

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, peningkatan kualitas layanan menjadi kunci utama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hotel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan (*profit*). Department yang menghasilkan profit paling besar selain dari penjualan kamar adalah *Food and Beverage Department*. Karena selain menginap, tamu juga memerlukan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Pradiatiningtyas (2017) Hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara profesional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan. Untuk meningkatkan jasa pelayanan di hotel pengaruh kualitas dari *waiter/waiters* sangatlah berpengaruh untuk meningkatkan pelayanan di sebuah hotel.

F&B Department dibagi menjadi dua bagian, yakni *F&B product* dan *F&B service*. *F&B product* bertanggung jawab atas proses pembuatan makanan yang akan disajikan kepada tamu. *F&B service* bertanggung jawab dalam memastikan kepuasan tamu. Pelayanan yang memuaskan berkontribusi signifikan pada peningkatan jumlah tamu yang memilih hotel, karena tamu yang merasakan pelayanan berkualitas cenderung kembali untuk menggunakan layanan hotel yang sama. Pilar utama dari layanan *F&B* adalah peran para pelayan, karena merekalah yang berinteraksi langsung dengan tamu. Seorang *waiter/waitress* haruslah mempunyai pengetahuan yang memadai dalam melayani konsumen, selain itu juga *waiter* dan *waitress* harus memperhatikan *attitude*, baik itu pengetahuan tentang menu maupun pengetahuan tentang macam-macam sifat/karakteristik konsumen. Sehingga pada akhirnya seorang *waiter/waitress* dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler & Armstrong, 2000).

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail et al., 2006).

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005). Simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka sarankan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Sumarto, 2007). Sedangkan (Oliver, 2007) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007).

Kualitas pelayanan yang diberikan dengan optimal di dalam suatu restaurant, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

Untuk itu kualitas pelayanan sangat penting dan harus dimiliki oleh seseorang *waiter* dan *waitress* karena bekerja di bidang pelayanan jasa. Alasan memilih objek penelitian di *Lan Hua Chinese Restaurant* karena *restaurant* tersebut merupakan salah satu *restaurant* berkonsep *Tionghoa* yang baru berdiri tahun 2021 pada Hotel Grand Mercure, dan selama operasionalnya belum pernah dilakukan evaluasi penelitian. Berdasarkan latar

belakang tersebut maka penulis akan meneliti tentang “Evaluasi Kualitas Layanan di *Lanhua Chinese Restaurant* Hotel Grand Mercure Malang Mirama”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengambil perumusan masalah sebagai berikut; Bagaimana kualitas pelayanan *waiter dan waitress* di *Lan Hua Chinese Restaurant* Hotel Grand Mercure Malang Mirama?

1.3 Tujuan Penulisan

Untuk mengevaluasi kualitas layanan *waiter dan waitress* *Lan Hua Chinese Restaurant* di Hotel Grand Mercure Malang Mirama.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Bagi Akademisi

Untuk menambah khazanah keilmuan kualitas layanan pada bidang manajemen perhotelan terkhususnya pada kualitas layanan di *restaurant* dan menjadi referensi bagi akademisi.

2. Bagi *Lan hua Chinese Restaurant* Hotel Grand Mercure Malang Mirama

Sebagai salah satu referensi yang bersifat membangun sehingga dapat menjadi pedoman kualitas layanan pada *waiter dan waitress* .