
PENINGKATAN MUTU PELAYANAN RESTAURANT DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI AZZA HOTEL PALEMBANG

¹Trisninawati, ²Nurlela

¹Manajemen Perusahaan, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Darma, trisnina2000@yahoo.com

²Manajemen Perusahaan, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Darma, ellattge@gmail.com

Abstract - This research entitled *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at the Azza Hotel Palembang by Horizon*. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on guest satisfaction at Azza Hotel Palembang by Horison. Azza Hotel Palembang is a 2-star hotel that has been established since 2014. The type of research used in this study is descriptive research that uses a quantitative approach. Based on the results of this study that service quality consisting of reliability, certainty, reality, empathy and responsiveness has a significant influence on customer satisfaction and some research results indicate that technical matters still affect customer dissatisfaction

Keywords: Service quality, Customer satisfaction, Azza Hotel

Abstrak - Penelitian ini berjudul Peningkatan Mutu Pelayanan Restaurant dalam meningkatkan Kepuasan konsumen di Azza Hotel Palembang by Horison. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu di Azza Hotel Palembang by Horison. Azza Hotel Palembang merupakan hotel bintang 2 yang telah didirikan sejak 2014. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa mutu pelayanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan sebagian hasil penelitian menunjukkan bahwa hal-hal teknis masih mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan.

Kata kunci: Mutu pelayanan, Kepuasan pelanggan, Azza Hotel

1. Pendahuluan

Secara umum kepuasan akan tercapai apabila kinerja dan mutu pelayanan yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Walaupun memiliki berbagai produk layanan yang baik, namun semua hal di atas belum tentu membuat *customer* terpuaskan. Tingkat kepuasan *customer* tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya [1]. Jadi kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Kualitas jasa pelayanan ditentukan oleh 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu, penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) [1]. Pada industri Pariwisata, tujuan utama yang selalu ingin dicapai adalah keberhasilan dalam memberikan kepuasan maksimal kepada tamu karena dengan demikian, kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal akan tercapai. Memberikan pelayanan dengan mutu yang baik merupakan salah satu upaya yang mutlak untuk menimbulkan kepuasan bagi tamu. Namun, memberikan pelayanan yang bermutu yang sesuai dengan keinginan tamu bukanlah sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan oleh seorang waiters. Waiters berpotensi untuk melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan dan sistem operasional yang telah diterapkan bisa berpotensi untuk gagal.

Peluang bisnis pada sektor jasa tidak dapat dilepaskan dari dinamika, situasi dan kondisi faktor eksternal yang melingkupinya. Untuk dapat bertahan hidup dan memperoleh keuntungan yang wajar, usaha jasa dituntut untuk secara terus-menerus menyesuaikan produk jasanya dengan

kebutuhan masyarakat pengguna jasa. Hal ini disadari pula oleh *Santan Restaurant* di Azza Hotel Palembang yang berada di jalan kapten anwar sastro no 1296. Dalam persaingan, *Santan Restaurant* dituntut untuk secara terus-menerus dan konsisten untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat. *Santan Restaurant* harus melakukan berbagai jenis upaya dalam kegiatan pelayanannya, agar menarik dan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Pelaksanaan pelayanan terhadap konsumen merupakan salah satu perhatian konsumen dalam memilih suatu jasa khususnya *Santan Restaurant*. Pelaksanaan pelayanan terhadap konsumen sangat dipengaruhi oleh mutu dari pelayanan itu sendiri. Pelayanan *Santan Restaurant* selama ini mengutip untuk konsumen breakfast, dinner, lunch dan banquet. Sehingga penulisan dalam tugas akhir ini mengambil judul Peningkatan Mutu Pelayanan *Santan Restaurant* Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Azza Hotel sehingga pelayanan yang diberikan selama ini bisa ditingkatkan atau diperbaiki.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas

Kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen [2]. “Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen” [3]. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan [4]. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan [5]. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

Kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen [6]. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk/jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus disesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang ditujukan untuk pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sasaran. Ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa yaitu sebagai berikut [7]:

- 1) Berinvestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu:
 - a. Kompetensi: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan;
 - b. Kesopanan: ramah, sopan, dan menghargai orang lain.
 - c. Kredibilitas: dapat dipercaya;
 - d. Keandalan: melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat;
 - e. Responsibilitas: merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat;
 - f. Komunikasi: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.
- 2) Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
- 3) Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Selanjutnya, perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan [8].

2.2 Pelayanan

Jasa (*service*) merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual [9]. “Jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun” [9].

Pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu [10]. Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai. Sedangkan Kebijakan pelayanan umum yang baik terdiri dari: pelayanan yang mencakup indikator-indikator pelayanan yang cepat dan tepat, pelayanan langsung bagi pelayanan yang sifatnya sesaat, memiliki pedoman informasi pelayanan yang transparan, menempatkan petugas yang profesional, ada kepastian biaya dan melakukan survei atas pelayanan yang di berikan [11].

Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang di kembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang di sebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaannya” [12]. Pengharapan para pelanggan mencakup beberapa hal di antaranya, kualitas produk dan jasa, aksesibilitas, serta pelayanan pelanggan yang baik dan efisien. pengharapan pelanggan diatas juga di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut [13]:

- 1) Faktor produk.
- 2) Faktor Harga
- 3) Faktor Promosi
- 4) Faktor Lokasi

2.3 Kualitas pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [14]. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [15]. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu [15]:

- a. *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- b. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
- c. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan

-
- mengevaluasi.
- f. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
 - g. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan. "Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan" [16]. Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, Apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan [16].

2.3.2 Konsep kualitas pelayanan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai bahwa kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*international standardization organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan [17].

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan (gap) antara persepsi pelanggan atas kenyataan pelayanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang harus diterima. Konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Komponen layanan terdiri dari (1) *reliability* meliputi konsistensi kinerja dan keandalan. Artinya, organisasi menunjukkan pelayanan segera; (2) *responsiveness* adalah keinginan atau kesiapan pekerja dalam menyediakan pelayanan; (3) *competence* artinya menguasai keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan guna melakukan pelayanan; (4) *access* adalah kontak yang mudah dan dekat; (5) *courtesy* meliputi keramahan, respek, tenggang rasa, dan persahabatan dalam kontak personal (termasuk resepsionis, operator telepon, etc); (6) *communication* artinya memastikan pelanggan beroleh informasi dalam bahasa yang bisa mereka pahami serta mendengarkan mereka; (7) *credibility* meliputi kepercayaan, keyakinan, kejujuran. Ia meliputi pemunculan kondisi bahwa kepentingan pelanggan adalah segalanya; (8) *security* adalah kemerdekaan dari bahaya, resiko, atau keraguan; (9) *understanding/knowing the customer* meliputi melakukan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan; (10) *tangibles* meliputi tampilan fisik pelayanan seperti fasilitas fisik dari peralatan yang digunakan dalam penyelenggaraan pelayanan, penampilan staff saat bekerja, alat atau perlengkapan yang digunakan untuk menyelenggarakan pelayanan, perwakilan fisik dari layanan, seperti kartu kredit [18].

3. Metodologi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan dua metode penelitian yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan melalui kepustakaan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku ilmiah yang ada hubungannya dengan pembahasan yang dilakukan, serta mengumpulkan data-data yang bersifat teoritis.
2. Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan langsung pada objek penelitian di Azza Hotel Palembang dengan cara mengamati masalah-masalah yang sering terjadi dalam hal

pelayanan dan mengadakan wawancara secara langsung terhadap beberapa karyawan hotel yang berhubungan dengan bidang pelayanan makan minum

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Mutu Pelayanan

Pelayanan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masalah dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan ($E_p = Expectation$) dan pelayanan yang dirasakan ($P_p = Perception$) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan. Berdasarkan pengertian di atas terdapat tiga konsep kualitas layanan yaitu:

- a. Bermutu (*Quality Surprise*), bila kenyataan layanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- b. Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan pelanggan.
- c. Tidak bermutu (*unacceptable quality*) bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu [19]:

- a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

- c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

- e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

4.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat member umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut [20]:

- a. Sitem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang

disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi .

b. Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirinkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

4.4 Tanggung jawab dan Ruang Lingkup Waiters Dalam Pelayanan

Dalam kegiatan food and beverage, setiap waiters dituntut untuk selalu bersifat cooperative dan conscientious yang artinya selalu mengutamakan kerja sama serta memiliki sifat yang teliti. seorang waiters harus selalu memiliki sifat ramah dan selalu tersenyum dengan penuh keikhlasan. Tugas seorang waiters adalah menyiapkan pesanan makanan dan minuman yang dipesan oleh tamu dan melayani keperluan tamu. selain itu, waiters juga mempunyai tugas lain, yaitu:

- a. Melaksanakan clear up.
- b. Menerima pesanan permintaan tamu dan mengambil pesanan itu dari kitchen.
- c. Menyiapkan service equipment.
- d. Menukar linen yang kotor ke linen room

Selain itu, waiters juga mempunyai tanggung jawab, yaitu

- a. Bertanggung jawab atas inventaris peralatan dan perlengkapan pelayanan.
- b. Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian area kerja di *restaurant*.
- c. Bertanggung jawab kepada F & B manager.

4.5 Kegiatan waiters untuk meningkatkan keterampilannya

Kegiatan waiters yang berada di Azza Hotel Palembang untuk meningkatkan keterampilannya adalah :

a. Pelatihan (*Training*)

Pada Azza Hotel Palembang, para karyawan yang masuk biasanya akan diberikan satu program yang dinamakan pelatihan. program ini adalah program untuk melatih pengetahuan tentang pelayanan atau waiters. karena dengan adanya program ini akan membuat seorang waiters bekerja secara efektif dan efisien. Pada program pelatihan ini, akan diberikan penjelasan mengenai fasilitas dan peralatan dan perlengkapan yang dimiliki oleh *Santan Restaurant*. disini waiters juga akan diajarkan bagaimana cara melayani tamu yang selama ini telah diterapkan di Azza Hotel Palembang, mulai dari pemberian salam ketika tamu datang sampai dengan menata kembali meja dan peralatan setelah tamu meninggalkan *Santan Restaurant*.

b. Pertemuan (*Briefing*)

Untuk tetap menjaga kenyamanan dan kepuasan tamu yang datang ke *Santan Restaurant*, maka harus selalu dilakukan pertemuan (*briefing*), yang dipimpin oleh *Food and Beverage Manager*, *Assistant Restoran Manager* maupun *Captain*. Di Azza Hotel Palembang, *briefing* biasanya dilaksanakan pada pagi hari sebelum bekerja dan sehabis *morning shift* yang akan berganti dengan *evening shift*. Pada *briefing* akan dijelaskan hal – hal yang telah terjadi pada *morning shift* dan memberikan pengarahan terhadap petugas *evening shift*, dan hal – hal yang harus dilaksanakan pada saat *evening shift*. misalnya akan diadakannya suatu event yang membutuhkan penanganan yang efektif dan efisien dari setiap waiters.

3.4 Mutu Pelayanan Restaurant di Azza Hotel Palembang

Berdasarkan hal-hal yang sudah di uraikan sebelumnya, bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Diantaranya yaitu pelayanan, terutama untuk industri jasa di mana pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Konsep dari kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Azza Hotel Palembang telah menerapkan standar pelayanan bagi karyawan-karyawannya terutama untuk pelayan (*waiters/waitress*) di *Santan Restaurant*. Adapun standar pelayanan yang ditetapkan oleh Azza Hotel sebagai berikut:

1. Keramahan: Melayani secara sopan, dengan senyuman dan bersikap santun
2. Kesungguhan: Melayani dengan semangat dan konsentrasi penuh
3. Kecepatan: Melayani sesuai standar waktu yang telah ditetapkan dan berusaha untuk lebih cepat
4. Kehangatan: Melayani dengan gembira dan penuh perhatian
5. Kepedulian: Melayani dengan rasa peduli, baik kepada sesama maupun lingkungan
6. Ketulusan: Melayani sepuas hati

Keenam hal di atas merupakan standar pelayanan yang diterapkan di Azza Hotel Palembang. Setiap departemen yang ada di hotel harus menerapkan ke enam standar tersebut.

Adapun pengukuran kepuasan yang dilakukan oleh manajemen Azza Hotel Palembang. Dengan menggunakan review komentar dari *Online Travel Agent* (Traveloka, Tiket.com dan myhorison.com) berikut merupakan gambar-gambar yang diambil secara langsung dari *Online Travel Agent*. Berdasarkan pengukuran kepuasan yang dipilih secara random menunjukkan bahwa sebagian tamu yang menginap dan menggunakan fasilitas restaurant merasa puas atas pelayanan yang dilakukan oleh *waiters* dan *waitress* bahwa *complaint* banyak terjadi saat breakfast ada pun upaya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan pelayanan breakfast, seperti melakukan pekerjaan sesuai dengan *Daily Check list* karena di dalam *Daily Check list* Pekerjaan akan dilakukan secara struktur, mencicipi rasa dari setiap makanan yang akan disajikan pada saat breakfast di *Santan Restaurant*, mempersiapkan *serving dish* untuk setiap makanan yang disajikan saat breakfast agar tetap terjaga dengan baik di *Santan Restaurant*. Seperti mengecek persiapan dari *serving dish* agar makanan yang harusnya tersaji dalam keadaan hangat, akan tetap hangat hingga jam closing breakfast, mengecek temperature di salad bar karena buah harus tetap segar hingga jam closing breakfast, mengecek kebersihan *Santan Restaurant*, selalu siaga untuk men *clean up* piring dan gelas ketika tamu telah selesai breakfast, selalu aktif untuk bertanya langsung ke tamu mengenai pelayanan restaurant dengan menggunakan *guest comment* yang bias menjadi masukan dan bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan di *Santan Restaurant*. Dalam mengatasi ketidakpuasan terhadap pelayanan, manajemen telah memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menggunakan pengukuran kepuasan sesuai dari standar yang ditentukan sehingga dapat diketahui mana staff yang belum memenuhi standar pelayanan dan dapat diberikan training mengenai standar pelayanan yang benar menurut standar manajemen.

5. Kesimpulan

Demi memperoleh kepuasan tamu, Azza Hotel Palembang menerapkan standar pelayanan pada semua karyawan termasuk *waiters* dan *waitress*, berupa nilai-nilai keramahan, kesungguhan, kecepatan, kehangatan, kepedulian dan ketulusan. Pengukuran kepuasan pun telah dilakukan oleh pihak manajemen sebagai tolak ukur keberhasilan penanaman nilai tersebut kepada setiap

karyawan. Hasil yang di peroleh menunjukkan bahwa hampir sebagian besar tamu di *Santan Restaurant* merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *waiters* dan *waitress*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan ada sebagian besar tamu merasa masih belum puas, namun hal ini disebabkan karena hal teknis seperti makanan yang kurang hangat, refill makanan yang cukup lama. Sehingga dibutuhkan ketelitian dan perhatian terhadap hal teknis seperti pengapian bagi makanan, tingkat suhu ac di *restaurant*, kebersihan lantai dan meja, serta kebersihan dari semua peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan tamu pada saat breakfast, makan siang dan makan malam.

Referensi

- [1] Abdullah, Thamrin & Francis Tantri (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [2] Abdurrahman, Maman & Sambas Ali. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia
- [3] Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- [4] Aryani, Dwi & Febrina Rosinta, (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmiah Administrasi dan Organisasi*, 17 (2), 114-126.
- [5] Atmaja, Aditama Kusuma. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Tiket Garuda di PT Fatah Fantastic Tour and Travel Bogor)*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- [6] Barata, Atep Adya. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media
- [7] Djiptono, Fandy, (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- [8] Fachrurrazi, Sayed. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Speedy di Bandung Tahun 2011*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- [9] Gage, Susan M. 2006. *Seri Manajemen; Strategi Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: ARGO Publisher.
- [10] Herlistyani, Listien dkk. (2012). *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, 1 (1), 1-14*
- [11] Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi kedua belas. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga
- [12] Kotler dan Armstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Wisnu Chandra Kristiaji. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga
- [13] Kristiadi, JB. (1994). *Revitalisasi Birokrasi dalam Meningkatkan Pelayanan Prima*. *Bisnis dan Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Nomer 3/Volume II/September 1994, Universitas Indonesia.
- [14] Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Universitas Terbuka
- [15] Marcel, Davidson, (2003). *Service Quality in Concept and Theory*. USA: American Press
- [16] Nasution, 2004, *Hukum Perliindungan Konsumen, Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media
- [17] Samuelson, Paul, William D, Nordhaus. (2000). *Macro Ekonomi*, Jakarta : Airlangga.
- [18] Stemvelt, Robert C., (2004). *Perception of Service Quality*. Massachusetts: Allyn and Bacon,
- [19] Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta Barat: PT Indeks
- [20] Zulian, Yamit. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia