

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA RESTAURANT DAN COFFEE SHOP HOTEL PANGERAN PEKANBARU

Denny Herly Reza & Mariaty Ibrahim

dny_herly@yahoo.com

Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

Abstract

The purpose of this study was to determine the quality of service in the Restaurant and Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru and to determine the limiting factor in providing services in the Restaurant and Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru.

As for the population in this study were the guests who visited the Restaurant and Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru. Due to lack of funds and personnel, the authors took a sample using random sampling method using a sample adequacy formula (Slovin) sampling technique is used to determine if the sample object to be studied too much or very wide data sources. To the authors take a representative sample populasi Restaurant and Coffee Shop at Hotel Pangeran Pekanbaru with a sample of 100 people. Data analysis using descriptive analysis.

The results are from the customer side, choose Restaurant and Coffee Shop at Hotel Pangeran Pekanbaru in particular is determined by various factors, especially empathy, which is related to the attitude of officers Restaurant and Coffee Shop in providing guest service needs, concerns a complaint against the officer, communications officer waitress by guest Restaurant and Coffee Shop and personalized attention by officers waitress. Later followed by other factors, namely responsiveness, assurance, tangible, and reliability. Limiting factor in providing services to guests Restaurant and Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru is the factor of lack of communication between officers with a Restaurant and Coffee Shop, facilities and infrastructure are inadequate attitudes and behaviors as well as guests to the official Restaurant and Coffee Shop itself is less fun.

Keywords: Emphaty, Responsiveness, Assurance, Tangible, Reliability

PENDAHULUAN

Provinsi Riau sebagai salah satu kawasan yang sangat strategis, karena terletak dalam jalur perdagangan internasional dan berbatasan langsung dengan 2 negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura, maka pembangunan sector pariwisata di Riau dapat mendorong dan mempercepat laju pertumbuhan ekonomi maupun pertumbuhan di sector lainnya sehingga pembangunan sector pariwisata tidak dapat dipisahkan dengan sector lainnya. Demikian juga sebaliknya, untuk mencapai tujuan dari pembangunan sector pariwisata tersebut maka sangat diperlukan adanya penyediaan sarana dan prasarana yang menunjang seperti sarana akomodasi perhotelan sebagai tempat menginap para wisatawan baik asing maupun domestic.

Suatu perusahaan jasa perhotelan memiliki tujuan yang mencakup dalam beberapa aspek seperti volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang tujuan perusahaan perhotelan senantiasa dapat berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya. Usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak selalu dapat sepenuhnya dilaksanakan oleh perusahaan jasa perhotelan tersebut.

Adapun pengertian hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan, penginapan, makan, minum serta jasa lainnya.

Hotel Pangeran merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan dan memiliki lokasi yang sangat strategis di Kota Pekanbaru, merupakan hotel yang berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap tamu-tamunya, baik dari segi kermahan, kenyamanan, ketepatan waktu pelayanan dan kecepatan pelayanan.

Restaurant dan Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru merupakan tempat penyajian makanan dan minuman pada Hotel Pangeran. Kebijakan yang ditempuh Hotel Pangeran Pekanbaru merupakan penentu kelangsungan hidup perusahaan, tingkat kunjungan tamu yang datang ke Restaurant dan Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh pihak Hotel, maka manajemen hotel dituntut untuk membaca peluang serta keinginan konsumen dengan merespon keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Pelayanan merupakan salah satu yang terpenting dalam memasarkan suatu jasa khususnya jasa pada Restaurant dan Coffee Shop. Adanya pelayanan yang baik dari pihak pramusaji dan waitress kepada tamu yang berkunjung akan menimbulkan kepuasan dari pengunjung dan memberikan informasi atau iklan dari mulut ke mulut ke pihak lain atas pelayanan yang telah diberikan. Adapun yang

dimaksud dengan pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen atau tamu yang berkepentingan sehingga sesuai dengan keinginan tamu atau pengunjung dan akan menimbulkan kesan tersendiri (Azrul, 1998: 16).

Secara umum pelayanan jasa mempunyai dimensi atau dapat diukur dari keramahan yang ditunjukkan pegawai, kesopanan, sikap dapat dipercaya dan hubungan komunikasi yang baik, kenyamanan yakni rasa nyaman atas ruangan pada Restaurant dan Coffee Shop, kecepatan waktu yaitu kemauan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, ketepatan waktu adalah keinginan para karyawan pada Restaurant dan Coffee Shop untuk menyajikan menu yang dipesan para tamu dan memberikan pelayanan dengan tepat tanpa melakukan kesalahan.

Berdasarkan pengamatan awal diketahui bahwa pelayanan yang diberikan di Restaurant dan Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru masih memiliki beberapa kendala atau kelemahan-kelemahan seperti petugas di bagian *Food and Beverage Service* yang kurang cepat dan kurang tepat waktu dalam melayani pesanan tamu.

Dari uraian di atas diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan untuk mengedepankan kepuasan tamu merupakan hal yang paling diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

METODE

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian pada Restaurant dan Coffee Shop Hotel Pangeran Pekanbaru Jalan Jenderal Sudirman No. 371-373 Tangkerang. Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari hingga Mei 2013.

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu pengumpulan data melalui wawancara dan pemberian kuesioner dalam hal ini tamu yang menginap pada Hotel Pangeran Pekanbaru maupun tamu yang berasal dari luar hotel, yang mencakup data tentang kualitas pelayanan jasa yang diberikan selama berkunjung ke Restaurant dan Coffee Shop. Yang kedua adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Hotel Pangeran berkaitan dengan objek penelitian Hotel dan struktur organisasi serta menyangkut penelitian ini.

Untuk mengumpulkan data, maka teknik yang digunakan adalah angket dan observasi. Angket adalah pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan lebih dahulu dan selanjutnya diberikan dan ditanyakan langsung kepada setiap tamu yang berkunjung. Observasi yaitu dengan cara pendekatan langsung

pada objek penelitian guna melihat keadaan yang sebenarnya tentang hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS JASA

Hotel merupakan salah satu bentuk organisasi bisnis dalam bidang jasa yang pada dasarnya sangat memerlukan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kondisi sekarang telah menunjukkan masyarakat mulai sensitif dan kritis dalam memilih jasa. Untuk mempertahankan kelangsungan usahanya hotel sangat tergantung pada pelanggan terutama pada produk yang ditawarkan. Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan melalui kuesioner maka diperoleh gambaran mengenai kelima factor dalam kualitas pelayanan sebagai berikut: tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance. Tangible yaitu kondisi sarana dan prasarana seperti kondisi bangunan, perlengkapan, peralatan makan dan minuman dan kondisi areal parkir. Emphaty yaitu kesiapan pihak Restaurant dan Coffee Shop dalam mengatasi keluhan konsumen dan keterampilan karyawan dalam mengatasi dan menyelesaikan keluhan konsumen. Reliability adalah kehandalan dan kecepatan dalam melaksanakan tugas, kemudahan memperoleh pelayanan. Responsiveness yaitu daya tanggap karyawan yang meliputi kesabaran, kecepatan dalam memberikan pelayanan, dan membantu mengatasi permasalahan konsumen. Assurance yaitu jaminan pelayanan yang diberikan sesuai dengan perjanjian kerja, rasa aman saat menggunakan jasa dan kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Azrul, Chairul, 1998, Manajemen Pelayanan Tamu Hotel, Angkasa Group, Jakarta

Cusson, Robert R, 2005, Manajemen Pemasaran Jasa, Terjemahan Edwardus, Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Phillip, 2005, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Terjemahan Adi Zakaria Afif, Edisi Ketujuh, Penerbit LPFEUI, Jakarta

Lovelock, Cristopher H, dan Lauren Wright, 2009, Manajemen Pemasaran Jasa, Terjemahan Agus Wiyantoro, Penerbit Indeks, Jakarta.

Swastha, Basu, 2005, Azas-Azas Marketing, Penerbit Liberty, Yogyakarta.