang *waiters* yang memang memenuhi standar prosedur dengan baik ([11].

Quality Service

Menurut Tjiptono dalam [12], Kualitas pelayanan merupakan salah satu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi bahkan melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pendapat lain juga dinyatakan oleh Davidson dalam penelitian [9] kualitas pelayanan tidak dilihat dari sudut pandang pihak restoran atau penyedia layanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan ([13]. Menurut [9] kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumen. Selain itu, menurut Zeithaml

and Bitner dalam [14] definisi kepuasan adalah tanggapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa apakah telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Kualitas jasa pelayanan ditentukan oleh lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, penampilan fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) dalam penelitian [15] didukung oleh penelitian terdahulu. Penampilan fisik atau biasa disebut *grooming* sangat penting bagi seorang *waiters* demi memperlancar operasional restoran. Keandalan seorang *waiters* sama pentingnya dengan *grooming* dimana dalam keterampilan *waiters* harus mampu dan paham akan tugas dan pekerjaan, sigap terhadap tamu dari tamu datang sampai tamu meninggalkan area restoran. Tanggapan disini dapat diartikan sebagai *stand by* dan selalu memperhatikan tamu. Kadang kala ada tamu yang membutuhkan bantuan seperti menambah *orderan*, kesulitan dapat sendok, kesulitan mencari *restroom* dll, jadi *waiters* harus selalu tanggap. Kepastian dapat diartikan bahwa seorang *waiters* harus memastikan dengan yakin bahwa pesanan atau yang ditanyakan tamu tepat sasaran, dan memastikan tamu tidak *complaint* setelah meninggalkan restoran. Dan yang terakhir yaitu empati, dapat dijabarkan bahwa seorang *waiters* harus mempunyai jiwa empati yang besar, karena digunakan untuk membangun hubungan sosial yang baik dengan tamu. Semua kualitas ini harus ada pada seorang *waiters* demi menunjang kelancaran operasional restoran. Sebagai industri pariwisata, tujuan utama yang selalu ingin dicapai adalah keberhasilan dalam memberikan kepuasan kepada tamu dengan maksimal, dan juga mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Strategi Kepuasan Tamu

Menurut Tjiptono dalam [16] menyatakan bahwa terdapat beberapa strategi kepuasan pelanggan diantaranya *Relationship Marketing*, *Superior Customer Service*, *Unconditional Guarantees*, dan Strategi penanganan keluhan yang efisien. Strategi kepuasan tamu dapat dicapai apabila kepuasan pelanggan telah terpenuhi, namun untuk memperoleh hal tersebut tidak mudah, salah satu faktornya adalah dari kepuasan tamu. Hal-hal yang dapat diambil dalam menjalankan strategi kepuasan tamu salah satunya dengan meningkatkan sumber daya manusia (SDM). Jadi setiap perusahaan membutuhkan karyawan yang bisa berfokus dalam melayani tamu demi tercapainya kepuasan. Berikutnya adalah strategi komunikasi yang efektif, komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam segala hal apapun tidak terkecuali bisnis dalam penelitian [17]. Tanpa adanya komunikasi yang baik dan efektif maka akan terjadi kesalah pahaman hingga membuat pelanggan merasa tidak puas.

III. METODE

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang bertumpu dengan ideologi, yang digunakan untuk meneliti eksperimen dimana peneliti sebagai instrument.

Penarikan data

Teknik pengumpulan data yang dimana peneliti sebagai *human instrument* itu sendiri. Teknik pengumpulan data dan analisis bersifat lebih menekan pada makna Sugiyono, dalam penelitian [5]. Dalam penelitian ini objek penelitian di ARSH yang bertempat di Jl. Raya Bandara Juanda No 20 Gedangan-Sidoarjo. Menggunakan metode pengumpulan data melalui sesi wawancara dengan *Manager Food & Beverage*, *Secondliner Food & Beverage Service* dan beberapa *staff restaurant* yang dilakukan secara langsung. Penelitian ini dapat memperoleh data sebagai sumber yang dapat mendukung penelitian salah satunya media internet dan juga berbagai jurnal artikel.

Deskripsi informan penelitian.

Berikut data informan penelitian dapat dilihat dalam Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Jabatan
1	Ditto (<i>Pseudonym</i>)	<i>Manager Restaurant</i>
2	Ariel (<i>Pseudonym</i>)	<i>Second Liner</i>
3	Wira (<i>Pseudonym</i>)	<i>Staff Food and Beverage Service</i>
4	April (<i>Pseudonym</i>)	<i>Staff Food and Beverage Service</i>
5	Agnes (<i>Pseudonym</i>)	<i>Staff Food and Beverage Service</i>
6	Anisa (<i>Pseudonym</i>)	<i>Staff Food and Beverage Service</i>

Sumber: data diolah

Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan wawancara terhadap informan yang dapat dilihat dalam Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Variabel	Pertanyaan Wawancara
1	Kualitas Pelayanan	1. Apakah pengetahuan produk <i>knowledge</i> menjadi faktor penurunan minat akan kepuasan tamu ?
		2. Mengapa kurangnya kesiapan karyawan resto menjadi halangan untuk memenuhi permintaan tamu?
		3. Apakah minat kerja karyawan menjadi faktor awal dari dampak kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu?
2	Minat kerja dan kesiapan karyawan	4. Apakah perlu adanya <i>hand over</i> setiap hari sebelum melakukan pekerjaan?
		5. Selain adanya <i>hand over</i> setiap hari, apakah perlu dilakukan training langsung dilapangan?
3	<i>Training</i>	
4	Inovasi Makanan	6. Apakah perlu adanya inovasi makanan agar customer tidak merasa bosan dengan menu yang itu-itu saja?
5	Harga	7. Apakah harga yang tercantum di menu sebanding dengan rasa yang ditawarkan kepada tamu?
6	Kebersihan, <i>Hygiene</i> & Sanitasi	8. Kenapa <i>hygiene</i> & sanitasi dan kebersihan restoran penting dilakukan?
		9. Selain dari kebersihan area restoran, apakah <i>grooming</i> menjadi faktor penting dari kepuasan tamu?
7	Lokasi Restoran	10. Apakah lokasi Alamanda Resto mudah dicapai tamu untuk memberikan kepuasan kepada tamu tersebut?

Sumber: Putu Pebri Saniantara dan Ni Made Ary Widiastini, 2023

IV. HASIL

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada para narasumber terkait “Peranan *Waiters* Dalam Menjaga Kepuasan Tamu di Alamanda Resto Sofia Hotel”. Peneliti memperoleh jawaban atas beberapa pertanyaan atau kendala di Restoran. Berikut peneliti lampirkan jawaban dari 6 (enam) narasumber yang merupakan hasil penarikan data wawancara:

1. *Produk Knowledge*

Hasil wawancara menurut narasumber menyatakan bahwa pengetahuan *produk knowledge* menjadi faktor penurunan minat akan kepuasan pelanggan, “*Ya, karena semakin banyak menu yang dipunyai oleh sebuah restoran maka akan leluasa seorang tamu untuk memilih menu makanan, dan bagi seorang waiters harus mengetahui produk knowledge nya, karena tamu juga belum mengetahui mana menu yang best seller*” (Ditto, Ariel, Wira, April, Agnes dan Anisa).

Ditto (*pseudonym*), beliau adalah seorang manager restoran, yang dimana narasumber menyatakan bahwa *produk knowledge* sangat mempengaruhi kepuasan tamu, dimana seorang *waiters* harus mengetahui *produk knowledge* nya mereka perihal untuk menawarkan mana menu yang baik makanan maupun minuman yang *best seller* di resto tersebut. Dan juga semakin banyak menu yang ada di buku menu akan menarik perhatian tamu pula untuk terus berkunjung di restoran. Selanjutnya kurangnya kesiapan akan karyawan resto juga menjadi kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, dimana kurangnya kesiapan atau preparation seorang *waiters* dalam *open outlet* sangat terbatas dengan jam kerjanya, hal itu bisa membuat tamu merasa terabaikan sehingga berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan.

2. *Minat Kerja dan Kesiapan Karyawan*

Salah satu dampak menurunnya kualitas pelayanan terhadap tamu yaitu minat kerja dan kesiapan karyawan, hal ini dinyatakan oleh [18]. Seorang *waiters* juga penting untuk memiliki kemampuan resiliensi. Resiliensi sendiri adalah kemampuan yang dapat membantu *waiters* tetap berpikir positif meski berada di situasi yang sulit. Dan resiliensi ini sangat penting dimiliki oleh seorang *waiters* untuk bisa memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi meski restoran kurang siap atau sibuk. Dengan adanya karyawan yang ramah tamu akan semakin merasa diperhatikan saat berada di restoran, mereka disambut dengan sangat baik, itu dapat menarik tamu untuk berkunjung kembali ke restoran. Itu juga salah satu *point* dalam tugas menjadi seorang *waiters*, sebagai seorang *waiters* tentunya mempunyai sikap disiplin dalam bekerja.

Penjelasan diatas diperjelas oleh informan Ariel (*pseudonym*), beliau menjabat sebagai *second liner* untuk resto dan *lounge*. Menyatakan bahwa selain dari produk *knowledge* kualitas pelayanan waiters dalam melayani tamu, faktor yang lain juga dapat mempengaruhi kualitas *waiters* adalah minat kerja karyawan. Minat kerja karyawan menjadi awal dari dampak kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu. Semua narasumber setuju akan rumusan masalah ini. “*Tidak boleh, kalau kita dalam posisi kerja, kita harus dalam keadaan mood yang baik, Ya karena minat kerja karyawan mempengaruhi minat tamu*”.

Selain itu setiap pergantian shift harus adanya *over handle* kepada shift berikutnya demi melancarkan aktivitas di restoran dan juga *lounge*, agar lebih mengetahui plus dan minusnya di shift sebelumnya dan diharapkan dari shift sebelumnya melakukan loyalitas terhadap pekerjaannya, pernyataan tersebut didukung oleh [19].

Menurut Ditto, Wira dan juga Agnes kurangnya kesiapan karyawan resto menjadi halangan untuk memenuhi permintaan tamu. “*Ya, karena dari segi pelayanan kita masih kurang siap menyambut tamu yang datang, dengan begitu tamu akan merasa terabaikan dan akan bisa merusak mood tamu*”. Selanjutnya menurut Ariel, “*Preparation : bisa menjadi halangan, karena belum lagi grooming kita dan kesiapan dalam membuka outlet*”. Menurut April dan Anisa, “*Kalau untuk restoran kita buka jam 10 pagi – 10 malam, tidak ada kesiapan karena ada backup-an dari shift sebelumnya di restoran*”.

3. Training

Employee training sangat penting dilakukan secara berkala sehingga perusahaan mampu memperoleh karyawan yang berbobot atau berkualitas yang mampu melaksanakan aktivitas pekerjaan dengan baik demi tercapainya tujuan perusahaan. Menurut [20] Pelatihan (*training*) ialah aktivitas dalam jangka pendek dengan mengambil sistem yang terstruktur sehingga tenaga kerja operasional dapat berlatih lebih memahami keterampilan pekerjaan terhadap masing-masing departemen untuk tujuan perusahaan.

Selanjutnya, yang sering menjadi topik pembahasan adalah dengan adanya program pelatihan terhadap karyawan dari manajemen. Perusahaan akan menjalankan pelatihan dari *all department* atau yang biasa disebut GSM (*General Staff Meeting*) selama kurun waktu tiga bulan sekali guna mendapatkan kualitas *waiters* ataupun departemen lain dalam melayani tamu yang inap. Selain adanya pelatihan setiap tiga bulan sekali, khusus *F&B* sendiri melakukan aktivitas pengarahan setiap hari sebelum melakukan pekerjaan, normalnya pengarahan atau *over handle* dilakukan setelah pergantian *shift* yang dimana dari sisi pihak resto terdapat dua *shift* setiap harinya.

Hal tersebut dinyatakan oleh narasumber Wira (*pseudonym*), menyatakan bahwa selain adanya *over handle* setiap hari, masih perlu dilakukan *training* di lapangan atau restoran langsung guna mengetahui produk dan peralatan yang baru di restoran. Selain itu beliau juga mengatakan bahwa setiap bulan pasti adanya *promo of the month* yang nantinya menu itu akan dimasukkan kedalam buku menu jika sudah berjalan tiga bulan selama *promo*. Menu akan dipatenkan didalam buku menu dengan banyak pertimbangan saran dari tamu dan *management* yang sudah pernah membeli dan mencicipi rasa dari menu masakan tersebut. Lanjut dengan topik selain adanya *hand over* apakah perlu adanya *training* di lapangan. Dari pihak Ditto dan juga Ariel menyatakan, “*masih perlu dilakukan untuk mengetahui kondisi di lapangan, seperti benda atau alat ini dimana ditaruhnya agar tidak kurang*”. Selanjutnya dari pihak Wira, Agnes dan Anisa, “*Harus, dua sampai tiga bulan sekali, di sela-sela hand over diselipin semua informasi tentang produknya*”. Lalu April, “*Kalau anak baru atau magang iya, tapi untuk training karyawan hanya dilakukan kurun tiga bulan sekali saja*”

Berikutnya peneliti membahas persoalan *hand over* setiap hari, disini semua narasumber mengatakan setuju akan adanya *hand over* setiap hari setelah pergantian shift mereka, “*yang pasti setiap awal pekerjaan ada hand over terlebih dahulu, agar informasi shift sebelumnya tidak ada miss, mengetahui kendala-kendala dari shift sebelumnya*”.

4. Harga dan Inovasi Makanan dan Minuman

Faktor lain yang mempengaruhi kualitas *waiter* dalam melayani tamu dijelaskan lebih detail oleh narasumber: April (*pseudonym*), yang menyatakan bahwa harga yang terdaftar di buku menu Alamanda Resto telah sebanding dengan rasa dan porsi masakan yang diterima, sebab dengan harga yang begitu minimnya tamu sudah bisa mencicipi masakan yang berkelas. Mereka juga mereka menawarkan *promo menu of the month* dengan paket *bundling*, dengan contoh bulan mei ini mereka mengeluarkan *perfect bundling package* dengan menu *bundling a : spicy chicken wings & bintang crystal, bundling b : chicken magma & rainbow mocktail, bundling c : spaghetti aglio olio & lychee tea, dan bundling d : spaghetti bolognese & lemon tea*. Menawarkan harga yang sangat pas dikantong tamu dan juga wisatawan yang berkunjung.

Cara yang dapat ditempuh yaitu dengan cara melakukan pembuatan *promo of the month* secara berkala. Kegiatan ini dilakukan untuk menambah variasi menu baru di restoran, menu akan dimasukkan kedalam buku

menu setelah melewati masa percobaan selama tiga bulan sebagai *promo of the month*. Strategi ini dilakukan demi meminimalisir rasa jenuh terhadap menu yang ada di Alamanda Resto, baik dari segi makanan dan minumannya dalam jurnal [21].

Perusahaan dapat menarik customer dengan memberikan promo bahkan diskon menu yang *best seller* sebagai pilihan bagi customer, hal ini diungkapkan oleh [6] dalam penelitiannya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dari hasil diatas didukung oleh hasil penelitian Saniantara et al., (2023) yang dimana hasil penelitian menyatakan bahwa melakukan *food test* yang dimana *all staff* restoran dan manajemen dapat mencoba masakan yang akan .

Berikutnya, masalah harga April menyatakan, “*kami belum ada tax & service, menu di Alamanda Resto bisa dikatakan murah untuk lingkup restoran apalagi di dalam Hotel*”. Selanjutnya, “*Sudah, tetapi harus diuji terlebih dahulu*” (Wira, Ariel, Anisa, Ditto). Lanjut ke Agnes, “*Sangat sebanding, masih terjangkau murah dan terbilang enak untuk hotel*”.

Semua narasumber setuju sekali dengan adanya inovasi makanan agar pelanggan tidak jenuh. “*Setiap bulan ada promo of the month, kalau sudah tiga bulan promo itu akan langsung dimasukkan ke menu baik makanan maupun minumannya*” (Ditto, Ariel, Wira, April, Agnes dan Anisa).

5. Kebersihan dan *Hygiene & sanitasi*

Selain itu *Hygiene & Sanitasi* serta kebersihan area restoran sangat penting dilakukan, menurut narasumber Agnes (*pseudonym*) karna HOREKA (Hotel, Restoran & Kafe) adalah industri yang bernaung di dunia *food & beverage*. Untuk menunjang kenyamanan tamu yang datang langsung ke restoran.

Kebersihan area restoran juga menentukan kualitas kepuasan dan pelayanan. Untuk menunjang kenyamanan tamu dan enak dipandang tamu. Dan restoran sendiri mempunyai standar dalam kebersihan areanya, hal ini dinyatakan oleh badan HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*). Kebersihan dan kepuasan tamu juga dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kepuasan tamu. Hal tersebut didukung oleh [5] yang menyatakan dengan adanya kebersihan makan akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut semua narasumber, untuk kebersihan resto sangat perlu. “*Untuk menunjang kenyamanan, enak dipandang dari segi tamu. Perlu sekali karena kita beda dengan penjual kaki lima, jadi kita perlu menjaga area resto*” (Ditto, Ariel, Wira, April, Agnes dan Anisa).

6. *Grooming*

Grooming salah satu yang sangat penting dalam melayani tamu. Dimana seorang pelayan atau *waiters* harus menjaga penampilan dari segi kerapian, kebersihan, serta menyenangkan. Dapat dilihat bahwa *waiters* yang dapat menarik tamu untuk berkunjung ke restoran dengan adanya *grooming*. Dengan adanya *waiters* yang menjaga *grooming* nya, restoran juga akan mendapatkan *revenue* atau pendapatan yang lancar. Selain dengan adanya *grooming* seorang *waitres* juga harus mempunyai sifat ramah (*attitude*), mengucapkan salam (*greeting*), sopan berbicara (*polite*), dan menyambut tamu (*welcome guest*) dalam melayani tamu ketika datang ke restoran. Jika salah satu dari sifat itu tidak diterapkan, jangan diharapkan jikalau tamu tersebut bisa *complaint* dan tidak datang kembali. Dari sisi lain *waiters* juga mempunyai tiga budaya yaitu senyum, sapa dan salam. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian dari [22]. Menyatakan bahwa *grooming* merupakan bagian penting dari pelayanan karena dapat dijadikan salah satu daya tarik tersendiri bagi para tamu untuk membeli produk yang dijual.

Semua narasumber menyatakan setuju akan adanya *Grooming* seorang *waiters*. “*Ya, karena menyangkut faktor pelayanan harus bersih, harum dan rapi*” (Ditto, Ariel, Wira, April, Agnes dan Anisa).

7. Lokasi

Hampir kebanyakan orang beranggapan bahwa semakin dekat lokasi restoran dengan tamu makan semakin banyak juga tingkat pembelian tamu, tapi kenyataannya tidak seperti yang diperkirakan. Belum tentu jika restoran dekat itu akan menarik tamu untuk berkunjung, dapat juga restoran yang jauh bisa menjadi keunikan tersendiri bagi tamu. Hal ini dijelaskan pada saat wawancara oleh narasumber Ditto, lokasi restoran di Alamanda Sofia Hotel sangat strategis tempatnya yang nyaman dan mudah dijangkau tamu, tetapi tidak semua tamu mengetahui jika disebelah *Lobby* terdapat Restoran dikarenakan tempat daripada resto sendiri cukup tinggi, jadi tamu yang awam dengan area sekitar pasti akan bertanya kepada *Front Desk Agent*. Gagasan tersebut dibuktikan langsung dalam penelitian [23] yang menyatakan bahwa banyak orang beranggapan apabila jarak lokasi dekat dengan konsumen maka akan besar kemungkinan mereka akan memilihnya. Dari semua penjelasan terhadap lokasi dapat disimpulkan bahwa semua kembali tergantung dari minat konsumen akan membeli suatu produk atau jasa. Yang terakhir semua narasumber sangat setuju dengan area resto di Alamanda sangat mudah dijangkau tamu, “*Sangat*

strategis, tempatnya tepat bersebelahan langsung dengan lobby, full AC, muat sampai 80 pax” (Ditto, Ariel, Wira, April, Agnes dan Anisa).

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan *waiters* dalam *quality service* dan kepuasan tamu di Alamanda Resto Sofia Hotel Juanda masih belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik oleh para waiters dan karyawan hotel. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang akan berimbas pada pendapatan restoran. Masih ada beberapa karyawan yang masih belum dapat melakukan Standar Operasional dari restoran, yang disebabkan beberapa faktor diantaranya, pertama mereka malam melakukan Standar Operasional tersebut, dan yang kedua yang biasa menjadi penyebabnya yaitu lupa. Hal tersebut sangat disayangkan oleh pihak manajemen, dikarenakan dapat menghambat dari sisi *revenue* resto sendiri.

Saran yang dapat diberikan dari peneliti kepada para staff *Food and Beverage Service* sendiri agar mereka bisa dan sanggup menjalankan standart operasional dari restoran dengan baik dan terampil. Untuk pihak manajemen untuk selalu mengawasi dan sigap jika ada karyawan yang belum bisa melakukan operasional dengan baik, selalu membimbing mereka untuk menjadi seorang *waiters* yang profesional. Setelah itu saran secara menyeluruh bagi restoran area Juanda dan sekitarnya di Surabaya dan Sidoarjo disarankan lebih berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan kepada tamu, peningkatan kualitas para waiters atau sumber daya manusianya, dan peningkatan terhadap *revenue* restoran. Demi mewujudkan kualitas pelayanan yang baik diharapkan manajemen dapat melakukan langkah dan strategi yang sudah dibahas di dalam artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. U. Azizah and S. E. Suprajang, “... Physical Evidence dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan: Studi Kasus pada Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) Kabupaten Blitar,” *Jurnal Penelitian Manajemen ...*, 2020.
- [2] M. Herianto and J. Gunawan, “Identifikasi Karakteristik pada Industri Restoran di Surabaya,” *Jurnal Sains dan Seni ITS*, vol. 8, no. 2, 2020, doi: 10.12962/j23373520.v8i2.48350.
- [3] M. Kristiana and E. Muhammad, “Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 01, no. 01, pp. 113–117, 2017.
- [4] K. A. Pratiwi, I. W. Suartina, D. N. B. Kusyana, and I. A. M. S. Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening,” *Bisma: Jurnal Manajemen*, vol. 6, no. 1, p. 17, 2020, doi: 10.23887/bjm.v6i1.24405.
- [5] P. P. Saniantara, N. Made, and A. Widiastini, “Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Restoran di Era Pandemi di Hotel The Laguna Nusa Dua Bali,” vol. 6, no. 1, pp. 241–249, 2023.
- [6] Y. P. Kristiutami and V. J. Rahayu, “Peranan Pramusaji Dalam Meningkatkan Pelayanan Demi Kepuasan Tamu di Feast Restaurant Sheraton Bandung Hotel & Towers,” *Jurnal Kajian Pariwisata*, vol. 2, no. 2, pp. 2686–2522, 2020.
- [7] F. Dhian Anggraini and L. Beru Utami, “Upaya Meningkatkan Kinerja Waiter Atau Waitress Dalam Menunjang Keberhasilan Operasional Food and Beverage Service Terhadap Penjualan Di Hotel Grand Keisha Yogyakarta,” *MABHA JURNAL Volume 3 Nomor 1 Mei 2022*, vol. 3, pp. 2022–2746, 2022.
- [8] F. Earlike, T. Mega, and M. Atalina, “PENTINGNYA PERANAN SKILL DAN MENU KNOWLEDGE WAITER/WAITERS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI FOOD AND BEVERAGE SERVICE DEPARTEMENT (Studi Kasus di Casa Del Rio Melaka Malaysia),” vol. 18, no. 01, pp. 1410–7252, 2016.
- [9] T. Trisninawati and N. Nurlala, “Peningkatan Mutu Pelayanan Restaurant Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Azza Hotel Palembang,” *Semhavok*, pp. 30–37, 2019.
- [10] G. N. J. Adinegara, N. K. P. Yanti, and N. M. E. O. Astuti, “Ananlisis Tingkat Kepuasan Tamu Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Sunset Restaurant Pada Hotel Puri Raja Di Legian, Kuta - Bali,” *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, vol. 10, no. 2, 2015.
- [11] Ade Galang Saputra and S. Suwarti, “Peran Peningkatan Pelayanan Pramusaji Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, pp. 12–19, 2022, doi: 10.55606/jimek.v1i3.49.
- [12] M. Indrasari, “PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books,” *Unitomo Press*. 2019.

- [13] Arianto Nurmin, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan," vol. 21, no. 8, pp. 24–30, 2003.
- [14] C. G. Gunardi and R. Erdiansyah, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku," *Prologia*, vol. 3, no. 2, p. 456, 2019, doi: 10.24912/pr.v3i2.6387.
- [15] Karolus Putra Setiadi and L. A. Manafe, "Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Etos Suryanusa," *Kalianda Halok Gagas*, vol. 4, no. 1, pp. 22–33, 2021, doi: 10.52655/khg.v4i1.7.
- [16] M. B. Septiani, "Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Tupperware," *Jurnal Manajemen Update*, vol. 9, no. 2, 2020.
- [17] B. Y. Pratama, A. F. Poerana, and W. Utamidewi, "Strategi komunikasi pemasaran starbucks di masa covid 19 (Studi Kasus tentang strategi komunikasi pemasaran Starbucks KM 72 dalam mempertahankan pelanggan di masa covid 19)," *Media Bina Ilmiah*, vol. 17, no. 3, 2022.
- [18] F. D. Anggraini and S. Ika, "Dampak Standar Operasional Prosedur Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Produk (Makanan) Serta Kepuasan Tamu Di Hotel Yellow Star Ambarukmo," *Mabha Jurnal*, vol. 2, no. 1, pp. 59–69, 2021.
- [19] A. W. Perdana, "Strategi Internal Relations Meningkatkan Loyalitas dan Motivasi Kinerja Karyawan Hotel Sofia Juanda Surabaya," *Komunikasi dan Media*, vol. Vol. 2 No., no. 4, pp. 8–14, 2022.
- [20] A. A. R. S. Milah, "Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir Terhadap Semangat Kerja," *Repositori Universitas Siliwangi*, pp. 1–152, 2020.
- [21] N. H. Nazlan, S. Tanford, C. Raab, and C. (CB) Choi, "The influence of scarcity cues and price bundling on menu item selection," *Journal of Foodservice Business Research*, vol. 21, no. 4, 2018, doi: 10.1080/15378020.2018.1440129.
- [22] H. Rohaeni, A. S. Hikmah, and R. Rahmayani, "Be Good Attitude Dalam Berpenampilan Pada UMKM 'Mang Piat' Kabupaten Bandung Barat," *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 142–148, 2018.
- [23] N. Antika and N. Indiani, "Peran Variasi Menu, Lokasi, Dan Kualitas Layananterhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Zactie Bar and Restaurant)," *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, vol. 5, pp. 1–13, 2023.