

Kualitas Pelayanan pada Napa Eatery and Bar di Ascent Premiere Hotel and Convention Malang

Septia Herawati Ashari¹, Bagus Indra Tjahyadi^{2*}

^{1,2} Universitas Muhammdiyah Jember septiaherawati96@gmail.com, bagusindra@unmuhiember.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Napa Eatery and Bar. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan dan metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian data yang diperoleh dianalisis untuk menarik kesimpulan sesuai dengan judul yang disajikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Napa Eatery and Bar sudah sesuai dengan keinginan tamu. Berdasarkan pengamatan menunjukkan bahwa pelanggan mengutamakan kualitas makanan, seperti: Penampilan menarik, menu beragam, rasa enak dan suhu makanan yang sesuai, serta didukung dengan lingkungan restoran yang nyaman.

Katakunci: Kualitas Pelayanan, Eatery and Bar

DOI: <https://doi.org/10.47134/pjpp.v1i1.1890>

*Correspondensi: Bagus Indra Tjahyadi

Email: bagusindra@unmuhiember.ac.id

Received: 07-09-2023

Accepted: 14-10-2023

Published: 26-11-2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The purpose of this research is to determine the quality of service provided by Napa Eatery and Bar. This research was carried out for six months and the data collection method was carried out through observation, interviews and documentation, then the data obtained was analyzed to draw conclusions according to the title presented. The results of this research indicate that the service quality of Napa Eatery and Bar is in accordance with guests' wishes. Based on observations, it shows that customers prioritize food quality, such as: Attractive appearance, varied menu, good taste and appropriate food temperature, and supported by a comfortable restaurant environment.

Keywords: Quality of Service, Eatery and Bar

Pendahuluan

Organisasi pariwisata dunia UNWTO memprediksi industri pariwisata akan pulih dari pandemi. Pariwisata telah menjadi industri yang paling terkena dampak pandemi selama dua tahun berakhir (Wang, 2019). Pada tahun 2022, industri pariwisata akan pulih melalui berbagai langkah yang akan berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan. Menurut (Sharma, 2019) menjadi tahun yang sangat berat bagi pariwisata dan industri kreatif akibat pandemi. Berdasarkan data yang dihimpun UNWTO, pemulihan industri pariwisata kawasan Eropa tahun ini cukup jelas, bahkan jumlah wisatawan semakin dekat nilai sebelum nilai pandemi adalah 74 persen (Meesala, 2018). Dinas Pariwisata Kota (Disparpar) Malang menyebut industri pariwisata yang beberapa waktu lalu terpuruk akibat peningkatan kasus positif Covid-19 mulai pulih. Industri pariwisata regional mulai pulih dan hotel menawarkan berbagai jenis program konferensi, insentif, konvensi, dan pameran (MICE) (Fatima, 2018).

Ascent Premiere Hotel and Convention Malang merupakan hotel bintang 4 di Kota Malang, Jawa Timur. Pada tahun 2020, Hotel Ascent Premiere adalah perusahaan real estate wisata yang menyediakan akomodasi dan layanan akomodasi, yang berarti pembelian Hotel Balava (Rita, 2019). Di antara hotel-hotel tersebut, kami berlokasi di pusat kota Malang, satu-satunya hotel berbintang lima yang dapat diakses dari arah selatan, berada satu kompleks dengan stasiun Kotalama, sangat dekat dengan pusat niaga dan pelayanan publik kota Malang (Ning, 2018). The Ascent Premiere Hotel and Convention Malang memiliki total 128 kamar yang terbagi dalam tiga kategori Superior, Deluxe, dan Suite.

Hotel ini juga memiliki dua departemen makanan dan minuman, yaitu Food and Beverage Products dan Food Services. Departemen Makanan dan Minuman (Ladds, 2020). Bertanggung jawab atas pelayanan makanan di ruang makan. Bertanggung jawab untuk menyajikan minuman seperti koktail, mocktail, dan kopi (Ju, 2019). Layanan makanan dan minuman dibagi menjadi beberapa area seperti kamar, pesta, dan bar. sering disebut sebagai pelayan.

Menurut (Malhotra, 2012) Jasa makanan dan minuman adalah industri yang tugas utamanya menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman untuk tamu di dalam dan di luar hotel, serta menyajikan makanan dan minuman di dalam hotel, termasuk restoran, bar, pesta, dan layanan kamar (Pelau, 2021). Hotel di luar biasanya disediakan untuk tamu grup/grup besar dan memerlukan pemesanan terlebih dahulu

Menurut (Sandy, n.d.) Hasil uji regresi membuktikan variabel mutu layanan memberikan pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Artinya faktor mutu layanan yang diukur melalui staf dan karyawan hotel berpenampilan rapi dan menarik, staf dan karyawan hotel senantiasa berperilaku sopan dalam melayani pelanggan, staf dan karyawan hotel konsisten cepat tanggap dalam memberikan layanan kepada pelanggan, staf dan karyawan hotel memiliki kompetensi (keterampilan, pengetahuan) yang baik, dan staf dan karyawan hotel memahami serta mengetahui yang menjadi kebutuhan pelanggan ialah faktor yang menetapkan kepuasan pelanggan pada Hotel Bintang IV di Jember.

Napa Eatery And Bar adalah salah satu restoran dan bar utama yang telah menjadi ikon. Terinspirasi oleh NAPA Valley USA, NAPA Restaurant and Bar terletak di lantai atas gedung hotel dan menawarkan pemandangan kota yang indah. Malang langsung dari atas gedung untuk menikmati masakan fusion NAPA-Asia (Gupta, 2018). Sebuah restoran dan bar utama yang ikonik, Napa Eatery And Bar menawarkan menu a la carte dan prasmanan, memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan individu juga (Li, 2020). Berdasarkan data sebelumnya, penulis menemukan bahwa pelayanan yang diberikan kepada tamu membuat pelanggan menunggu pesannya. Di restoran yang ramai, pelayanan terkadang lambat dan tidak responsif saat tamu membutuhkan sesuatu, dan terkadang tamu puas

Metode

Desain Penelitian

Karena sifatnya, tipe data dibagi lagi menjadi dua kategori: data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data Kualitatif

Menurut Bogdan Taylor (Sujarweni, 2014), metodologi penelitian kualitatif memerlukan pengumpulan informasi deskriptif dalam bentuk pernyataan tesis atau proposal tesis serta asumsi yang mendasari materi pelajaran. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan deskripsi yang terperinci tentang bahasa, sastra, dan aktivitas intelektual yang berasal dari individu, kelompok orang, komunitas, atau organisasi tertentu dan yang di nilai secara holisti, komprehensif, dan menyeluruh pada yang bersangkutan.

2. Data Kuantitatif

Menurut Kasirani (Sujarweni, 2014) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu proses data mining, yang menggunakan data numerik sebagai alat untuk analisis data dari apa yang diketahui.

Teknik Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2013) mengatakan bahwa mempelajari cara mengumpulkan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian karena pengumpulan data merupakan tujuan utama. Peneliti tidak dapat memperoleh data baku jika tidak mengetahui cara mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, wawancara, observasi dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2013), pengertian wawancara adalah sebagai berikut: Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penelitian untuk kata pengantar mengidentifikasi masalah yang akan diteliti dan memperoleh informasi yang lebih rinci dari responden. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang sistematis dan terorganisir.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses kompleks yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling penting adalah proses persepsi dan memori.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental. Dokumen tertulis misal: buku harian, biografi, sejarah, biografi, aturan, instruksi. Dokumen dalam bentuk gambar, seperti misal: gambar hidup, sketsa, dll. Peneliti menggunakan dokumentasi penelitian untuk mengkonfirmasi hasil penelitian. Kumpulkan informasi berupa foto model dengan cara memotret diri sendiri sedang bekerja menyiapkan sarapan, makan siang, atau makan malam. Dan pertanyaan tentang nama penulis.

Teknik Analisis Data

Bergantung pada industri dan tujuan analisis, hal ini dapat terjadi dengan berbagai metode dan teknik untuk melakukan analisis. Semua metode analisis data ini terutama didasarkan pada dua jenis teknik data yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

Teknik Analisis Deskriptif

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data ini adalah dengan mendeskripsikan, menjelaskan, dan menggambarkan secara sistematis informasi yang diperoleh selama kegiatan On The Job Training II.

Hasil dan Pembahasan

Napa Eatery and Bar adalah salah satu restoran Ascent Premier Hotel and Convention Malang yang tersedia untuk pelanggan di dalam dan di luar hotel. Jasa penginapan disebut sebagai perhotelan menjual perhotelan yang terdiri dari akomodasi makanan dan minuman.

Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting yang harus dijaga oleh setiap restoran agar kesalahan dapat diminimalisir dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menjaga kualitas layanan ini merupakan upaya terus menerus untuk meningkatkan layanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Shen, 2018).

Untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan, restoran menyediakan pramusaji dengan panduan layanan pelanggan. *Service manual* seperti prosedur pelayanan yang meliputi penyambutan dan melayani tamu di tempat sejak tamu tiba di restoran hingga meninggalkan restoran (Gong, 2018). Panduan ini mencakup kata-kata dan sikap yang harus digunakan pramusaji saat berhadapan dengan tamu.

Menurut (Nasution, 2004) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan Menurut (Lupiyoadi, 2014) salah satu studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepadapihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan fisik 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.

2. Reliabilitas (*reliability*)

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.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas (Shankar, 2019). Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*countesy*).

5. Empati (*empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen (Egert, 2018). Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

Kualitas pelayanan pada Napa Eatery and Bar didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: Berwujud, Reliabilitas, daya tanggap, Jaminan, empati. Di dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)

Termasuk dalam studi ini: Penampilan, pelayan dan materi komunikasi. Dimensi tangible ditentukan oleh indikator-indikatornya, yaitu bagaimana Napa Eatery and Bar menangani barang-barangnya, fasilitas apa yang disediakan Napa Eatery and Bar, bagaimana penampilan pramusaji dan pelayan, dan apa yang disediakan Napa Eatery and Bar (García-Fernández, 2018). Indikator pengukuran dapat dijelaskan sebagai berikut: Kualitas pelayan dan pelayan layanan di Napa Eatery and Bar di mana Napa Eatery and Bar memiliki fasilitas yang masuk akal.

2. Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas adalah kemampuan untuk memberikan kinerja yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Kualitas dan keandalan layanan Napa Eatery and Bar ditentukan oleh indikator akurasi, standar layanan, proses pemesanan, dan layanan makanan Napa Eatery and Bar (Choi, 2020). Proses pemesanan layanan makanan Napa Eatery and Bar tertunda di dapur, telah memenuhi kinerja.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Berdasarkan pengamatan, tingkat ketanggapan ditentukan oleh indikator yang menunjukkan kesediaan dalam menanggapi permintaan pelanggan (Suhartanto, 2019). Waiter dan waitress di Napa Diner and Bar memahami SOP dan deskripsi pekerjaan yang harus mereka penuhi, sehingga layanan optimal.

4. Jaminan (*assurance*)

Assurance adalah kemampuan memberikan jaminan, memastikan kompetensi dan kesopanan para pramusaji, serta menanamkan kepercayaan dalam proses pelayanan di Napa Eatery and Bar. Dimensi keselamatan ini ditentukan oleh indikator-indikator yaitu jaminan keamanan dan kenyamanan, pengetahuan dan keterampilan pramusaji. Napa Eatery and Bar menawarkan jaminan keamanan dan kenyamanan kepada konsumen yang datang berbelanja (Farooq, 2018). Selain itu, pramusaji juga memiliki keterampilan dan pengetahuan.

5. Empati (*emphaty*)

Sikap seorang pelayan saat melihat pelanggan adalah tersenyum dan menyapa mereka. Ada bahasa lisan dan ada bahasa nonverbal, ada bahasa nonverbal seperti senyum, ada bahasa lisan seperti mengatakan apa saja, bapak ibu (Pham, 2019). Selain berkomunikasi dan melayani pelanggan yang datang ke toko, pelayan mengunjungi konsumen dan menawarkan menu kepada mereka. Barisan dimensi empati dapat dijelaskan sebagai berikut: Para pelayan selalu berhubungan dan menjaga pelanggan, dan pelanggan dilayani tepat waktu.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Napa Eatery and Bar memiliki fasilitas yang memadai, penataan barang dan penampilan para pramusaji yang rapi dan teratur.
2. Pelayan memegang peranan penting dalam mendukung operasional Napa Eatery and Bar, terutama dalam menyajikan makanan dan minuman berkualitas untuk menjamin kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Choi, Y. (2020). Service robots in hotels: understanding the service quality perceptions of human-robot interaction. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(6), 613–635. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1703871>
- Egert, F. (2018). Impact of In-Service Professional Development Programs for Early Childhood Teachers on Quality Ratings and Child Outcomes: A Meta-Analysis. *Review of Educational Research*, 88(3), 401–433. <https://doi.org/10.3102/0034654317751918>
- Farooq, M. S. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67, 169–180. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.12.008>
- Fatima, T. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 35(6), 1195–1214. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2017-0031>

- García-Fernández, J. (2018). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers. *Sport Management Review*, 21(3), 250–262. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.003>
- Gong, W. (2018). Privacy-Aware Multidimensional Mobile Service Quality Prediction and Recommendation in Distributed Fog Environment. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2018. <https://doi.org/10.1155/2018/3075849>
- Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, 68, 35–47. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.06.001>
- Ju, Y. (2019). Exploring Airbnb service quality attributes and their asymmetric effects on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 342–352. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.07.014>
- Ladds, E. (2020). Persistent symptoms after Covid-19: qualitative study of 114 “long Covid” patients and draft quality principles for services. *BMC Health Services Research*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s12913-020-06001-y>
- Li, Y. (2020). Service quality, perceived value, and citizens’ continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information and Management*, 57(3). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. (2012). *Food and Beverage Service Operational*. Andi Offset.
- Meesala, A. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*. Ghalia Indonesia.
- Ning, Z. (2018). A cooperative quality-aware service access system for social internet of vehicles. *IEEE Internet of Things Journal*, 5(4), 2506–2517. <https://doi.org/10.1109/JIOT.2017.2764259>
- Pelau, C. (2021). What makes an AI device human-like? The role of interaction quality, empathy and perceived psychological anthropomorphic characteristics in the acceptance of artificial intelligence in the service industry. *Computers in Human Behavior*, 122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106855>
- Pham, L. (2019). Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0136-3>
- Rita, P. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Sandy, S. R. O. (n.d.). Kajian Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Selama Masa Transisi Covid-19 (Pada Hotel Bintang IV Di Jember). *Sadar Wisata : Jurnal Pawirisata*, 6(1), June 2023.

-
- Shankar, A. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1119–1142. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0063>
- Sharma, S. K. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Shen, X. L. (2018). Channel integration quality, perceived fluency and omnichannel service usage: The moderating roles of internal and external usage experience. *Decision Support Systems*, 109, 61–73. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.01.006>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Suhartanto, D. (2019). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(1), 81–97. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546076>
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Wang, W. T. (2019). The impact of inertia and user satisfaction on the continuance intentions to use mobile communication applications: A mobile service quality perspective. *International Journal of Information Management*, 44, 178–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.011>