

KUALITAS PELAYANAN PRAMUSAJI DI RUDANG HOTEL BERASTAGI SUMATERA UTARA

Devia Febrina

Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis

ABSTRACT

The restaurant is a room or place where guests can buy and enjoy food and drinks or is a section to prepare meals and drinks for guests who need them. The restaurant not only sells food and drinks alone, the restaurant itself is known as one of the service providers for every customer / guest who come. The success of the restaurant can be measured from the level of goodness of service provided by the waiter to the guests who come. Service is very important, which with the better service provided to the guests, the more likely it will be to generate greater profits, or it will probably make more guests to come to the restaurant. Quality of service given to the consumer must function to better provide maximum satisfaction, therefore in order to provide services must be done in accordance with the service function. Quality of service provided by each hotel must have a purpose. Waitress or waiters / waitress is a restaurant employee who has task and responsibilities to serve food and beverage needs profesional for the customer of restaurant. With good communication with customers, a waitress can detect the wants and needs of the customers and immediately make it happen. Therefore, restaurant waiters can serve the needs of eating and drinking the guests well and satisfactorily.

Keywords: *quality of service, guest satisfaction, rudang hotel*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pariwisata merupakan salah satu kebutuhan sekunder yang berkembang di Indonesia. Mengingat Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa seperti ribuan pulau, pantai yang luas, hutan yang belum terjamah, bahkan aneka budaya dan kekayaan kuliner yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi obyek wisata, perkembangannya jelas terlihat dari tahun-ketahun. Semakin banyak wisatawan asing yang datang ke Indonesia maka semakin besar keuntungan yang diterima yaitu sebagai sumber devisa negara yang sangat membantu dalam menaikkan taraf kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor yang mendukung kepariwisataan adalah hotel. Hotel adalah bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan (Rumekson, 2004:2). Di samping itu, hotel juga memiliki beberapa departemen yang saling memberikan kontribusi keuntungan bagi hotel. Salah satunya adalah *Food and Beverage* dimana departemen ini menangani

penyajian makanan dan minuman di sebuah hotel. *Lounge* merupakan salah satu bagian dari *Food and Beverage* yang menyelenggarakan pelayanan khususnya minuman alkohol maupun non alkohol kepada tamu.

Lounge Bar biasanya terdapat di dalam hotel tempatnya luas dan memanjang, ruangnya tertutup dan dilayani oleh *bartender* dan beberapa pramusaji, sangat cocok untuk tamu yang ingin *relax*, mendengarkan musik sambil menikmati minumannya. Restoran merupakan salah satu *outlet* yang ikut menunjang dalam kepuasan para pengunjung hotel. Sebagai usaha jasa restoran harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanannya kepada para pelanggan atau pengunjung. Karena restoran tidak hanya menyediakan makanan atau minuman yang bisa dinikmati oleh pengunjungnya tetapi juga *service* atau pelayanan yang memuaskan.

Pramusaji yang profesional sangat berperan dalam memenuhi kepuasan pengunjung hotel dan restoran khususnya. Pramusaji mempunyai tugas dan tanggung jawab melayani kebutuhan makanan dan minuman secara profesional bagi para pelanggan restoran. Dengan komunikasi yang baik dengan para

pelanggan, seorang pramusaji dapat mendeteksi keinginan dan kebutuhan para pelanggan dan segera mewujudkannya. Oleh karena itu, pramusaji restoran dapat melayani kebutuhan makan dan minum para tamu dengan baik dan memuaskan

Dengan kualitas pelayanan maksimal yang diberikan kepada pengunjung atau tamu oleh pramusaji maka akan menentukan besarnya pendapatan restoran, karena banyaknya pelanggan dengan kepuasan pelayanan yang tercipta oleh pramusaji yang profesional. Untuk mendukung kelancaran operasionalnya, maka dibutuhkan pramusaji yang berkualitas dan terampil di bidangnya, sehingga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan tamu hotel. Penulis melihat ada beberapa masalah mengenai pelayanan yang kurang profesional dan kurang memuaskan tamu, mengingat standar pelayanan yang biasanya diterapkan pada hotel berbintang.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Pramusaji Kepada Tamu Di Rudang Hotel Berastagi
2. Bagaimana Pengetahuan Pramusaji tentang Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Rudang Hotel Berastagi
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu Di Rudang Hotel Berastagi

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Restoran

Restoran adalah merupakan suatu ruangan atau tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makan dan minuman bagi tamu yang memerlukannya. Dan hotel besar biasanya terdapat lebih dari satu restoran (Mertayasa, 2012:2). Restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan / minuman kepada individu - individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil (Azul miotry, 2015:10).

2.2 Jenis jenis Restoran

Menurut (Mertayasa, 2012:3-4) pada hotel besar terdapat lebih dari satu restoran, bahkan bisa mencapai 5-10 buah. Tetapi kalau dikelompokkan akan dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

- a. Restoran Formal

Restoran formal/ *dinning room* adalah sebuah restoran yang berpenampilan mewah, dengan pelayanan khusus dan harga makan yang mahal. Disamping itu menu yang di hidangkannya akan dipilih, tamu yang datang kesana adalah orang yang menggunakan pakaian lengkap.

a. Restoran Sederhana/ *unformal*

Adalah restoran yang penampilannya sederhana dan mengutamakan pelayanan yang cepat.

Menurut (Anisa Hayati, 2013:24-25) jenis-jenis restoran yang ada di dalam hotel antara lain:

1. Formal *Dining Room Restaurant*

Yaitu suatu restaurant yang umumnya terdapat di hotel-hotel besar, yang penyajian makanannya dilaksanakan secara resmi, terikat oleh suatu peraturan yang ketat. Antara lain, tamu atau pengunjungnya harus berpakaian resmi atau formal (memakai jas dan berdasi untuk pria, memakai gaun/*dress* untuk wanita) dan tata caranya bisa mempergunakan cara pelayanan ala perancis atau rusia. Peralatan dan dekorasi ruangan di restoran tersebut umumnya agak mewah dan indah.

2. *Grilled Room Restaurant*

Suatu restoran yang menyediakan berbagai macam hidangan daging panggang. *Grilled room restaurant* juga menawarkan kualitas hidangan utama dan pelayanan yang sangat mewah. Oleh sebab itu harga makanan yang disediakan juga sangat tinggi.

3. *Coffee Shop*

Perbedaan *coffee shop* dengan restaurant yang lain adalah pelayanan yang diberikan, yaitu pelayanan yang serba cepat, tidak terlalu formal, makanan telah siap diatas piring, dekorasi tidak terlalu mewah. Disamping itu *standart set up* peralatan tidak terlalu bervariasi, serta harga makanan yang tersedia tidak terlalu tinggi. Sistem pelayanan: *American service* (mengutamakan kecepatan). Contoh *Coffee Shop* yang banyak dikunjungi: *Starbucks Coffee*.

4. *Speciality Restaurant*

Yaitu jenis restoran dengan nuansa, hiburan hingga *uniform* berlatar belakang atau mencerminkan suatu suku bangsa atau negara. Contoh: *Japanese restaurant*.

5. *Gourmet Restaurant*

Gourmet Restaurant adalah restoran yang menyelenggarakan pelayanan makanan dan minuman untuk orang-orang yang

berpengalaman luas dalam bidang makanan dan minumannya yang lezat-lezat, pelayanan megah dan harga relative mahal.

6. *Fish and Chips Shop*

Fish and Chips Shop adalah suatu restoran yang banyak terdapat di Inggris, tersedia bermacam-macam kripik (*chips*) dan ikan goreng, biasanya merupakan ikan *cod*, yang bungkus dalam kertas untuk dibawa pergi, jadi *makanannya tidak dinikmati di tempat itu*.

7. *Terrace Restaurant*

Suatu restoran yang terletak di luar bangunan, namun umumnya masih berhubungan dengan hotel maupun restaurant induk. Di negara-negara barat pada umumnya restaurant tersebut hanya buka pada waktu musim panas saja.

8. *Night Club*

Suatu restoran yang pada umumnya mulai dibuka pada larut malam. Menyediakan makan malam bagi tamu-tamu yang ingin santai, diiringi musik dan tersedia *dance floor*, terkadang dengan *life show*.

9. *Tavern*

Suatu restaurant dengan harga cukup murah yang dikelola oleh perorangan di tepi kota. Suasana dibuat sangat dekat dan ramah terhadap tamu-tamunya. Sedangkan hidangannya pun lezat-lezat. *Tavern* masa sekarang pada umumnya adalah tempat penjualan aneka minuman beralkohol yang ada di hotel-hotel.

2.3 Defenisi Pelayanan

Pengertian pelayanan pelanggan adalah bentuk pemberian layanan atau servis yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen. Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama. Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu unsur terpenting dalam komunikasi pemasaran. Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan

Pelayanan mengandung pengertian terdapatnya dua unsur atau kelompok orang yang masing-masing membutuhkan karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda. Pelayanan

terimplisit pengertian didalamnya dan berbagai faktor yang menentukan, yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani.

Menurut (Sugeng, 2014:22) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

2.4 Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Menurut (Muchlisin, 2013:45) kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen, antara lain:

1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan (*Servqual*) dibagi menjadi lima dimensi *Servqual* diantaranya adalah:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (Jaminan Dan Kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. *Emphaty* (Empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode deskriptif analisis yaitu suatu metode penelitian dengan cara mengamati masalah yang ada pada saat ini kemudian data ini dihubungkan dengan teori (Sugiono,

2009:8).

3.2 Teknik pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yang berarti pengamatan bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai alat pembuktian terhadap informasi / keterangan yang diperoleh sebelumnya. Sebagai metode ilmiah observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang diselidiki secara sistematis.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti.

PEMBAHASAN

Industri jasa perhotelan yang juga dinamakan *hospitality industri* dengan menjual jasa keramah-tamahan yang terdiri dari akomodasi penginapan. Untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan yang diinginkan, terlebih dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan tamu, maka sangat dibutuhkan kategori kualitas pelayanan pramusaji kepada tamu di Rudang Hotel Berastagi. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengungkapkan bagaimana kualitas pelayanan pramusaji kepada tamu di Rudang Hotel Berastagi. Untuk menghitung presentase digunakan rumus distribusi frekuensi menurut Arikunto (2000:349) sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Dimana:

P= Presentase

f= Jumlah jawaban yang diperoleh (frekuensi)

n= Jumlah responden sample

Penafsiran data dan hasil distribusi terhadap jawaban kuesioner dilakukan dengan menggunakan pedoman penafsiran data dikemukakan oleh Arikunto (2000:57) sebagai berikut :

0,00 %	: Tidak ada
1,00%-24,99%	: Sebagian kecil
25,00%-49,99%	: Hampir setengahnya
50,00%	: Setengahnya
50,01%-74,99%	: Sebagian besar

75,00%-99,99% : Pada umumnya
100% : Seluruhnya

Untuk mengetahui tanggapan pramusaji apakah sudah menguasai cara kerja yang ada di Rudang Hotel Berastagi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pramusaji kepada tamu di Rudang Hotel Berastagi sangat penting dilakukan dalam operasional pelayanan.

Pramusaji harus diberikan *training* untuk dapat menguasai cara meningkatkan kepuasan tamu di Rudang Hotel Berastagi. Pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan tamu.

Supervisor juga sebaiknya meningkatkan pengawasan yang lebih lagi terhadap kinerja pramusaji agar para pramusaji dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik dan sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen hotel.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pramusaji di Rudang Hotel Berastagi masih kurang baik dan belum bisa memuaskan keinginan para tamu yang datang ke Rudang Hotel Berastagi. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat komplain tamu dan tingkat kunjungan tamu yang berkurang karena pramusaji tidak melayani tamu yang datang ke Restoran dengan baik.
2. Belum sepenuhnya pramusaji di Rudang Hotel Berastagi mengetahui cara bagaimana meningkatkan kepuasan tamu yang datang ke Restoran. Akibatnya banyak tamu yang merasa kecewa kerana pramusaji tidak melayani sesuai dengan yang mereka harapkan.
3. Masih banyak konsumen di Rudang Hotel Berastagi yang kurang puas dengan pelayanan pramusaji, sehingga konsumen sering mengeluh karena mereka tidak mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka harapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kurniawati, Rina. 2013. *Manajemen Sarana dan Prasarana dan Akutabilitas Manajemen Pendidikan*, Bantul: Vol.1.No. (1)58-108.
- Londong, Dedy. 2012. *Kepuasan Pelanggan Customer*.
<http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer>.
- Mertayasa, I Gede Agus. 2012. *Food & Beverage Service Operational*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Muchlisin, Riadi. 2013. *Defenisi dan Tujuan Audit*, Maret 2013 diakses dari <http://www.kajianpustaka.com/2013/03/defenisi-dan-tujuan-audit.html#xzz2SCENZBXn> pada tanggal 13 Agustus 2013.
- Pujileksono, Sugeng. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., & Purba, R. A. (2020). Pengantar Pariwisata. Yayasan Kita Menulis.
- Reza, V. (2020). Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal An-Nahl*, 7(2), 106–112. <https://doi.org/10.54576/annah.v7i2.20>.
- Sari, O. H., Halim, F., Tanjung, R., Permadi, L. A., Prasetio, A., Hasnidar, H., & Simarmata, J. (2021). Manajemen bisnis pemasaran. Yayasan Kita Menulis.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di kedai kopi gudang imaji manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21910>.
- Sulastiyono, Agus. 2016. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta.



WA Marsum and Siti Fauziah. 2016.
Professional Waiter, Yogyakarta : C.V
Andi Offset.

Wiyasha, 2010. *Akuntansi Perhotelan*,
Yogyakarta: andi

Internet

<http://tatahidang.blogspot.co.id/2014/02/peralatan-restoran.html> (online) diakses
tanggal 6 Agustus 2017.