



UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI KETERAMPILAN
PRAMUSAJI DAN PEMAHAMAN MENU DI HOTEL COURTYARD BY MARRIOTT
BANDUNG

Oleh

Muhammad Azka Ashidiq¹, Dendi Gusnadi²

^{1,2}Jurusan D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Telkom University, Bandung
Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu – Bojongsoang,
Kota Bandung, Indonesia

Email: ¹azka.ashiddiq@gmail.com, ²dendi@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstract

In the hospitality industry, customer satisfaction is very important. The aim of this research is to determine the quality of food and beverage (F&B) services at the Courtyard Hotel Bandung. To collect data, this research used a qualitative approach using direct observation, interviews and documentation studies. The main findings show that the Courtyard Bandung Hotel's F&B service is very good for most visitors. Service quality consists of employee friendliness, speed of service, quality of food and drinks, and location cleanliness. Managing time and consistency of service is still a problem that needs to be fixed. According to this research, hotel management must continue to improve the quality of F&B services if they want to maintain and increase customer satisfaction and strengthen the hotel's image.

Keywords: *Quality, Service, Hotel*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan dalam industri jasa seperti perhotelan dan restoran maupun bisnis yang menyediakan barang merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan sering kali sangat terkait dengan seberapa baik sebuah perusahaan mampu memberikan pelayanan yang memadai dan melebihi ekspektasi. Kualitas, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Dengan kata lain, berkualitas berarti bahwa sesuatu memiliki kualitas atau mutu yang baik.

Pelayanan yang berkualitas bukan hanya kemudahan atau efisiensi proses; itu juga mencakup elemen seperti responsivitas, personalisasi, empati, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan cepat dengan perubahan kebutuhan pelanggan. Pelanggan

saat ini dapat membandingkan dan memilih penyedia layanan berdasarkan pengalaman mereka karena mereka memiliki akses ke berbagai pilihan dan informasi di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Menurut AS. Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Artinya, pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan, yaitu uang atau jasa (Moenir 2005:16).

Pengalaman makan yang memuaskan bergantung pada keahlian pramusaji dalam mengelola interaksi dengan tamu, mulai dari penyambutan hingga pemesanan dan penyajian makanan. Faktor-faktor yang menentukan seberapa puas tamu dengan pelayanan adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, bersikap ramah, dan responsif terhadap kebutuhan tamu. Sangat penting untuk memahami menu restoran dengan baik. Pramusaji yang berpengalaman tidak hanya dapat memberikan penjelasan yang



.....
 jelas tentang hidangan yang tersedia, tetapi mereka juga dapat memberikan saran yang sesuai dengan preferensi tamu. Memahami bahan-bahan yang digunakan, teknik penyajian, dan kemampuan untuk menyesuaikan pesanan untuk memenuhi permintaan khusus tamu adalah semua bagian dari pemahaman ini.

Kota Bandung menjadi salah satu ibu kota yang berkembang pesat di Provinsi Jawa Barat, menawarkan pengalaman yang unik dengan sentuhan modernitas sambil menghormati warisan budaya dan sejarahnya. Bandung telah mengembangkan infrastruktur dan sumber daya manusia yang mampu memberikan layanan perhotelan dan pariwisata berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan di Bandung sangat penting untuk membangun reputasi yang baik dan meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata, termasuk staf yang terlatih dengan baik, lokasi yang mudah diakses, dan berbagai pilihan gaya hidup.

Hotel Courtyard by Marriott Bandung merupakan hotel bintang empat di kota Bandung yang dapat menawarkan pengalaman menginap yang luar biasa akan kualitas pelayanannya. Hotel ini berada di lokasi yang strategis di pusat kota Bandung dan menawarkan akomodasi yang nyaman. Hotel ini juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik. Hotel Courtyard by Marriott Bandung sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah hal terpenting dalam industri perhotelan yang kompetitif. Pengalaman menginap di hotel ini tidak hanya menghibur tetapi juga memenuhi kebutuhan dan harapan tamu.

Arianto (2018:83) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau tindakan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan karyawan, dan Kasmir (2017:47) mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Aria dan Atik (2018:16) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen pelaksanaan

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara semi-struktur yang mencakup pertanyaan terbuka dan pertanyaan yang lebih mendalam tentang pengalaman tamu dan manajemen layanan di Hotel Courtyard by Marriott Bandung. "Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban" (Mulyana, 2008: 145).

Menurut Sugiyono (2007: 1), Penelitian kualitatif mempelajari hal-hal alami dengan menggunakan peneliti sebagai alat utama. Teknik pengumpulan data gabungan digunakan, analisis data dilakukan secara induktif, dan temuan lebih menekankan nilai daripada generalisasi.

Dibandingkan dengan mengubahnya menjadi entitas kuantitatif, penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia serta menganalisis kualitasnya.

(Mulyana, 2008: 150). Tujuan dari studi deskriptif kualitatif ini adalah untuk menghasilkan pemaparan, gambaran, atau lukisan yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta, sifat, dan hubungan antara fenomena yang diselidiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

| No | Aspek Kualitas Pelayanan | Rating (Skala 1-5) | (%) | Deskripsi |
|----|--------------------------|--------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Kehangatan Pelayanan | 4.6 | 92% | Staff hotel dikenal ramah dan sopan, memberikan respon cepat terhadap kebutuhan |



| | | | | |
|----|---------------------------------|-----|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | dan permintaan tamu. |
| 2. | Kualitas Makanan dan Minuman | 4.5 | 90% | Menyediakan ragam menu makanan yang bervariasi dengan kualitas rasa dan presentasi yang baik. |
| 3. | Kebersihan dan Kondisi Restoran | 4.7 | 94% | Ruang makan dan meja selalu bersih, dengan desain interior yang nyaman dan menarik. |
| 4. | Fasilitas Pendukung | 4.3 | 86% | Menyediakan koneksi WiFi yang baik di area restoran dan peralatan makan yang memadai. |
| 5. | Kualitas Layanan Umum | 4.8 | 96% | Proses check-in dan check-out yang efisien, serta staf yang selalu siap membantu tamu. |
| 6. | Respons terhadap Keluhan | 4.4 | 88% | Hotel responsif terhadap keluhan tamu, dengan tindakan perbaikan yang cepat dan efektif. |
| 7. | Rating dan Ulasan Tamu | 4.6 | 92% | Rata-rata rating yang tinggi dari ulasan tamu di berbagai platform online. |

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

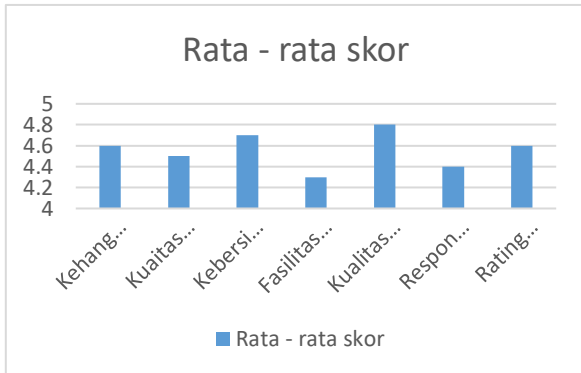
Tabel berikut memberikan gambaran menyeluruh tentang kualitas pelayanan

restoran di Hotel Courtyard Bandung berdasarkan beberapa aspek utama:

1. **Kehangatan Pelayanan:** Hotel dikenal karena stafnya yang ramah dan sopan, yang memenuhi permintaan dan kebutuhan tamu.
2. **Kualitas Makanan dan Minuman:** Hotel menawarkan pilihan makanan yang baik dengan presentasi yang baik.
3. **Kebersihan dan Kondisi Restoran:** Ruang makan dan meja selalu bersih, dan desain interiornya nyaman, membuat tempat makan menjadi tempat yang menyenangkan.
4. **Fasilitas Pendukung:** Meskipun peringkatnya baik, fasilitas pendukung seperti WiFi dan peralatan makan masih perlu diperbaiki.
5. **Kualitas Layanan Umum:** Hotel menjalankan proses administratif seperti check-in dan check-out dengan cepat, dan stafnya ramah.
6. **Respons terhadap Keluhan:** Hotel menanggapi keluhan tamu dengan baik. Namun, masih ada potensi untuk meningkatkan tanggapan terhadap keluhan tersebut.
7. **Rating dan Ulasan Tamu:** Hotel mendapat ulasan yang baik secara keseluruhan dari tamu di situs ulasan online, yang menunjukkan reputasinya yang baik di kalangan pengunjung.

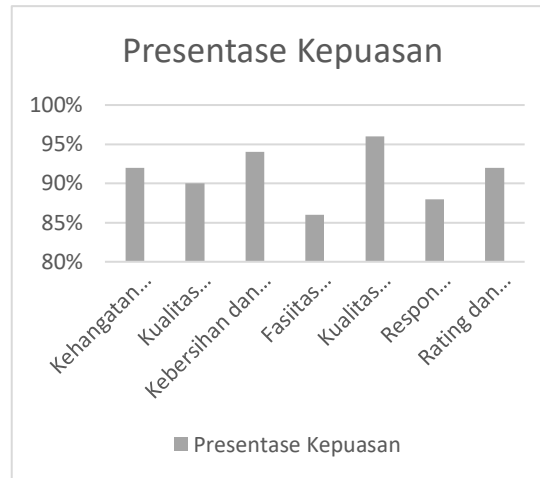


1. Rata - rata skor atau rating



Kehangatan Pelayanan, Dapat dilihat bahwa kehangatan pelayanan memiliki rata-rata skor sekitar 4.6, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari tamu terhadap tingkat kehangatan dan keramahan staf hotel. Kualitas Makanan dan Minuman, Terdapat rata-rata skor sekitar 4.5, menunjukkan bahwa tamu menghargai kualitas dan variasi menu yang disajikan. Kebersihan dan Kondisi Restoran, Menerima rata-rata skor sekitar 4.7, menandakan bahwa tamu puas dengan kebersihan dan kondisi ruang makan serta desain interior restoran. Fasilitas Pendukung, Memiliki rata-rata skor sekitar 4.3, menunjukkan evaluasi positif terhadap kualitas WiFi dan ketersediaan peralatan makan. Kualitas Layanan Umum, Memperoleh rata-rata skor sekitar 4.8, menunjukkan kemudahan dan efisiensi dalam proses check-in dan check-out serta ketersediaan staf yang membantu. Respon terhadap Keluhan, Hotel menanggapi keluhan tamu dengan baik dengan skor rata-rata 4.4. Ulasan dan Peringkat Tamu, Hotel menerima ulasan rata-rata positif sebesar 4,6 dari tamu yang meninggalkan ulasan di platform ulasan.

2. Presentase Kepuasan



Presentase kepuasan yang tinggi, sekitar 92% hingga 96%, menunjukkan bahwa sebagian besar tamu merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Hotel Courtyard Bandung.

1.1 Pembahasan

Pengaruh Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Pengalaman pengunjung yang memuaskan mendapatkan pelayanan yang lebih baik secara konsisten akan meningkatkan kepuasan tamu. Tamu akan merasa lebih dihargai dan dilayani dengan baik, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kemungkinan mereka untuk kembali atau merekomendasikan hotel kepada orang lain. Peringkat dan ulasan yang lebih baik dapat menjadi evaluasi yang positif dari tamu, baik dalam bentuk peringkat bintang, ulasan online, atau laporan langsung, dapat meningkatkan citra hotel dan menarik lebih banyak tamu potensial. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) dalam model *Servqual* mereka, mereka mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai persepsi pelanggan terhadap perbedaan antara harapan mereka terhadap layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual layanan tersebut. Mereka mengidentifikasi lima dimensi kualitas



pelayanan yang terdiri dari tangibilitas, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Pengalaman yang memuaskan di hotel dengan pelayanan yang lebih baik cenderung membuat tamu lebih puas dan lebih tertarik untuk kembali di masa mendatang. Program kesetiaan yang sukses di hotel mungkin menawarkan insentif untuk tamu yang kembali secara berkala melalui program loyalitas atau insentif lainnya. Ini akan membantu hotel mempertahankan basis pelanggan yang stabil dan setia. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009) mereka memperluas pemahaman tentang kualitas pelayanan dengan menekankan pentingnya pengalaman pelanggan yang holistik. Mereka menyoroti pentingnya interaksi manusia, bukti fisik, dan proses layanan dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan.

Pelayanan yang lebih baik dapat mendorong penjualan tambahan seperti layanan kamar yang ditingkatkan, paket pengalaman makan yang eksklusif, atau acara khusus di restoran hotel. Peringkat hotel yang lebih tinggi sebagai akibat dari pengalaman yang memuaskan dapat memungkinkan hotel untuk menaikkan harga kamar, meningkatkan pendapatan per kamar yang tersedia. Secara keseluruhan, meningkatkan kualitas pelayanan di restoran Hotel Courtyard Bandung tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu tetapi juga meningkatkan kinerja operasional, citra merek, dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan. Ini menunjukkan betapa pentingnya investasi dalam pelatihan karyawan, inovasi layanan, dan pengelolaan pengalaman pelanggan secara holistik. Menurut Gronroos (2007) Gronroos menekankan pentingnya orientasi pelayanan, di mana fokusnya adalah pada hubungan antara penyedia layanan (restoran) dan pelanggan. Menurutnya,

kualitas pelayanan bukan hanya tentang produk atau proses, tetapi juga tentang interaksi antara pihak yang terlibat.

Pengaruh Meningkatkan Pemahaman Menu Sebagai Pramusaji

Kualitas layanan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan sangat dipengaruhi oleh pramusaji restoran yang lebih memahami menu. Pramusaji yang memahami setiap detail menu dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan akurat kepada tamu untuk memastikan mereka dapat membuat pilihan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Ini meningkatkan kepuasan tamu dan menghasilkan pengalaman makan yang lebih berharga dan unik. Selain itu, pemahaman yang baik tentang menu mengurangi kesalahan pesanan dan meningkatkan efisiensi layanan, yang dapat membantu restoran mengoptimalkan operasinya secara keseluruhan. Restoran dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar yang semakin kompetitif dan membangun citra sebagai destinasi kuliner yang terpercaya dan terpercaya dengan komunikasi yang lebih baik antara pramusaji dan dapur serta kontribusi dalam inovasi menu. Czinkota dan Ronkainen (2013): menunjukkan bahwa pramusaji dapat memberikan informasi yang akurat dan rinci kepada pelanggan dengan pemahaman yang baik tentang menu. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini meningkatkan reputasi restoran sebagai tempat yang berkualitas dan profesional.

Meningkatkan pemahaman pramusaji restoran tentang menu juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih terorganisir dan bersemangat. Pramusaji dapat lebih baik mengelola stok dan persediaan dengan memahami setiap hidangan dan minuman yang ditawarkan. Mereka dapat membantu merencanakan menu baru atau mengubah



menu yang ada, secara langsung mendukung rencana restoran untuk berkembang. Selain itu, pramusaji yang memahami menu dengan baik cenderung lebih termotivasi dan lebih puas dengan pekerjaan mereka karena mereka lebih siap untuk menjawab pertanyaan tamu dan memberikan layanan yang lebih baik. Ini meningkatkan lingkungan kerja dan retensi karyawan dalam jangka panjang. Boskov (2014): Menyebutkan bahwa pramusaji yang memiliki pemahaman yang dalam tentang menu mampu meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Mereka dapat menjelaskan dengan jelas tentang komposisi hidangan, rekomendasi terbaik, dan cara penyajian yang tepat, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman kuliner yang lebih baik.

Meningkatkan pengetahuan pramusaji restoran tentang menu juga sangat membantu dalam mengelola risiko dan keamanan pangan. Pramusaji menu yang terlatih dengan baik dapat dengan cepat menemukan tamu yang memiliki alergi makanan atau batasan diet. Menjaga kepuasan tamu dan keamanan mereka keduanya sangat penting. Pramusaji yang memahami secara menyeluruh bahan-bahan yang digunakan dalam setiap hidangan dapat mengurangi kemungkinan kontaminasi silang atau kesalahan penyajian yang dapat membahayakan kesehatan tamu. Pramusaji yang terlatih dengan baik dalam memahami menu juga dapat membantu memastikan kepatuhan terhadap standar kebersihan dan sanitasi, yang merupakan komponen penting dalam mendapatkan sertifikasi restoran dan menjaga reputasinya dalam hal keamanan. Menurut Bolton dan Drew (1991) menyoroti pentingnya pengalaman pelanggan dalam pemahaman menu. Mereka menekankan bahwa pramusaji yang memahami dengan baik menu dapat membantu dalam memenuhi harapan dan

kebutuhan pelanggan, yang secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Industri perhotelan dan restoran melihat kualitas pelayanan pada efisiensi operasional dan bagaimana interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan memengaruhi pengalaman secara keseluruhan. Pengalaman pelanggan yang memuaskan dapat dicapai melalui elemen seperti responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, personalisasi layanan, empati dalam menangani keluhan, dan kemampuan untuk menyediakan solusi yang cepat. Penggunaan metode penelitian kualitatif di Hotel Courtyard by Marriott Bandung menunjukkan betapa pentingnya mendengarkan dan memenuhi kebutuhan tamu saat memberikan layanan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pramusaji restoran harus memahami menu dengan baik. Pramusaji yang terlatih dengan baik tidak hanya dapat menjelaskan dengan jelas hidangan yang tersedia, tetapi mereka juga dapat memberikan saran yang sesuai dengan preferensi tamu. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini mengurangi kesalahan pesanan dan meningkatkan efisiensi operasional restoran.

Secara keseluruhan, kualitas layanan bukan hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga melebihi ekspektasi. Ini termasuk mengelola interaksi dengan pelanggan dengan baik, menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, dan investasi dalam pelatihan karyawan untuk memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan adalah pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes. *Journal of Marketing*, 55(1), 1-9.



- [2] Boskov, T. (2014). The Importance of Knowing the Menu for Servers in Upscale Restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(1), 49-61.
doi:10.1080/15378020.2014.857261
- [3] Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2013). *International Marketing* (10th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- [4] Gusnadi, D., Achmad, S. H., & Karsiwi, R. R. M. (2021). Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk Pastry Bakery Selama Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2315-2320.
- [5] Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition* (3rd ed.). Chichester, England: John Wiley & Sons.
- [6] Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [7] Moenir, A. S. (2005). *Pelayanan Publik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [8] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- [9] Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- [11] Rosianasfar. (2013). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Diakses dari <https://rosianasfar.com/kamus-besar-bahasa-indonesia/>
- [12] Suryawardani, B., Gusnadi, D., Wulandari, A., & Marcelino, D. (2022). Integration Kano Model and E-Servqual to Evaluate Online Travel Agent Services in Bandung 2022. *Jurnal Kawistara*, 12(3), 313-329.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN