

FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN *BUFFET BREAKFAST* DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

Kartika Dewi¹, Monika Tiodina Ulina Limbong²

¹AKPAR BSI Bandung, kartikadewi31294@gmail.com

²AKPAR BSI Bandung, monikaulina88@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan tamu dalam hal kualitas makanan, layanan, suasana, dan pengalaman secara keseluruhan sangat memengaruhi reputasi hotel serta kemungkinan tamu untuk kembali atau merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain. Restoran yang sukses dalam memenuhi harapan dan kebutuhan tamu tidak hanya meningkatkan pendapatan langsung melalui penjualan makanan dan minuman, tetapi juga memperkuat citra hotel sebagai destinasi penginapan yang unggul. Oleh karena itu, manajemen hotel harus memberikan perhatian khusus terhadap pengelolaan dan peningkatan kualitas layanan di restoran, serta merancang strategi yang dapat memastikan kepuasan tamu yang konsisten untuk menjaga daya saing dan pertumbuhan bisnis hotel dalam industri yang kompetitif ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan saat menikmati sarapan dengan konsep buffet di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang terkait dengan kualitas makanan dan minuman, kualitas pelayanan, suasana tempat, dan ragam menu yang ditawarkan. Diharapkan, hasil analisis ini akan memberikan wawasan yang mendalam kepada manajemen hotel mengenai pentingnya kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan mutu hotel secara keseluruhan.

Kata Kunci: Restoran; Kepuasan Pelanggan; Layanan Buffet Breakfast

ABSTRACT

Guest satisfaction in terms of food quality, service, ambiance, and overall experience greatly affects the hotel's reputation and the likelihood of guests returning or recommending the hotel to others. A restaurant that succeeds in meeting guests' expectations and needs not only boosts direct revenue through food and beverage sales but also strengthens the hotel's image as a superior lodging destination. Therefore, hotel management must pay special attention to managing and improving the quality of service in the restaurant, as well as designing strategies to ensure consistent guest satisfaction to maintain competitiveness and business growth in this competitive industry. This research aims to delve into the factors influencing customer satisfaction levels when enjoying breakfast with a buffet concept at The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung. Using a qualitative research approach, this study identifies and analyzes various factors related to the quality of food and beverages, quality of service, ambiance, and the variety of menu offerings. It is hoped that the results of this analysis will provide the hotel management with in-depth insights into the importance of customer satisfaction in efforts to improve the overall quality of the hotel.

Keywords: *Restaurant, Customer Satisfaction, Breakfast Buffet Service*

PENDAHULUAN

Hotel adalah sebuah bangunan atau kompleks bangunan yang menyediakan fasilitas penginapan sementara bagi tamu yang membayar. Hotel biasanya dilengkapi dengan kamar tidur, kamar mandi, dan fasilitas umum seperti restoran, ruang pertemuan, kolam renang, dan area parkir. Tujuan utama hotel adalah memberikan kenyamanan, keamanan, dan pelayanan kepada tamu yang menginap untuk jangka waktu tertentu (Mbulu and Rossi 2023).

Hampir semua tamu hotel akan memiliki pengalaman sarapan di restoran hotel tersebut, yang berarti Restoran memiliki peran besar dalam kepuasan pelanggan. Restoran memiliki tantangan untuk melayani dan memastikan segala kebutuhan tamu terpenuhi baik itu dari segi keramahan yang diberikan, kebersihan dan kenyamanan tempat, kualitas makanan dan minuman yang tersedia, dan lain-lain. (Lafifa and Sandy 2023). Departemen Food and Beverage Services, merupakan salah satu departemen kunci dalam industri perhotelan yang bertanggung jawab atas penyediaan makanan, minuman, dan layanan terkait kepada tamu. Food & Beverage Services bertujuan untuk memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan kepada tamu, baik melalui penyediaan menu berkualitas, pelayanan yang ramah, maupun suasana yang nyaman. Selain itu, departemen ini juga memiliki peran penting dalam menghasilkan pendapatan bagi hotel melalui penjualan makanan dan minuman serta layanan terkait, sehingga pengelolaan departemen ini dengan efisien dan efektif sangatlah vital bagi kesuksesan operasional dan keuangan hotel (Pangestu, Lestari, and Sukaarnawa 2023). Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan dan reputasi sebuah restoran. Ketika pelanggan merasa puas, baik dari segi kualitas makanan, layanan, maupun suasana, pelanggan akan cenderung kembali untuk makan di restoran tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Pelanggan yang puas juga lebih mungkin untuk meningkatkan frekuensi kunjungan dan berbelanja lebih banyak, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan restoran (Rahmawati, Widayati, and Perkasa 2023). Selain itu, pelanggan yang puas

cenderung meningkatkan citra restoran melalui ulasan positif dan rekomendasi kepada orang lain, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan potensial. Oleh karena itu, memastikan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi manajemen restoran, dengan fokus pada kualitas produk dan layanan serta upaya untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan (Putro and Firdaus 2024). Restoran haruslah selalu memantau berbagai ulasan pelanggan dari yang baik sampai yang buruk, hal itu dapat membantu merefleksikan hal-hal apa saja yang dapat dijadikan bahan untuk perbaikan guna meningkatkan kualitas restoran. Seperti contohnya The Restaurant, setiap harinya selalu meminta ulasan kepada tamu melalui percakapan singkat, guest comment, ulasan google atau aplikasi OTA (Online Travel Agent) (Andiza 2023). Semua masukan tamu yang diberikan selalu dibahas dan direkap dalam data, yang mana memang membuktikan bahwa tamu yang puas akan selalu ingin kembali menginap di hotel dan kembali ke resto, ini adalah contoh kecil bahwa kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi keberlanjutan restoran.

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Hotel

Hotel adalah suatu industri atau usaha jasa yang dikelola secara komersial. Bangunan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap dan menikmati segala fasilitas yang tersedia (Hermawan, Brahmanto, 2018).

Dari pengertian tersebut, penulis menarik kesimpulan bahwa Hotel adalah sebuah bangunan yang terdiri dari kamar-kamar dan dikelola secara komersil. Menyediakan layanan yang bervariasi, sesuai dengan kebutuhan tamu pada umumnya seperti pelayanan, penginapan, makanan dan minuman, hiburan dan lainnya

Pengertian Buffet Breakfast

Saggitariono, (2022) *buffet hotel* adalah jenis pelayanan di mana semua makanan diletakkan pada *display* dan tamu mengambil makanan sesuai dengan yang diinginkan masing-masing tamu. *Buffet breakfast* adalah konsep layanan sarapan di mana berbagai jenis makanan dan minuman

disajikan dalam format *self-service* di sebuah area atau meja. Tamu memiliki kebebasan untuk memilih dan mengambil makanan sesuai dengan preferensi masing-masing tanpa perlu menunggu di meja atau memesan langsung dari dapur. Biasanya, *buffet breakfast* menawarkan berbagai opsi seperti roti, sereal, buah-buahan, daging, telur, dan minuman seperti kopi, teh, dan jus. Konsep ini memberikan fleksibilitas bagi tamu untuk menyesuaikan sarapan sesuai dengan selera dan kebutuhan masing-masing.

Dalam konteks industri perhotelan, *buffet breakfast* sering kali menjadi bagian standar dari layanan sarapan yang ditawarkan oleh hotel kepada tamu. *Buffet breakfast* sering dianggap sebagai cara yang efisien dan praktis untuk menyajikan sarapan kepada tamu dari segi efisiensi waktu, biaya, tenaga kerja serta memberikan variasi makanan yang luas untuk memenuhi berbagai selera dan preferensi tamu.

SOP Buffet Breakfast

SOP (*Standard Operating Procedure*) atau prosedur standar operasional dalam bahasa Indonesia adalah sistem yang disusun untuk memudahkan, merapikan, dan menertibkan pekerjaan kita. Penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*) pada saat pelaksanaan *buffet breakfast* (Anjeli et al., 2022) yaitu sebagai berikut :

1. Persiapan meja *Buffet*, hal yang harus disiapkan di meja *buffet* adalah alat penunjang *buffet* seperti *servicing dish*, *food tag*, dan *equipment* yang sesuai dengan makanan atau minuman yang dihidangkan di *buffet*.
2. *Greeting the guest*, setiap pegawai di restoran menyambut tamu dengan ramah.
3. Menanyakan nomor kamar, *Hostess* menanyakan nomor kamar kepada tamu untuk didata pada *guest in house* kemudian dipersilahkan untuk masuk
4. *Escorting the guest*, selagi mengantarkan tamu ke meja yang sudah disiapkan, *hostess* atau *waiter* bisa menjelaskan beberapa *station buffet* yang tersedia di restoran tersebut.
5. Menawarkan *tea or coffee* kepada tamu, setelah mengantarkan tamu ke meja, *waiter* menawarkan kopi atau teh kepada tamu.
6. Menawarkan menu *breakfast* lainnya, merekomendasikan beberapa menu yang

mungkin tamu sukai dan belum ada di meja tamu tersebut untuk dipesankan.

7. *Refill water, tea or coffee, waiter* selalu mengecek ketersediaan minuman tamu jika memang sudah kurang dari setengah *cup* atau kosong, tanyakan apakah tersedia di *refill* atau tidak.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya, diungkapkan baik lisan maupun non lisan setelah menggunakan suatu layanan (Maulana, 2016). Harapan pelanggan dibentuk oleh pengetahuan dan juga pengalaman pembelian sebelumnya. Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang telah dinikmati terhadap kinerja yang diharapkan.

Perasaan yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya (Maulidiah et al., 2023). Jika semua kebutuhan konsumen terpenuhi, maka muncul rasa kesenangan atau rasa kepuasan pada Konsumen. Jika kita menambah nilai dari suatu produk yang kita jual kepada pelanggan, maka pelanggan menjadi lebih puas dan besar kemungkinan akan menjadi langganan tetap dari suatu produk tersebut dalam waktu jangka panjang. Dari pengertian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat tinggi atau rendahnya ekspektasi pelanggan yang dicapai atas produk atau layanan yang dinikmati oleh pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut (Premayani & Yoga, 2019) menganalisis bahwa faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terdiri dari Kewajaran harga dan Kualitas produk. Faktor – faktor tersebut sangatlah penting untuk di matangkan dalam menawarkan produk layanan jasa terutama di Restoran. Kualitas makanan dan minuman, kualitas pelayanan, kelayakan harga yang baik akan mewujudkan target kepuasan pelanggan yang diharapkan. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Kualitas makanan dan minuman

Kualitas makanan dan minuman mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan, hendaknya kualitas makanan maupun minuman yang dihidangkan memiliki ciri khas dan cita rasa yang tinggi. Untuk mencapai kualitas makanan yang tinggi, hendaknya pihak *kitchen* selalu mengevaluasi produk yang mereka buat agar sesuai dengan kemauan para pelanggan atau sesuai dengan cita rasa masyarakat umum (Rahayu et al., 2022).

2. Pelayanan

Pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain, kinerja bersifat *intangibile* atau tidak berwujud dan tidak berpengaruh terhadap kepemilikan seseorang. (Kotler, 2016). Untuk kualitas dari layanan itu sendiri bergantung dari sejauh mana harapan pelanggan itu terimbangi atau malah melebihi dari ekspektasi pelanggan.

3. Suasana

Faktor suasana atau *ambience* dalam faktor kepuasan pelanggan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Suasana yang dipahami sebagai lingkungan atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas jasa yang bersangkutan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu jasa. Atmosfir yang elegan dapat menimbulkan persepsi status sosial tertentu, atmosfer yang hangat membangkitkan persepsi nyaman, dan atmosfer profesional menciptakan persepsi berupa rasa aman dan percaya di kalangan pelanggan (Iskandar & Sugiharto, 2013).

Ada beberapa indikator pendukung suasana atau *ambience* Restoran agar lebih terlihat nyaman dan memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Eksklusif/mewah: Bersuasana formal, bermaterial mahal, memiliki elemen khusus dan biasanya memiliki efek kilau, latar suasana diberi efek gelap.
- b. Nyaman (*cozy*): Suasana cenderung *casual* atau tidak formal, memiliki elemen yang simpel, dibantu oleh pencahayaan yang biasanya berwarna kuning agar memberikan kesan atmosfer yang hangat.

c. Segar/ceria: Memiliki pasaran untuk keluarga, bersuasana tidak formal dan cenderung meriah. Menggunakan pencahayaan terang dan umum (*general lighting*) yang menerangi seluruh restoran, namun tidak menutupi kemungkinan bahwa restoran seperti ini menggunakan penerangan tambahan seperti lampu dinding (*wall lamp*), lampu sorot (*spotlight*), dan sebagainya.

d. Bersih dan terang: Bersuasana tidak formal dan pencahayaan yang digunakan di restoran biasanya berwarna putih (*fluorescent*) dan umum (*general lighting*).

e. Elegan: Bersuasana tidak formal, warna yang digunakan cenderung monokromatis, pencahayaan yang dipilih cenderung tidak ramai, berkesan lembut, cenderung redup dengan warna kekuningan.

f. Akrab: Suasana restoran dapat cenderung semi formal, maupun tidak formal, pencahayaan yang dipilih biasanya cukup terang agar dapat melihat semua pengunjung di dalam restoran.

g. Eksotis: Memiliki elemen yang sederhana, cenderung menggunakan suatu budaya tertentu sebagai nilai restoran, penggunaan cahaya secara tidak langsung (*indirect lighting*), cahaya dipantulkan atau cahaya berkesan remang-remang (menurut Savitri dalam Annisa & Lestari, 2021)

4. Harga

Harga adalah satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. (Tjiptono, 2016). Harga memiliki peran penting dalam perekonomian makro, konsumen, dan perusahaan, yaitu:

a. Bagi perekonomian. Harga produk memengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga berfungsi sebagai regulator utama dalam sistem perekonomian, karena mempengaruhi distribusi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

b. Bagi konsumen. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain

(seperti citra, merek, lokasi toko, layanan, nilai (*value*) dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk sering kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori *specialty products*.

- c. Bagi perusahaan. Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga memiliki pengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata, perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya (Tjiptono, 2016)

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian yang menggunakan metode Kualitatif mengacu pada: konsep dari makna, definisi, karakteristik, metafora, simbol dan hal lain berkaitan dengan deskripsi (Firmansyah & Artikel, 2021). Metode penelitian kualitatif dirancang dengan cara yang membantu mengungkapkan perilaku dan persepsi audiens target dengan mengacu pada topik tertentu. Hasil metode kualitatif lebih deskriptif dan kesimpulan dapat ditarik dengan cukup mudah dari data yang diperoleh. Metode penelitian kualitatif berasal dari ilmu sosial dan perilaku.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode. Barlian (2016) Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan data apa adanya, tidak ada pemalsuan, manipulasi, dan perubahan variabel yang diteliti. Penelitian

tersebut dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan kutipan tersebut, penulis akan menjelaskan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu atau pengunjung di The Restaurant terhadap layanan *buffet breakfast* yang dialami dan dirasakan melalui hasil wawancara langsung dengan tamu, *server / waiter*, serta *hostess* sebagai penerima tamu. Selain itu penulis akan mengolah data yang diperoleh dari *Guest Comment Card* yang selalu diadakan setiap hari guna untuk menanyakan pengalaman tamu saat sarapan di The Restaurant yang berisikan beberapa kategori, rentang skor, dan komentar khusus.

Melalui data tersebut penulis akan mengambil kesimpulan atau garis besar tentang faktor apa saja yang mempengaruhi rasa kepuasan tamu saat menggunakan layanan *Buffet breakfast* di The Restaurant. Hasil dari penelitian tersebut akan berguna untuk dijadikan bahan evaluasi The Restaurant untuk meningkatkan kualitas pelayanan, makanan maupun minuman di The Restaurant.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan peneliti guna mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data seperti subyek maupun sampel penelitian, pengumpulan data merupakan kewajiban sebagai dasar instrumen penelitian, jika pengambilan data dilakukan secara benar, maka kredibilitas yang tinggi (Hasibuan et al., n.d.) Beberapa teknik pengambilan data diantaranya seperti berikut:

1. Observasi

Dalam penelitian, diharuskan adanya observasi yang dilakukan oleh peneliti, Creswell (2014) menyatakan "Observasi merupakan proses yang dilakukan peneliti dengan turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individuindividu di lokasi penelitian." Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung atau observasi partisipan yang dilakukan di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk percakapan yang disengaja antara dua belah pihak, yakni pewawancara yang bertugas

mengajukan pertanyaan dan mendapatkan informasi, serta yang diwawancarai yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan tersebut. Dalam konteks penelitian, terdapat dua jenis informan yang berperan, yaitu Key informan yang merupakan sumber utama informasi dalam penelitian, dan Informan lainnya yang juga turut memberikan kontribusi informasi yang berharga. Wawancara biasanya dilakukan peneliti dengan bertatap muka langsung, dan diharapkan peneliti bisa mendapatkan jawaban yang benar-benar rinci dari partisipan.

Penulis melakukan wawancara langsung kepada supervisor, staff, dan kepada tamu. Penulis akan langsung menanyakan beberapa pertanyaan terkait pengalaman mereka saat menikmati layanan *buffet breakfast*. Beberapa pertanyaan yang akan diajukan penulis kepada narasumber seperti berikut:

1. Bagaimana *Standard Operational Procedure* atau SOP karyawan saat melayani tamu saat *breakfast*?
2. Sejauh mana penerapan *Standard Operational Procedure* atau SOP melayani tamu?
3. Apakah yang menjadi faktor-faktor kepuasan pelanggan saat menikmati layanan *Buffet Breakfast*?
4. Apakah *Standard Operational Procedure* atau SOP yang diterapkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah *Standard Operational Procedure* atau SOP mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan di The Restaurant?
6. Sejauh mana skor kepuasan pelanggan yang didapatkan di The Restaurant?

Dokumen

Studi Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode yang penulis gunakan yaitu observasi dan wawancara. Penelitian kualitatif yang menggunakan metode observasi dan wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya dengan adanya Studi Dokumentasi yang melengkapi hasil-hasil dari observasi dan wawancara. Kredibilitasnya dapat diperkuat dengan menyertakan bukti-bukti seperti sejarah, foto-foto, atau karya tulis

akademik dan seni yang relevan (Sugiyono, 2019)

Pada tahap ini penulis akan menyertakan dokumentasi foto dan beberapa data hasil pengamatan dan wawancara kepada tamu, staff, dan supervisor terhadap penelitian kepuasan pelanggan di The Restaurant.

PEMBAHASAN

Breakfast menjadi suatu hal yang lumayan krusial dalam menciptakan pengalaman bagi tamu yang menginap di suatu Hotel. Saat tamu menginap, keesokan harinya tamu akan bangun dan akan menikmati sarapan. Disitulah kesempatan yang bagus untuk membuat pengalaman tamu lebih berkesan, pagi hari adalah saat yang tepat untuk membangun *mood* atau suasana hati tamu.

Jika berhasil membuat suasana hati tamu terasa nyaman, tenang, dan puas dengan segala aspek yang dibutuhkan, akan membantu membuat persepsi yang baik untuk Restoran dan Hotel. Dengan persepsi dan pengalaman yang bagus itu akan membangun loyalitas tamu yang dapat berdampak pada eksposur dan popularitas hotel. Tamu yang puas dengan pengalaman menginap di suatu hotel akan cenderung merekomendasikan kepada rekan-rekan terdekatnya untuk mencoba menginap juga di hotel tersebut.

Itulah sebabnya *breakfast* menjadi suatu faktor penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan semaksimal mungkin guna untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis hotel. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan faktor-faktor tersebut haruslah diperhatikan dan dijadikan bahan evaluasi agar selalu menciptakan kemajuan bisnis hotel.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Setiap orang mempunyai kebutuhan dan *preference* yang berbeda-beda. Itu adalah suatu tantangan bagi para *server* untuk lebih menggali informasi tentang tamu dalam konteks kebutuhan, hal tersebut bisa dilakukan dengan cara melakukan pendekatan kepada tamu melalui percakapan singkat seperti menanyakan kabar tamu, kebutuhan tamu, apa makanan kesukaan tamu, dan lain-lain.

Percakapan singkat tersebut dapat dikembangkan dan dapat kita lihat hasilnya dari *feedback* tamu, jika tamu tersebut tidak terlalu menghiraukan *server*, berarti *server* harus menindak lanjuti respon tersebut dengan memperbaiki layanan yang diberikan dengan menanyakan ulasan, kritik dan masukan. Jika respon tamu baik dan puas, itu adalah cerminan dari pelayanan yang baik, itu adalah suatu tanda tamu merasa puas dan sangat menikmati layanan *breakfast*.

Ketika mencapai kepuasan tersebut, otomatis akan berdampak kepada pendapatan hotel, melalui tamu yang merekomendasikan hotel dari mulut ke mulut, ulasan di beberapa *online travel agent* (OTA), meningkatkan kepercayaan tamu untuk kembali lagi ke hotel dan menciptakan citra *brand image* yang bagus untuk meningkatkan *value* hotel untuk bersaing dengan competitor

Menurut para *server*, staff dan Supervisor di The Restaurant, faktor-faktor kepuasan pelanggan dalam layanan *buffet Breakfast* dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut:

1. Pelayanan (*Service*)

Selain produk makanan dan minuman, Restoran pun menjual Jasa yaitu pelayanan. Pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk mendukung kualitas Restoran. Seorang *server* harus melakukan *Excellent Service* kepada seluruh tamu tanpa pandang bulu. Panduan seorang *server* dalam melayani tamu di Restoran adalah Panduan SOS atau *Sequence Of Service*.

Berikut aspek-aspek pelayanan yang harus diperhatikan dan diimplementasikan sebagai seorang *server* guna untuk meningkatkan kepuasan tamu,

- a. Kecepatan (*Speedity*)
- b. Keramahan (*Hospitality*)
- c. Komunikasi (*Communication*)
- d. Personalisasi (*Personalization*)
- e. Konsistensi (*Consistency*)
- f. Kemampuan memecahkan masalah (*Problem Solving*)

2. Kualitas makanan dan minuman (*Quality of food and beverage*)

Semua makanan dan minuman yang disajikan di The Restaurant memiliki kualitas yang sangat baik. The Restaurant sudah bersertifikat halal, sehingga untuk pemilihan bahan sudah sesuai dengan syariat islam.

Menggunakan bahan dengan kualitas terbaik dan menyajikannya dengan baik pula. Semua makanan dan minuman ditata dengan sedemikian rupa, memiliki cita rasa yang beragam, menyesuaikan lidah orang indonesia. Tidak hanya menyediakan makanan untuk warga lokal saja, semua menu menyesuaikan cita rasa universal.

3. Variasi makanan dan minuman (*Variety of food and beverage*)

The Restaurant menyediakan beragam jenis menu seperti makanan khas nusantara, *western food*, *middle east food*, *Oriental food* dan banyak *Food Station* lainnya. Ragam variasi menu disediakan di The Restaurant untuk menyesuaikan kebutuhan dan selera para tamu yang memiliki cita rasa yang berbeda. Untuk minuman pun selalu mengusahakan presentase yang maksimal agar menarik perhatian tamu dan memberikan kepuasan dalam aspek variasi makanan.

4. Keamanan dan kenyamanan (*Environment*)

The Restaurant memiliki peraturan demi menjaga keamanan dan kenyamanan tamu saat sarapan. Beberapa peraturannya antara lain:

- a. Tidak diperkenankan memakai *slippers* hotel, aturan ini bertujuan untuk menjaga keselamatan tamu, dikarenakan jika memakai *slippers*, dikhawatirkan licin dan membahayakan keselamatan tamu.
- b. Dresscode tamu *smart casual*, tidak diperkenankan memakai piyama dan baju tidak ber lengan untuk pria, guna untuk menjaga kenyamanan sesama tamu.
- c. Tidak membawa makanan dari luar untuk dikonsumsi di area The Restaurant, peraturan ini bertujuan untuk menjaga kualitas makanan restoran dan mencegah keracunan atau hal yang non-halal mengkontaminasi makanan restoran.

5. Suasana (*Ambience*)

Suasana The Restaurant sendiri dibentuk dari awal tamu datang ke restoran, *hostess* menyambut dan menyapa tamu dengan hangat dan mempersilahkan tamu untuk menikmati sarapan di restoran. Dan salah satu hal yang mendukung suasana adalah musik yang dipilih untuk meningkatkan *mood* tamu saat sarapan.

6. Hiburan (*Entertainment*)

Hiburan yang disediakan berkaitan juga dengan suasana atau *ambiance*. The Restaurant juga menyediakan fasilitas hiburan seperti *celebrating birthday* kepada tamu yang berulang tahun atau request untuk *celebrate*. The Restaurant menyediakan beberapa instrumen musik dan kekompakan tim untuk memeriahkan selebrasi.

Tanggapan Tamu saat menikmati layanan Buffet Breakfast di The Restaurant

Ulasan tamu adalah hal yang wajib ditanyakan kepada tamu setiap operasional, setiap hari The Restaurant mewajibkan *server* untuk menanyakan *review* kepada tamu melalui percakapan singkat maupun *Guest Comment card*.

Guest Comment card merupakan sebuah sarana yang efisien untuk menanyakan ulasan tamu secara spesifik, karena format *guest comment* tersebut sudah mengandung data mengenai tamu dan ulasan terkait beberapa aspek seperti kualitas makanan minuman, suasana, pelayanan, dan lain lain. Terdapat juga ulasan khusus berbentuk komentar yang bisa diisi sesuai dengan opini tamu. Berikut gambar *guest comment card*:

Ulasan tamu juga dapat dilihat pada situs *Online Travel Agent* seperti google, traveloka, pegi pegi.com, kliknbook, tiket.com, dan lain-lain. Ulasan-ulasan tersebut sangat penting dan krusial, karna itu adalah salah satu acuan tamu untuk mempertimbangkan pilihan mereka untuk menginap di hotel. Ulasan tersebut merupakan citra hotel yang harus dijaga,

Upaya yang dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan di The Restaurant

The Restaurant selalu mengupayakan usaha terbaik untuk mampu memenuhi target kepuasan pelanggan. Semua hal yang menjadi faktor kepuasan pelanggan menjadi acuan The Restaurant untuk selalu menambah *value* Restoran itu sendiri. Ulasan, kritik, dan masukan yang tamu berikan sangatlah berharga sebagai sarana untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari sudut pandang tamu sebagai pengguna layanan. Semua masukan yang baik dari tamu telah diimplementasikan dan disesuaikan dengan kemampuan tim The Restaurant. Beberapa kritik dan saran diolah dan didiskusikan dengan beberapa pihak terkait

dan muncullah solusi, alhasil operasional pun semakin mudah dan efisien.

Tim The Restaurant pun selalu mengadakan briefing setiap sebelum dan sesudah operasional. Seluruh tim menggali masalah yang terjadi dan mencari solusi untuk kelancaran operasional. Belajar dari kesalahan dan selalu meningkatkan kinerja agar lebih meningkatkan efisiensi waktu, sehingga waktu ke waktu tim The Restaurant dapat meminimalisir komplain dan meningkatkan kualitas pelayanan demi kepuasan tamu.

Memperhatikan Skala Prioritas Tamu

Semua tamu adalah spesial, *server* tidak diperkenankan untuk membedakan tamu, semuanya harus diperhatikan dan dilayani dengan baik tanpa pandang bulu. Tetapi beda halnya dengan tamu *longstay*, *vip*, atau *repeater guest*. Mereka adalah tamu yang memang harus diperhatikan secara baik.

Menu Arabic Khusus

Hotel Trans Luxury Bandung mempunyai persentase turis arab yang tinggi, dan karakteristik makanan arab memang berbeda pada makanan umumnya sehingga The Restaurant menyediakan menu khusus untuk para turis Arab.

Ketika tamu sudah diantar ke meja yang sudah disediakan, *server* langsung menawarkan pilihan menu yang telah dirancang. Pihak kitchen telah menyediakan beberapa menu makanan khas Arab yang sesuai dengan selera tamu Arab, sehingga tamu-tamu Arab tidak kesulitan saat memilih makanan yang tersedia di The Restaurant. Berikut gambar menu arabic:

Training

Selain briefing, tim The Restaurant selalu meluangkan waktu untuk membahas suatu hal terkait operasional seperti *basic knowledge* terkait hotel, restoran dan *Food Beverage*. Para *Staff*, *Apprentice*, dan *casual* mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang berbeda, sehingga sering diadakan *Training* untuk meningkatkan wawasan para pekerja di The Restaurant.

Perawatan Area Restoran

The Trans Luxury Hotel Bandung mengandung unsur *Luxury* didalamnya. Hal ini berarti seluruh fasilitas di hotel ini adalah mewah. Perancangan setiap sudut hotel ini memakan biaya yang besar, sehingga agar

kemewahan hotel ini terus terjaga dan tahan lama, membutuhkan *treatment* atau perawatan khusus yang dilakukan setiap harinya.

The Restaurant sangat memperhatikan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan lingkungannya. Sehingga setiap sehabis operasional area pasti dibersihkan secara mendetail. Setiap minggu selalu diadakan *General Cleaning* untuk menjaga lingkungan restoran tetap tersanitasi. Jika ada kerusakan atau potensi kerusakan pada fasilitas, barang maupun *equipment*, pastilah selalu di *report* dan ditindak lanjut oleh departemen terkait,

PENUTUP

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung adalah Aspek kualitas makanan dan minuman, variasi makanan dan minuman, layanan, suasana, keamanan dan kenyamanan, serta hiburan yang difasilitasi di The Restaurant.

Tanggapan atau persepsi pelanggan saat layanan *Buffet Breakfast* di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung sangat puas sehingga ingin kembali berkunjung ke Hotel. Khususnya tamu Keluarga, kebanyakan mempunyai pengalaman menyenangkan selama menikmati layanan *buffet breakfast* dikarenakan makanan yang variatif, fasilitas untuk anak kecil atau balita, dan keramahan para pegawai The Restaurant. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya *repeater guest* yang ada di Trans Luxury Hotel Bandung.

Upaya yang dilakukan untuk mencapai kepuasan layanan *Buffet Breakfast* di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung selalu mengembangkan wawasan, *skill*, serta *knowledge* pegawai untuk meningkatkan kualitas pegawai, perawatan seluruh area The Restaurant agar aman dan terjaga, dan selalu memprioritaskan kebutuhan tamu. Hal ini dapat memberi pengaruh yang signifikan terhadap kualitas The Restaurant dalam memenuhi kepuasan pelanggan saat menikmati layanan *buffet breakfast* di The Restaurant Trans Luxury Hotel Bandung.

REFERENSI

- Andiza. 2023. "PENGARUH ONLINE REVIEW PADA TRAVELOKA TERHADAP NIAT PEMESANAN HOTEL DI ASTON PASTEUR BANDUNG."
- Anjeli, N., Baharta, E., & Sumarsih, U. (2022). Standar Operasional Prosedur Food and Beverages Service Di Restoran Samara Hotel Grand Ambarrukmo Yogyakarta. *E-Proceeding of Applied Science*, 8(6), 876–883.
- Annisa, D. A. N., & Lestari, K. K. (2021). Pengaruh Pemilihan Jenis dan Warna Pencahayaan pada Suasana Ruang Serta Kesan Pengunjung Kafe. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 18(1), 78–84.
<https://doi.org/10.23917/sinektika.v18i1.13325>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerbit Sukabina Press.
- Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf
- Firmansyah, M., & Artikel, I. (2021). *Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif*. 3(2).
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalbah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (n.d.). *Tahta Media Group*.
- Hermawan, Brahmanto, H. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*.
- Iskandar, B. S., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Faktor-faktor Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Mr . Pancake Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–12.
- Kotler. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Lafifa, Ainil, and Syah Riza Octavy Sandy. 2023. "Optimalisasi Peran Waiter & Waitress Dalam Meningkatkan Pelayanan Di Restoran Tang Palace Hotel JW Marriott Surabaya." *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan* 1(1 SE-

- Articles):8. doi: 10.47134/pjpp.v1i1.1892.
- Maulana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Mbulu, Yustisia Pasfatima, and Fetty Nurmala Rossi. 2023. *Pengantar Akomodasi Pariwisata: Konsep Green Hotel, Budget Hotel, Syariah Hotel, Capsule Hotel, Mice Hotel, Homestay Desa Wisata & Glamping*. Eureka Media Aksara.
- Pangestu, Prayoga, Denok Lestari, and I. Gusti Made Sukaarnawa. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 2(4):1014–21. doi: 10.22334/paris.v2i4.395.
- Premayani, N. W. W., & Yoga, G. A. D. M. (2019). PENGARUH KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WINA RUMAH KEBAYA. *Jurnal Widya Manajemen*, 1(2), 138–157.
- Putro, and Firdaus. 2024. “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN JASA SEWA VILA (STUDI KASUS: CV. SINDANGRESTU).” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 4.
- Rahayu, E., Adilase, B. P., Subrata, G., & Yuliamir, H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Banquet Awan Sewu Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 82–91. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.45299>
- Rahmawati, Yuli, Christine C. Widayati, and Didin Hikmah Perkasa. 2023. “Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat).” *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah* 1(3):117–27.
- Saggitariono. (2022). *Kiat Sukses Pengelolaan Bisnis Hotel Di Masa Pandemic Covid-19*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality and satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.

BIODATA PENULIS

Kartika Dewi, lahir di Sumedang pada 3 Desember 1994, merupakan seorang akademisi yang berdomisili di Jl. Ciungwanara No. 44, Bumi Pakusarakan, Desa Tanimulya, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat. Saya menyelesaikan pendidikan S1 di STP ARS Internasional dan melanjutkan studi S2 di STIE Pasundan. Dengan latar belakang keilmuan yang kuat, Saya memiliki sertifikasi di bidang Tata Boga, Auditor Mutu Internal dan Produktivitas. Ketertarikannya dalam penelitian mencakup bidang Pariwisata, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pemasaran sejalan dengan keahlian yang dimilikinya dalam dunia akademik dan profesional.

Monika Tiodina Ulina Limbong merupakan mahasiswa di Akademi Pariwisata (AKPAR) Bina Sarana Informatika Bandung dengan NIM 51212013, yang beralamat Graha Bukit Raya III blok C7 no.17 RT.06 RW.25, Cilame, Ngamprah, Kab.Bandung Barat. Selain berkegiatan sebagai mahasiswa di Program Studi Perhotelan juga *Daily Worker* The Trans Luxury Hotel Bandung