

PAPER NAME

BAB I-V (1).pdf

AUTHOR

qairani

WORD COUNT

9921 Words

CHARACTER COUNT

62098 Characters

PAGE COUNT

58 Pages

FILE SIZE

2.3MB

SUBMISSION DATE

Jan 22, 2024 9:13 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 22, 2024 9:15 AM GMT+7

● 58% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 54% Internet database
- 23% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 40% Submitted Works database

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel Aston Gideon Inn, seperti menyambut tamu dengan baik dan ramah, menjelaskan setiap fasilitas yang tersedia, mengantarkan pengunjung ke lingkungan sekitar, dan mengantarkan mereka ke kamar mereka. Kualitas pelayanan ini memastikan bahwa pelanggan puas dengan hotel Aston Inn, dan fasilitasnya sempurna. Faktor fasilitas dalam memilih suatu produk, terutama produk jasa, di mana fasilitas yang lengkap dan memadai akan membuat pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka pakai. Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan barang dan jasa karena banyaknya fasilitas pelayanan hotel. Fasilitas hotel Aston Inn termasuk layanan resepsionis 24 jam, kamar dan villa yang luas dengan AC, kamar mandi pribadi, TV, hotspot internet gratis, kolam renang, spa, dan area parkir yang luas. Oleh karena itu, pelanggan akan puas dengan hotel Aston yang memiliki fasilitas dan pelayanan berkualitas tinggi. Demikian pula, Hotel Aston Inn harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya.

Bamboo restoran berlokasi strategis di pusat Kota Batam terletak di Jl Komp. Penuin Centre No.1, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444 terletak di lantai satu sebelah kanan lobby hotel. Bamboo restoran berdiri pada tahun 2020 dan merupakan restoran utama yang berada di Hotel Aston Inn, restoran ini menyediakan menu *ala carte* yaitu makanan baru akan dimasak setelah dipesan. Menurut kebijakan yang dibuat oleh manajemen hotel, Bamboo restoran juga bertanggung jawab untuk

menyediakan sarapan bagi tamu yang menginap di Hotel Aston Inn Gideon Batam. Departemen ini terdiri dari dua bagian, yaitu *food and beverage product* dan *food and beverage service fnb product* bertanggung jawab untuk mengelola bahan mentah menjadi makanan siap saji sedangkan *fnb product* bertanggung jawab untuk mengelola bahan mentah menjadi makanan siap saji sedangkan *fnb service* bertanggung jawab mengelola bahan minuman menjadi minuman siap saji lalu menyajikan makanan dan minuman kepada tamu sekaligus memberikan pelayanan kepada tamu. Kepuasan tamu tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan yang disajikan pelayanan yang baik dari karyawan hotel juga sangat penting untuk memastikan tamu puas dengan restoran departemen makanan dan minuman hotel mengelola dan bertanggung jawab atas kebutuhan makanan dan minuman serta kebutuhan terkait lainnya, baik untuk tamu yang tinggal maupun yang tidak tinggal.

Tabel 1.1 Data *Guest* Hotel Aston Inn Gideon Batam

Bulan	Jumlah
April	3.129
Mei	4.156
Juni	5.057
Juli	6.602
Agustus	5.562
September	5.802

Sumber: *food and beverage Hotel Aston Gideon Inn Batam, 2023*

Hasil observasi dan pengambilan data diatas jumlah kunjungan terbanyak pada bulan Juli 6.602 orang per bulan. Bamboo restoran memberikan pelayanan makanan dan minuman setiap hari selama 24 jam. Waktu operasional restoran yang paling padat adalah saat melayani makan pagi 3 atau *breakfast*. Makan pagi dimulai dari pukul 06.00 pagi sampai dengan 10.00 pagi. Sistem makan pagi atau breakfast yang digunakan di restoran ini adalah semi *buffet*. Secara

umum pelayanan makan pagi biasanya dilakukan dengan *buffet* namun, restoran ini memiliki konsep makan pagi atau *breakfast* yang unik dengan menggunakan sistem semi *buffet*. Sistem makan pagi di restoran ini menggunakan semi buffet dikarenakan setiap perusahaan memiliki konsep dan cara pelayanan yang berbeda. Kebetulan di Hotel Aston Gideon² menggunakan sistem semi *buffet* untuk menciptakan pelayanan yang unik dan berbeda dari yang lain. Menurut beberapa staf di Ketumbar Bistro menyatakan bahwa Semi buffet breakfast ialah sistem breakfast yang menggunakan perpaduan antara buffet dan *a la carte* dengan menggunakan pelayanan *buffet service* dan *table service*. Tamu dapat mengambil sendiri beberapa hidangan yang telah ditata dan diatur di atas meja buffet seperti berbagai macam roti (*white bread, brown bread, Danish, croissant, French toast, sweet bread, muffin* dan aneka gorengan), *salad* (*assorted green salad, cucumber, julienne carrot, potato salad, mix salad* beserta dengan dressing nya), buah-buahan (semangka, nanas, papaya, melon, buah naga dan jeruk bali), jus (papaya, *watermelon, orange, pineapple*), *infuse water*, jamu, susu, *sereal*, sosis, *bacon*, nasi goreng, mi goreng dan olahan telur yang dimasak secara langsung oleh *commis chef* di hadapan tamu. Selain hidangan tersebut, tamu juga dapat memesan makanan utama (*main course*) seperti *bagel, cheese egg sandwich, egg benedict, pancake*, kopi dan teh secara terpisah melalui *a la carte* menu. Hidangan tersebut sudah siap di atas piring dan akan disajikan secara langsung oleh pramusaji. Hidangan tersebut dapat diambil satu kali saja saat makan pagi. Oleh sebab itu, dengan adanya sistem semi *buffet breakfast* tamu juga mendapatkan perhatian lebih dari pramusaji yang bertugas. Pramusaji di Hotel Aston Gideon² juga dapat disebut sebagai FB

attendant. Tamu yang menginap di hotel tentu memiliki ekspektasi terhadap pelayanan yang akan mereka dapatkan. Untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan agar dapat menyenangkan serta memenuhi apa yang menjadi kebutuhan, keinginan dan ekspektasi tamu maka, dibutuhkan pramusaji yang professional untuk melayani tamu agar tidak *complaint* yang nantinya dapat menurunkan citra hotel.

Tabel 1.1 *Guest Comment Negatif* Sahid Batam Center Hotel & Convention

	Vidyata Annisa 2 bulan lalu di  Google Teman Lokasi mantap Kamar ok Makanan kurang Lebih baik cari makan di luar saja Kamar 4,0 Layanan 3,0 Lokasi 5,0	4/5 ...
	andika the 2 bulan lalu di  Google Liburan Pasangan Cocok untuk keluarga.. sarapan enak, cuma butuh lebih banyak lagi variasi nya.. untuk pelayanan nya ramah.. tetapi perlu tambah pegawai nya.. karena bnyk meja yg blm sempat di kemas bersihkan.. jd kurang enak di pandang Kamar 5,0 Layanan 5,0 Lokasi 5,0 Sorotan hotel Tenang · Cocok untuk anak-anak	5/5 ...

Gambar 1.1 *Guest Comment*

Dalam proses pemberian pelayanan terdapat komplek atau guest comment dari guest. Salah satu komplek negative adalah “sebaiknya menambah jumlah pegawai karena banyak meja yang blm sempat dibersihkan” pernyataan salah satu guest sinkron dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara dengan salah satu pramusaji di hotel aston gideon. Hasil wawancara itu ditemukan bahwa jumlah pramusaji *breakfast* hotel aston gideon tidak banyak

sehingga ketika guest sedang ramai pramusaji memberikan pelayanan kurang maksimal.

Jika Hotel Aston Inn gagal memenuhi kebutuhan pelanggannya, itu akan mengurangi jumlah pelanggannya dan meninggalkan kesan yang buruk tentang Hotel Aston Inn Gideon sendiri. Oleh karena itu, manajemen harus lebih proaktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Ada beberapa alasan yang mendasari penulis memilih judul setelah mempertimbangkan latar belakang yang di uraikan yaitu “Analisis strategi peranan pramusaji dalam menjaga kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon Batam”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah Analisis strategi peranan pramusaji dalam menjaga kepuasan pelanggan di Bamboo restoran Hotel Aston Inn Gideon Batam. merupakan jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Indikator dalam penelitian ini adalah analisis strategi SWOT. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, wawancara. Menggunakan analisis strategi SWOT. Subjek penelitian adalah pihak pramusaji dan *guest* Hotel Aston Inn Gideon Batam .

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dari penelitian ini maka penulis akan menulis maka rumusan masalah yang akan diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana Analisis strategi peranan pramusaji dalam menjaga kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan pada Bamboo restoran Aston Inn Gideon adalah Untuk mengetahui Analisis strategi peranan pramusaji dalam menjaga kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon Batam

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian, termasuk berikut ini:

1.5.1 Bagi Penulis

1. Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman penelitian strategi waiter/waiters menjaga kepuasan tamu yang harus dicapai dalam sebuah usaha serta salah satu syarat yang harus dipenuhi agar memperoleh gelar sarjana.
2. Pengembangan keterampilan penelitian mencari literatur, merancang metodologi, menganalisa data dan menyusun laporan adalah bagian dari proses penelitian, yang memungkinkan penulis untuk memperoleh kemampuan penelitian yang bermanfaat dalam berbagai situasi.

1.5.2 Bagi Institusi

1. Memberikan informasi dan ilmu pengetahuan dan informasi kepada kalangan akademis dalam pemahaman mengenai variabel-variabel yang berhubungan kepada menjaga kepuasan tamu.
2. Penciptaan solusi untuk tantangan lokal atau global, hal ini memungkinkan kampus untuk berkontribusi pada kemajuan masyarakat dan menyediakan solusi untuk tantangan.

1.5.3 Bagi Tempat Penelitian

23 Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam merancang strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan maupun promosi yang dapat memberikan informasi yang efektif serta sebagai alat pertimbangan dasar pemikiran yang akan datang.

26 1.6 Definisi Istilah

Definisi istilah mengacu kepada penjelasan atau deskripsi suatu kata atau frasa agar pemahamannya jelas, terutama dalam konteks tertentu. Ini memastikan bahwa pembaca memiliki pemahaman yang sama seperti penulis, yang mengurangi risiko kesalahpahaman. Berikut ini adalah penjelasan 97 tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

- 79 1. Analisis adalah proses memecah atau memahami sesuatu menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk memahami ,menilai,dan sampai pada kesimpulan.Analisis dapat digunakan dalam banyak konteks, seperti sastra, ekonomi, bisnis dan karya ilmiah, tetapi juga merupakan langkah penting untuk menghasilkan pemahaman mendalam atau informasi bermanfaat.Tujuan analisis dan konteksnya menentukan sesuatu metode yang tepat.
- 95 2. Strategi secara umum adalah suatu cara untuk mencapai tujuan tertentu dengan merancang atau melaksanakan serangkaian tindakan yang terorganisir. Ini melibatkan pemikiran yang mendalam,perencanaan,adaptasi terhadap perubahan lingkungan atau kondisi. Strategi biasanya mencakup pemilihan sumber daya dan langkah-langkah tertentu 85 yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Secara umum, strategi dapat digunakan banyak situasi seperti bisnis, militer, politik, olahraga maupun di kehidupan sehari-hari.

3. Peranan merujuk kepada peran atau tanggung jawab yang diberikan kepada seseorang atau sesuatu dalam suatu konteks atau sistem tertentu. Peranan juga dapat merujuk pada posisi atau tugas tertentu yang diharapkan atau diakui oleh individu atau elemen dalam suatu struktur atau kegiatan. Peranan dapat ditemukan di banyak tempat, seperti organisasi, kehidupan sosial atau bahkan dalam hal-hal abstrak seperti konsep dalam teori atau seni, peranannya dapat berubah seiring waktu atau konteks. Pengetahuan tentang peran membantu menentukan bagaimana seseorang bertindak dan berharap dalam berbagai situasi.
4. Kepuasan Tamu mengacu pada tingkat kepuasan atau kegembiraan yang dirasakan pelanggan setelah merasakan layanan atau produk tertentu. Ini merupakan parameter penting dalam industri jasa seperti hotel, pariwisata, katering dan bidang jasa lainnya. Mengukur kepuasan tamu seringkali melibatkan evaluasi berbagai aspek, termasuk layanan, fasilitas, dan pengalaman keseluruhan.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Strategi

2.1.1 Teori Strategi

Menurut Chandler (1962: 13) penentuan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu perusahaan, dan penerapannya tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu kontribusi penting yang diberikan oleh Chandler dalam bukunya berjudul *Strategy and Structure* adalah bahwa struktur organisasi harus beradaptasi dengan perubahan strategi, atau "struktur mengikuti strategi." Kesimpulan ini secara garis besar menunjukkan sebuah proses berurutan di mana strategi ditentukan secara sentral dan kemudian diimplementasikan melalui struktur organisasi yang tepat. Namun, Chandler mengakui pada tahun 1989 bahwa struktur dan strategi saling mempengaruhi. Ternyata, ahli seperti Ansoff dan Andrew, yang mengikuti Chandler, menerima asumsi bahwa strategi struktur mengikuti.

Menurut Ansoff, Ansoff adalah tokoh penting dalam pengorganisasian sekolah. Bahwa "strategi sebagai *deliberate and rational, directed towards profit-maximization, and very much the restricted domain of top management*" yang artinya disengaja dan rasional, diarahkan pada maksimalisasi keuntungan, dan merupakan domain terbatas dari manajemen puncak. Fokus dari aliran *planning*. Buku *Corporate Strategy* yang ditulis oleh Ansoff (Ansoff, 1965) secara eksplisit berbicara tentang

para "*working managers*", yaitu para eksekutif yang bertanggung jawab atas proses pengambilan keputusan strategik, termasuk pimpinan dewan (komisaris), anggota dewan, presiden direktur, direktur keuangan, dan staf perencanaan. Oleh karena itu, Ansoff dengan jelas menempatkan pembuatan strategi sebagai tugas yang tersentralisir. ¹⁴ Dengan mengajukan dan mendefinisikan konsep seperti sinergi kemampuan, kompetensi, dan keunggulan bersaing, ¹⁴ Ansoff memberikan dasar-dasar yang sangat penting bagi bidang strategi. Dikutip dalam (Narsa, 2008).

³⁶ 2.1.2 Definisi Strategi

Menurut buku Manajemen Strategik-Pengetahuan, dikutip oleh Kusumadmo (2013), kata strategi berasal dari kata Yunani *Strategos*, yang terdiri dari kata *stratos*, yang berarti tentara, dan kata *ego*, yang berarti pemimpin. Menurut Oxford Learner's Pocket Dictionaries (2010), "*Strategy (noun): a plan of action designed to achieve a long-term or overall goal.*" ⁵⁸ Dalam bahasa Indonesia, ini berarti rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang atau umum. Menurut ³¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun 2007, strategi adalah sebagai berikut: (1) ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan perdamaian; (2) ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan; (3) rencana yang cermat tentang kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu; dan (4) tempat yang baik menurut taktik perang. Sebuah kesimpulan dapat dibuat ⁵⁸ berdasarkan beberapa definisi

strategi berdasarkan bahasa yang digunakan.³⁹ Menurut Jauch dan Glueck (2000) di dalam (Syeron, 2019), strategi adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Menurut mereka, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

2.2 Hotel

2.2.1 Teori Hotel

⁴⁷ Hotel, menurut Surat Keputusan Menparpostel No. KM/37/PW/304/MPPT-86 didalam (Krestanto, 2019), adalah setiap jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta layanan tambahan lainnya untuk umum yang dikelola secara komersial.

Menurut Satyawati et al. (2021) didalam (Erianto & Msp, 2022), hotel adalah bisnis yang dikelola oleh pemiliknya dan menyediakan makanan, minuman, dan kamar tidur kepada perjalanan yang mampu membayar dengan jumlah yang wajar untuk pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Menurut Departemen Pariwisata (1998) didalam (Lubis et al., 2022),²⁹ hotel adalah suatu jenis akomodasi yang digunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan penginapan, makan, dan minuman, serta layanan lainnya yang dikelola secara komersial untuk umum. Menurut

Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I No. PM 10/PW – 301/Phb. 77, yang dikeluarkan pada 12 Desember 1977, hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial yang memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makanan, dan minum. Kemudian, menurut AHMA (*Association of American Hotels and Motels*) dalam Gaffar (2007), hotel adalah tempat untuk menginap, makan, dan minum, serta pelayanan tambahan, untuk disewakan kepada tamu atau penghuni untuk sementara.

11 2.2.2 Definisi Hotel

Kata "Hotel" sebenarnya berasal dari *hospitium* (bahasa Latin), yang berarti "ruang tamu". Selama beberapa waktu, istilah "*hostel*" mengalami perubahan arti dan digunakan untuk membedakan antara "*guesthouse*" dan "*mansion house*" yang berkembang pada saat itu. Rumah-rumah besar atau hostel ini disewakan kepada masyarakat umum untuk menginap dan beristirahat sementara waktu, dengan seorang host yang mengawasi semua tamu selama menginap dan peraturan yang berlaku untuk setiap orang yang menginap. Sesuai dengan evolusi dan kebutuhan orang-orang yang ingin puas, tidak suka dengan aturan atau peraturan yang terlalu ketat seperti di hostel, dan istilah hostel lambat laun mengalami transformasi.

Hotel adalah bagian penting dari industri pariwisata yang berkembang, dan setiap orang memahami hotel dengan cara yang berbeda. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengemukakan bahwa hotel adalah bangunan berkamar banyak yang

disewakan sebagai tempat menginap dan makan orang yang sedang dalam perjalanan. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian/seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah (Bataafi, 2005) di dalam (Retnaningrum, 2016).

Hotel adalah ²⁴ Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial", menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono (2011:6).

2.3 Restoran

2.3.1 Teori Restoran

Alam ⁶ Sujatno (2011) menyatakan bahwa istilah "restoran" berasal dari bahasa Perancis, sebuah tempat makan yang berfokus pada makanan ringan yang menyegarkan dengan harapan dapat memberikan kesegaran kepada orang-orang. Kata-kata tersebut menimbulkan imajinasi dan menghasilkan berbagai ide untuk menarik pasar. Pada akhirnya, mereka menjadi bisnis yang dinamis dengan variasi dan keunikan masing-masing.

Perkembangan sektor pariwisata didukung oleh bisnis seperti restoran. ³⁷ Restoran saat ini tidak hanya menjual makanan, tetapi juga memberikan pelayanan dan suasana yang menyenangkan kepada

pelanggannya. Walker (2009) menyatakan bahwa restoran memainkan peran penting dalam gaya hidup manusia dan merupakan bagian dari aktivitas sosial mereka. Ini sesuai dengan pernyataan menarik yang dibuat oleh Peck (2008), yang mengatakan, ⁴⁹ *"if the only thing to purchase at a restaurant were food, it would be called a grocery store."* Dalam hal ini, sebuah restoran tidak. Akan ada perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan toko swalayan jika satu-satunya barang yang dapat dibeli adalah hanya makanan didalam (Agoes & Pasaribu, 2015).

¹⁰⁴ 2.3.2 Definisi Restoran

Restoran adalah ⁵⁰ tempat atau bangunan yang dirancang secara komersial yang memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggannya dengan menyediakan makanan dan minuman. Sebagaimana dijelaskan oleh Prof. Vanco Christian dari *School of Hotel Administration di Cornell University*, tujuan operasional restoran adalah untuk menghasilkan keuntungan. Restoran ini memiliki tujuan utama selain mencapai tujuan ¹¹⁰ bisnis atau mencari keuntungan, yaitu membuat pelanggannya puas.

Menurut ³⁴ Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, pengusaha jasa pangan didefinisikan sebagai "suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial". Selain itu, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No.304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan, restoran atau rumah makan didefinisikan sebagai "suatu usaha yang menyediakan jasa

pelayanan makanan dan minum¹⁰⁷ penyimpanan dan distribusi makanan dan minuman kepada publik ditempat bisnisnya. Secara umum, orang pergi ke restoran untuk membeli⁴² berbagai macam makanan dan minuman. Restoran juga biasanya menyuguhkan keunikan diri sendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan maupun tampilan fisik bangunan. Sebuah kesimpulan dapat dibuat berdasarkan definisi strategi yang berbeda yang didasarkan pada⁶⁷ bahasa yang digunakan. Strategi adalah rencana jangka panjang yang dibuat untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu.³⁹ Menurut Jauch dan Glueck (2000) di dalam (Heizer, 2018), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

2.4 Pramusaji / Waiter

2.4.1 Teori Pramusaji

Pada buku Restoran dan Segala Permasalahannya, Marsum (2005:90) didalam (Yulianto & Guntur, 2015) mengartikan pramusaji⁷⁴ atau pramusaji adalah orang yang menyajikan makanan dan minuman pada suatu restoran atau bar. Pramusaji dan pramusaji adalah anggota staf di restoran yang bertugas menyapa dan mengantarkan pelanggan ke tempat yang¹² nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman juga mencuci dan menyajikannya restoran serta area disekitarnya mengatur meja untuk para pengunjung selanjutnya.

2.4.2 Definisi Pramusaji/Waiter

Karyawan di sebuah restoran, yang disebut waiter atau waitress, bertanggung jawab untuk menunggu pelanggan dan membuat mereka merasa nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya, membersihkan restoran dan lingkungannya, dan mempersiapkan meja makan untuk pelanggan. Menurut (Endar Sugiarto, 1998), waiter adalah karyawan di sebuah restoran yang bertanggung jawab untuk menunggu pelanggan dan membuat mereka merasa nyaman. Memberbersihkan restoran dan sekitarnya, dan siapkan meja makan untuk tamu berikutnya. Agar waiter atau waitress dapat bekerja sesuai dengan *Standart Operational Procedure*, mereka harus memiliki kualitas dan perilaku yang baik. Penampilan fisik, seperti kebersihan dan kerapian saat menyajikan makanan atau minuman yang dipesan, juga harus diperhatikan. Seorang waitress adalah sebutan bagi wanita sedangkan sebutan untuk waiter ditujukan kepada laki-laki, yang melayani di restoran yang melayani makanan dan minuman, dan tugasnya adalah menyajikan makanan dan minuman di restoran serta menyiapkan alat hidang, mengatur meja, dan memasang taplak meja, antara lain. Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik, akan ada lebih banyak pelanggan yang akan kembali ke restoran, sehingga tingkat kesejahteraan karyawan akan meningkat. Selain itu, penjaga meja waiter/waitress bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan restoran dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, termasuk menyediakan makanan atau minuman kepada pelanggan, membersihkan

makanan atau minuman kepada pelanggan, mengatur meja, menurunkan kain meja dan napkin yang kotor ke linen, dan menjaga kebersihan restoran.

Kotler (2002) mengatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau tindakan yang dapat dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik tertentu. Perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan sendiri. Selain itu, Kotler menyatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi sebelum dan setelah transaksi. Pelayanan yang baik biasanya menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan lebih banyak pembelian ulang. Kepuasan, menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) didalam (Pinandita Faiz, 2020), adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan." Penilaian karakteristik produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kepuasan konsumen terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumen disebut kepuasan. Kualitas, pelayanan, dan nilai dapat menentukan kepuasan pelanggan. Memberikan nilai pelanggan yang tinggi adalah kunci untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Satisfaction berasal dari kata Latin "*satis*", yang berarti "cukup baik dan memadai", dan "*facio*", yang berarti "melakukan dan membuat."Kepuasan didefinisikan sebagai "upaya dalam pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai", menurut sederhananya didalam (Tjiptono, 2019: 377). Pemenuhan atau membuat sesuatu yang mencukupi adalah beberapa definisi kepuasan didalam (Frasastono et al., n.d., 2020: 77). Menurut Howard & Sheth (1969) dalam buku mereka, kepuasan pelanggan adalah keadaan psikologis pelanggan yang berkaitan dengan kesamaan atau ketidaksetaraan antara hasil yang didapat dan dibandingkan dengan upaya yang telah dilakukan (Tjiptono, 2019: 377). Kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai perasaan penuh terhadap barang atau jasa setelah diterima dan digunakan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah penilaian evaluasi purnabeli yang dihasilkan dari pilihan pembelian tertentu. Mowen (1995) pada buku (Tjiptono, 2019:378) didalam (Rahmadi, 2021) Kepuasan pelanggan adalah tanggapan atau keyakinan pelanggan tentang kebutuhan. Kepuasan konsumen adalah pertimbangan tentang fitur atau keunggulan produk dan jasa yang memberikan tingkat kepuasan konsumen yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan (Dasriwahyuni dia, 2020: 85-102). Peneliti menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau ekspektasi pelanggan tentang barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan, dengan harapan dan harapan yang tinggi bahwa barang atau jasa tersebut akan membuat pelanggan puas dan

senang sehingga mereka ingin mengkonsumsi barang atau jasa tersebut lagi.

2.5.2 Tingkat Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tidak ada satu ukuran "terbaik" kepuasan pelanggan yang disepakati secara umum. Namun, di antara berbagai cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, konsep inti mengenai objek pengukuran memiliki enam kesamaan (Tjiptono, 2019: 394-395).

1. Kepuasan konsumen keseluruhan—cara yang sangat sederhana untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen adalah dengan menanyakan apa yang mereka ketahui tentang produk atau jasa.

2. Aspek kepuasan konsumen—terdiri dari empat cara— Pertama, pelajari tentang faktor-faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kedua, berikan pertanyaan tentang bagaimana konsumen menilai produk dan jasa berdasarkan fitur per-item, seperti kecepatan layanan, layanan fasilitas, dan layanan karyawan yang ramah. Ketiga, berikan pertanyaan tentang bagaimana konsumen menilai produk dan jasa pesaing berdasarkan fitur-fitur yang sama. Terakhir, berikan pertanyaan tentang aspek yang menurut mereka paling penting.

3. Kofirmasi Harapan, di mana kepuasan pelanggan diukur berdasarkan seberapa baik atau buruk kinerja produk setiap hari.

4. Niat Beli Ulang, di mana kepuasan pelanggan diukur melalui tindakan yang menanyakan apakah mereka akan menggunakan jasa tersebut lagi.

5. Ketersediaan untuk Merekomendasi, di mana kepuasan pelanggan diukur melalui tindakan yang langsung menanyakan apakah akan menggunakan jasa tersebut lagi.
6. Dalam hal ketidakpuasan pelanggan, beberapa macam bidang yang sering digunakan untuk mengidentifikasi ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai berikut: (1) keluhan; (2) retur; (3) pengembalian produk; (4) gethok tular negatif dan (f) keluar.

2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Tujuh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2019: 383-386):

1. Barang dan jasa yang berkualitas; perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk dan layanan yang bagus.
2. Pemasaran loyalitas, yang berusaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
3. Program promosi loyalitas, yang digunakan oleh banyak perusahaan untuk mengikat hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan, terkadang dengan "rewards"
4. Fokus pada pelanggan terbaik, yang mencakup dua puluh persen pelanggan yang sering mengkonsumsi dan delapan puluh persen penjualan.
5. Sistem penanganan keluhan yang efektif; keluhan berhubungan erat dengan kualitas produk; perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa semua aman sebagaimana fungsinya.

6. Jaminan tanpa syarat adalah jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada pelanggan tentang barang dan jasanya yang akan digunakan pada waktu yang akan datang.

7. Program pay-for-performance, di mana perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan puas, tetapi juga harus memperhatikan kebutuhan karyawan

2.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Dharma, 2017: 351):

1. Kenyamanan yang dirasakan pelanggan saat mendapatkan pelayanan yang diberikan.
2. Keyakinan penyedia jasa terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Munculnya keinginan untuk menggunakan atau menggunakan layanan tersebut lagi.
4. Kepuasan atas perhatian yang sepenuhnya diberikan oleh penyedia jasa.

2.6 Analisis SWOT

2.4.3 Pengertian SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari

lingkungan eksternal perusahaan. Menurut David Freddy Rangkuti (2008:8) Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

2.4.4 Matrik SWOT

¹³ Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis. Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

- a. Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Sari & Halim, 2022).

2.7 Kajian Empiris

Peneliti mencoba meninjau literatur dan penelitian sebelumnya tentang subjek penelitian untuk mendukung masalah yang dibahas. Selain itu, tidak boleh ada plagiarisme atau menyalin karya orang lain dalam penelitian ilmiah. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengikuti kode etik penelitian ilmiah saat melakukan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengkonfirmasi penelitian, menempatkannya sebagai posisi, dan menggunakan teori yang mendukungnya untuk mengembangkan konsep penelitian. Peneliti menemukan bahwa beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan penelitian sebelumnya. dengan penelitian ini, meskipun telah dibahas, penelitian ini masih sangat berbeda dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah hasil penelitian sebelumnya yang dibuat sebagai referensi yang tercantum di bawah ini:

Tabel 2.1 Kajian Empiris

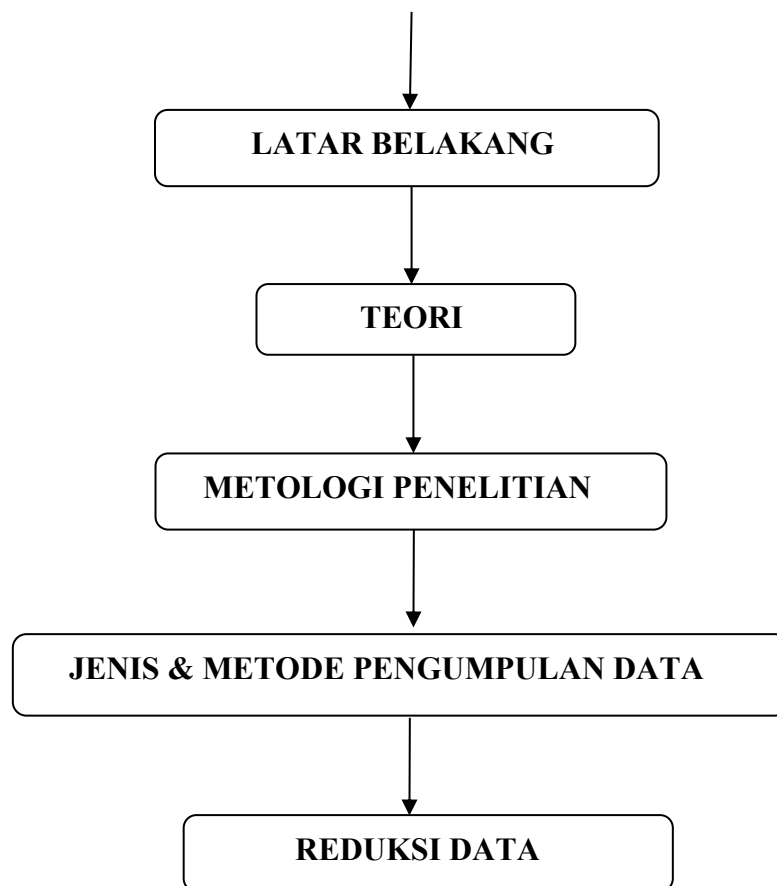
Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
Sri Wahyuningsih Handayani 2023	Peranan Waiters dalam menjaga kepuasan tamu di Almada Hotel	Hasil dari penelitian pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa peranan waiters dalam	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan

		25 quality service dan kepuasan tamu di Alamanda Resto Sofia Hotel Juanda masih belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik oleh para waiters dan karyawan hotel	25 waiters dalam melayani tamu dengan baik demi meningkatkan kepuasan tamu di ARSH.
Ade Galang Saputra 2020	3 Peran Peningkatan Pelayanan Pramusaji Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	3 Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) dirasa paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan pelayanan di Restoran Shabu Auce.	SWOT
Mohamad Lutfi Candra 54 2018	Peran Waiter/waiters dalam meningkatkan kepuasan customers di restoran Bumbu Desa Aston Hotel and coference center	12 Berdasarkan hasil dari praktek kerja nyata yang penulis lakukan di restoran Bumbu Desa Hotel Aston Jember, penulis mendapatkan informasi mengenai hal-hal apa saja yang waiters/waitress lakukan agar dapat mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan customers. Seorang waiters/waitress mempunyai peran penting dalam meningkatkan kepuasan customers melalui service skill yang dimiliki dan ditetapkan oleh restoran	12 Untuk mengetahui Upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan tamu, seorang waiters/waitress harus dapat bekerja secara professional serta menjalankan SOP (Standard Operational Procedure) yang ada pada restoran Bumbu Desa
Juanly Glen Lendeng 2019	Analisis Pengaruh Profesionalisme Waiter/Waitress	Hasil penelitian menunjukan bahwa profesionalisme	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

	32 Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Citi Café Hotel Cititel Mid Valley Kuala Lumpur”	32 berpengaruh terhadap kepuasan tamu di Citi Café Hotel Cititel Mid Valley. Oleh sebab itu sebaiknya pihak hotel yaitu para supervisor yang ada di Citi café memberikan training kepada waiter/waitress yang ada	32 seberapa besar pengaruh profesionalisme waiter/waitress terhadap tingkat kepuasan tamu.
Siti Maryam 2022	63 Analisis Swot Terhadap Eksistensi Hotel Syariah Di Kota Banda Aceh Pada Masa Pandemic Covid-19	27 Berdasarkan perhitungan menggunakan matriks SWOT Al Hanifi Hotel berada pada kuadran 1 yang bernilai positif. Posisi tersebut menunjukkan bahwa pada Al Hanifi Hotel mempunyai peluang yang lebih besar dari pada ancaman yang ditimbulkan.	SWOT

2.8 Kerangka Berpikir

Untuk mendukung sub fokus yang menjadi latar belakang penelitian ini, kerangka pemikiran menggambarkan cara peneliti berpikir. Penelitian kualitatif membutuhkan landasan yang mendasari penelitian untuk membuat penelitian lebih terarah. Oleh karena itu, untuk memperjelas konteks dan konsep penelitian **ANALISA STRATEGIS PERANAN PRAMUSAJI DALAM MELAYANI TAMU DI HOTEL ASTON INN GIDEON** yang disusun. Untuk penelitian yang relevan, kerangka berpikir harus dibuat, atau berhubungan dengan subjek penelitian.



61 Gambar 2.1 Kerangka Teori

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif membatasi masalah penelitian karena fokusnya pada penerapan standar data khusus. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena sosial dari sudut pandang informan penelitian.

Menurut Hajdar dalam Basrowi di dalam (Permana, 2019), pemahaman diperoleh setelah menganalisis fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian. Metode deskriptif menjelaskan hasil penelitian secara menyeluruh.

3.2 Populasi dan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sample yang tidak memberikan peluang yang sama atau teknik pengambilan sample berdasarkan kriteria tertentu bagi setiap anggota dari populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016). Sampel yang digunakan yaitu pramusaji dan guest Hotel Aston Gideon Inn Batam.

3.3 Sumber Data Penelitian

3.3.1 Data Primer

Data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari sumber data disebut data primer. Data utama disebut juga data baru atau data asli yang memiliki sifat modern. Peneliti harus mengumpulkan data secara langsung untuk mendapatkan data primer. Wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner adalah beberapa metode yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer didalam (Sandu, 2015).

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari berbagai sumber sebelumnya (peneliti sebagai tangan kedua). Sumber seperti jurnal, data dari Hotel Aston Inn Gideon Batam. Memahami kedua jenis data di atas sangat penting. Sebagai dasar untuk menentukan metode

dan langkah-langkah proses pengambilan data penelitian didalam (Sandu, 2015).

3.4 Teknik pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data di mana peneliti mewawancarai atau berbicara secara langsung dengan orang-orang yang bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang diperlukan untuk perusahaan serta dengan pihak lain yang dianggap dapat memberikan informasi tersebut. Informan akan berjumlah 5 orang yang bekerja di hotel Aston Gideon Batam.

Tabel 3.1 Nama-nama Informan

Nama	Posisi
Alan Aulia	Supervisor Restoran
Hadraini	Waiter
M. Haryanto Putra Handika	Waiter
Alimul Akbar	Waiter
Budi Wahyu Saputra	Waiter
Sarah	Guest
Nova	Guest

3.4.2 Observasi

Fokus dari penelitian ini adalah observasi, yang merupakan metode pengumpulan data dan informasi melalui pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam hal ini, pengaruh pelayanan pramusaji terhadap kepuasan pelanggan di Bamboo restoran adalah subjek dari penelitian ini.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi atau pengarsipan adalah studi tentang data atau variabel seperti stuktur organisasi, sop, jurnal, sejarah, Hotel Aston Inn Gideon Batam

3.5 Teknis Analisis Data

Proses analisis data kualitatif dimulai dengan meninjau semua data yang tersedia dari berbagai sumber, termasuk pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan wawancara. Setelah analisis, langkah berikutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi, dan penafsiran data. Menurut penulis, proses analisis data kualitatif yang disebutkan Moleong di atas sangat kompleks dan terjadi tumpang tindih di setiap tahapannya. karena diproses ini, yang telah menyelesaikan penyusunan satuan dan kategorisasi Jadi, penulis lebih setuju kalau proses analisis data dilakukan melalui berbagai langkah; mengurangi data, menyajikan atau menampilkan data dan hasil atau konfirmasi.

3.5.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses pencarian, pengumpulan, dan pengukuran informasi tentang variabel yang dimaksud dalam suatu sistem. Tujuan pengumpulan data adalah untuk menjawab pertanyaan yang relevan dan mengevaluasi hasil dari proses tersebut. Proses pengumpulan data formal diperlukan agar data yang dikumpulkan dapat didefinisikan dan akurat. Proses ini memberikan dasar untuk pengukuran

dan kadang-kadang menunjukkan apa yang perlu diperbaiki untuk mendapatkan data berkualitas tinggi. Berbagai metode ¹⁰⁸ pengumpulan data termasuk observasi, wawancara, kuesioner, dan pengumpulan. Meskipun demikian, kedua pihak yang bertanggung jawab atas ¹⁰³ pengumpulan data, serta metode yang digunakan untuk mengumpulkannya, harus mematuhi peraturan.

3.5.2 Reduksi Data

¹⁸ Reduksi data adalah proses analisis untuk memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstraksikan dan mentransformasikan data mentah yang didapat dari catatan-catatan yang muncul dilapangan. Adapun proses reduksi data di dalam penelitian ini adalah catatan tertulis dilapangan yang diperoleh peneliti dari hasil observasi partisipatif dan wawancara secara mendalam dengan supervisor dan pramusaji bamboo restaurant. Reduksi data dilakukan oleh peneliti dengan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Mengingat bahwa reduksi data ini terjadi secara berulang-ulang dan apabila ditemukan data yang tidak cocok, maka peneliti melakukan pengecekan kembali di bamboo restaurant ⁸³ tersebut untuk memperoleh kevalidan data dalam menjawab fokus penelitian. (Sandu, 2015).

3.5.3 Triangulasi

⁶ Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, di luar itu untuk keperluan pengecekan atau suatu pembandingan terhadap data itu. Peneliti berusaha mengkaji data dengan mengkaji beberapa sumber. ²⁰ Secara garis besar triangulasi ada 3

yaitu triangulasi sumber, tehnik, dan waktu. Triangulasi sumber adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data, tehnik ini dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Triangulasi tehnik adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek pada sumber yang sama tetapi dengan tehnik yang berbeda. Triangulasi waktu adalah tehnik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda.

3.5.4 Analisis Strategi

10 Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data dengan cara mengorganisir data kedalaman kategori, menjabarkan ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan. Tahap menganalisa data adalah tahap yang paling penting dan menentukan dalam suatu penelitian. Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisa dengan tujuan menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Selain itu data diterjunkan dan dimanfaatkan agar dapat dipakai untuk menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu menggunakan model analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Kemudian faktor eksternal dimasukkan ke dalam

matrik yang dapat disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

1. Identifikasi EFAS dan IFAS

Identifikasi faktor internal dan eksternal terhadap Pramusaji Bamboo restaurant dalam menentukan strategi peranan, ⁶terlebih dahulu dilakukan dengan menghimpun data melalui daftar pertanyaan yang berisi seperangkat pernyataan yang telah dirancang sesuai dengan dimensi dan variabel untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal tersebut dilakukan dengan menentukan beberapa item sebagai berikut :

- a. Penentuan item pertanyaan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang termasuk ke dalam faktor kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman bagi pramusaji ⁶diperoleh melalui wawancara dengan orang-orang yang mengetahui keadaan perusahaan, Selain metode wawancara, item-item pertanyaan tersebut diperoleh dari peninjauan langsung yaitu supervisor dan pramusaji Bamboo Restaurant Hotel Aston Gideon Inn Batam.
- b. ¹¹Penentuan nilai penting penentuan nilai penting untuk masing-masing pertanyaan dilakukan kepada pihak-pihak yang dianggap paling mengetahui atau berhubungan dengan strategi peran pramusaji sebanyak ⁶6 responden. Cara yang dipakai untuk menjawab daftar pertanyaan yang diajukan berdasarkan nilai penting untuk masing-masing item adalah dengan menggunakan

Skala Likert 5 (lima) tingkat, yang berhubungan dengan pertanyaan mengenai strategi pemasaran sebagai berikut :

55
Tabel 3.1 Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- c. 11 Penentuan Bobot Untuk menentukan besarnya bobot pada masing-masing item pernyataan ditetapkan berdasarkan tingkat kepentingan yaitu besarnya jumlah keseluruhan nilai penting untuk setiap faktor pada lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Misalnya faktor kekuatan memiliki indikator pertanyaan maka jumlah ketujuh nilai penting dari indikator tersebut merupakan pembagi untuk masingmasing nilai penting setiap item pertanyaan, demikian halnya untuk faktor kelemahan yaitu peluang dan ancaman.
- d. Penentuan Rating Untuk menentukan besarnya nilai rating untuk masing-masing item pernyataan dalam daftar pertanyaan berdasarkan hasil wawancara dari 6 responden dengan distribusi terdiri dari pramusaji dan *guest* Bamboo Restaurant Hotel Aston Gideon Inn Batam. Dari 6 6 responden tersebut diambil untuk nilai rata-rata untuk setiap item pernyataan sehingga nilai rata-rata tersebut berada pada nilai minimal 1 dan maksimal 4 sebagaimana yang telah disebutkan di atas.

Matrik IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Total			

Gambar 3.1 Matrik IFAS

Matrik EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Total			

93
Gambar 3.2 Matrik EFAS

e. Matrik SWOT

SWOT

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS		
Peluang (O)	SO	WO
Ancaman (T)	ST	WT

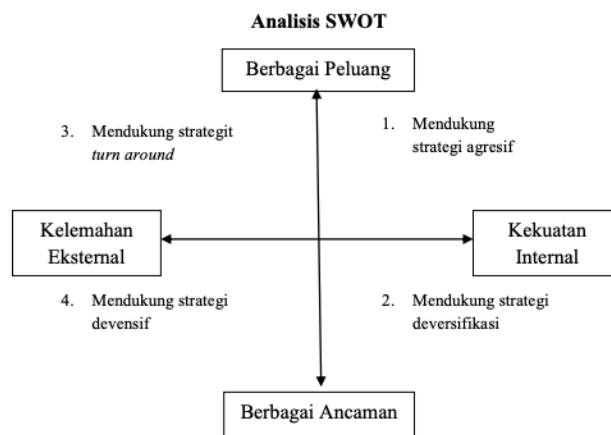
17
Gambar 3.3 Matrik SWOT

Di dalam matrik SWOT terdapat beberapa strategi diantaranya yakni:

- 1) Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST Ini merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yaitu yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO Strategi ini diterpkan berdasarkan pemanfaatan yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

f. ⁹ Diagram Analisis SWOT



Gambar 3.4 Diagram Analisis SWOT

- 1) Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).
- 2) Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi (produk/pasar).
- 3) Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3

ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri microcomputer.

- 4) Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

35 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Hotel Aston Inn Gideon yang memiliki alamat Jl Komp.Penuin Centre No.1, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444.



111 Gambar 3.5 Lokasi Penelitian

Jadwal penelitian ini akan dimulai tanggal 01 agustus 2023 sampai dengan bulan Desember 2023.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

1. Gambaran Umum Hotel Aston Inn Gideon Batam



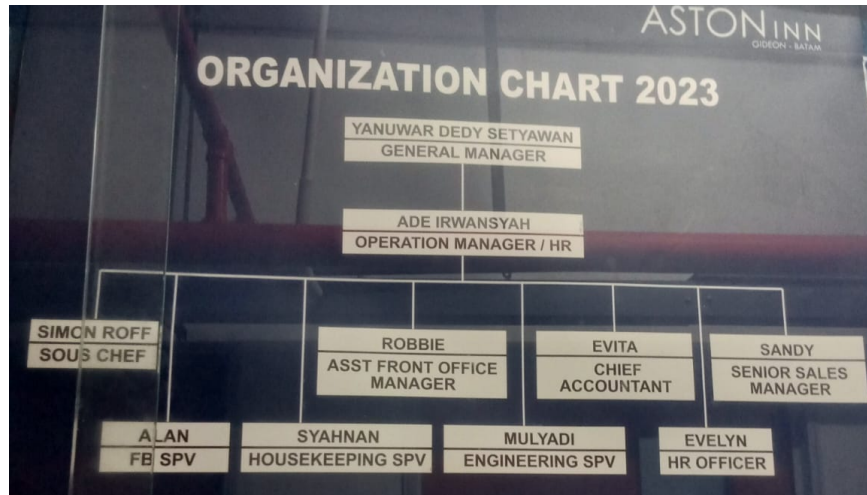
Gambar 4.1 Archipelago

Archipelago International (AII) adalah grup manajemen hotel swasta terbesar di Asia. Sejak didirikan pada tahun 1997, AII memiliki lebih dari 40.000 kamar dan hunian di lebih dari 200 lokasi di Asia Tenggara, Karibia, Timur Tengah, dan Oseania. Sebagai perusahaan manajemen hotel yang terpercaya, AII memiliki sejarah panjang dan telah diberi penghargaan untuk merk-merk terkenal seperti *ASTON*, *Collection by ASTON*, *Alana*, *Huxley*, *Kamuela*, *Harper*, *Quest*, *NEO Hotel*, *fave*, *Nordic*, dan *Powered by ARCHIPELAGO*. Visi Archipelago diakui secara luas sebagai perusahaan perhotelan terpilih bagi tamu, pemilik, dan karyawan dimanapun kami beroperasi. Misi Archipelago memberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh tamu di semua hotel kami, membantu karyawan dalam mengembangkan karirnya dan mendukung para pemilik hotel dalam hal merancang, menciptakan, dan mengelola hotel mereka menjadi yang terbaik di kelasnya.



Gambar 4.2 Lokasi Aston Gideon Inn

Lokasi Aston Inn Gideon Batam berada di daerah Penuin di Batam, yang terkenal dengan banyak tempat belanja dan hiburan. Ini hanya berjalan kaki dari BCS Shopping Mall dan Grand Batam Shopping Arcade, dan hanya 25 menit dari Bandara Internasional Hang Nadim dan 12 menit dari Terminal Feri Harbour Bay. Aston Inn Gideon Batam merupakan hotel bintang 3 di Batam yang mempunyai 159 kamar dengan pilihan yaitu *Superior, Deluxe, Premier, Executive Suite, Family, dan Family Suites*. Dan Hotel ini juga mempunyai fasilitas lain seperti SPA, *Restaurant*, WIFI, dan 4 Meeting room kapasitas 300 orang (cendana 1, cendana 2, pinus 1, pinus 2)



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Aston Inn Gideon Batam

3. Analisa SWOT

SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komperhensif. Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor ekstern maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (kelemahan) yang terdapat pada organisasi itu. Adapun rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Hotel Aston Inn Gideon Batam adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 SWOT Pelayanan *Breakfast* Pramusaji di Hotel Aston Inn Gideon Batam

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2023

4. Matriks IFAS

STRENGT (KEKUATAN)	WEEKNESS (KELEMAHAN)
Bahan baku produk berkualitas	Jumlah SDM pramusaji kurang jika occupancy meningkat
Rasa masakannya terkenal enak	Suhu ruangan panas
Pelayanan yang baik dan memuaskan	Tidak ada ruangan VIP
Pilihan menu banyak dan bervariasi	Ruangan tidak terlalu besar
Lokasi yang strategis berada di dekat pusat Kota Batam	
Refil makanan yang cepat	
Adanya <i>pass around</i> yang menjadi keistimewaan	
Pelayanan pramusaji yang cepat dan responsif kepada pelanggan	
Penampilan dan kelengkapan pramusaji baik	
OPPORTUNITY (PELUANG)	TREAT (ANCAMAN)
Lokasi yang strategis berada di dekat pusat Kota Batam	Terdapat banyak hotel yang sejenis di daerah Hotel Gideon
Inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan karena memiliki peralatan yang lengkap dan juru masak berbakat	Perkembangan teknologi yang pesat
Pemasaran melalui sosial media yang lebih bisa dimaksimalkan	Banyaknya pendatang baru yang masuk ke industri penginapan sejenis hotel (home stay, guest house, hostel, losmen, dan sebagainya)
Pangsa pasar yang lebih dominan	Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki hotel pesaing.
meningap di hotel berasal dari wisatawan mancanegara	

Analisis Lingkungan Internal Faktor Internal merupakan yang berasal dari lingkungan yang ada di dalam perusahaan dalam hal ini adalah kekuatan dan kelemahan. Kita memanfaatkan data-data yang kita peroleh dari hasil observasi langsung dan wawancara terhadap *supervisor* dan pramusaji Hotel Aston Inn Gideon Batam mengenai strategi pramusaji. Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar perencanaan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada Hotel Aston Inn Gideon Batam. Matriks IFAS disusun berdasarkan identifikasi dari kondisi internal pelayanan pramusaji pada Hotel Aston Inn Gideon Batam berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel Aston Inn Gideon Batam.

Tabel 4.2 Matriks *Strength* IFAS

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2023

Pernyataan	Jumlah	Bobot	Rating	bobot x rating (skor)
Bahan baku produk berkualitas	28	0,112	4,7	0,5
Rasa masakannya terkenal enak	27	0,108	4,5	0,5
Pelayanan yang baik dan memuaskan	29	0,116	4,8	0,5
Pilihan menu banyak dan bervariasi	26	0,104	4,3	0,5
3 Lokasi yang strategis berada di dekat pusat Kota Batam	29	0,116	4,8	0,5
Refil makanan yang cepat	28	0,112	4,7	0,5
Adanya <i>pass around</i> pramusaji yang menjadi keistimewaan dan khas dari Hotel Aston Inn Gideon	30	0,120	5	0,6
Pelayanan pramusaji yang cepat dan responsif kepada pelanggan	26	0,104	4,3	0,5
Penampilan dan kelengkapan pramusaji baik	27	0,108	4,5	0,5
Total	250	1		4,7

Berdasarkan tabel di atas kekuatan strategi faktor internal didapat nilai bobot sebesar 0,120 untuk *pass around* yang menjadi salah satu keunikan atau keistimewaan di hotel Aston Gideon. Nilai rating merupakan ketetapan dari teori Fahmi (2015), untuk kasus ini didapat nilai bobot 0,120 berarti masuk dalam katogori setuju sehingga nilai ratingnya 5 oleh karenanya didapat nilai IFAS untuk kekuatan dengan variabel lokasi yang strategis.

Berdasarkan semua hasil pembobotan dan rating didapat nilai IFAS untuk kekuatan pada Hotel Splash Bengkulu sebesar 4,7 dan nilai ini didapat dari total nilai bobot x rating.

Tabel 4.3 Matriks *Weekness* IFAS

Pernyataan	Jumlah	Bobot	Rating	bobot x rating (skor)
Jumlah SDM pramusaji kurang jika occupancy meningkat	24	0,282	4,0	1,1
Suhu ruangan panas	21	0,247	3,5	0,9
Tidak ada ruangan VIP	20	0,235	3,3	0,9
Ruangan tidak terlalu besar	20	0,235	3,3	0,9
Total	85	1		4,0

5 Berdasarkan tabel di atas kelemahan strategi faktor internal didapat nilai bobot sebesar 0,282 untuk jumlah pramusaji kurang jika *occupancy* meningkat.

5. Matriks EFAS

5 Faktor eksternal (EFAS) digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal yang akan dihadapi oleh Hotel Aston Inn Gideon. Matriks EFAS akan disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan eksternal pada Hotel Aston Inn Gideon yang terdiri dari 5 peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh Hotel Aston Inn Gideon pada saat memberikan pelayanan *breakfast*. Strategi untuk faktor eksternal yaitu 5 peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang terjadi pada Hotel Aston Inn Gideon. Untuk memperoleh bobot maupun rating faktor eksternal maka hasil jawaban responden eksternal 6 orang yang akan diakumulasikan dengan mengalikan jawaban responden terhadap pernyataan dengan skala yang ditentukan mulai dari 1,00 sangat setuju sampai dengan 0,10 sangat tidak setuju dan untuk mencari nilai rating yaitu dengan skala 5 sangat setuju sampai dengan 1 sangat tidak setuju. Setelah memperoleh bobot dan rating maka dapat diperoleh

skor

dengan cara mengalik bobot dengan rating.

Tabel 4.3 Matriks *Opportunity* IFAS

Pernyataan	Jumlah	Bobot	Rating	bobot x rating (skor)
Memiliki banyak pelanggan wisatawan mancanegara	28	0,208	4,7	1,0
3 Lokasi yang strategis berada di dekat pusat Kota Batam	27	0,201	4,5	0,9
3 Inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan karena memiliki peralatan yang lengkap dan juru masak berbakat	28	0,208	4,7	1,0
Pemasaran melalui sosial media yang lebih bisa dimaksimalkan	26	0,194	4,3	0,9
22 Pangsa pasar yang lebih dominan menginap di hotel berasal dari wisatawan mancanegara	25	0,186	4,2	0,9
TOTAL	134			4,7

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2023

5 Berdasarkan tabel di atas kekuatan strategi faktor internal didapat nilai bobot sebesar 0,208 untuk 3 inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan karena memiliki peralatan yang lengkap dan juru masak berbakat yang merupakan hasil dari wawancara di hotel Aston Gideon menjasi bobot tertinggi dalam mengembangkan peluang.

Tabel 4.5 Matriks Treat EFAS

Pernyataan	Jumlah	Bobot	Rating	bobot x rating (skor)
102 Terdapat banyak hotel yang sejenis di daerah Hotel Gideon	28	0,264	4,7	1,2

Perkembangan teknologi yang pesat	26	0,245	4,3	1,1
22 Banyaknya pendatang baru yang masuk ke industri penginapan sejenis hotel (home stay, guest house, hostel, losmen, dan sebagainya)	27	0,254	4,5	1,2
78 Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki hotel pesaing.	25	0,235	4,2	1,1
TOTAL	106			4,6

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2023

5 Berdasarkan tabel di atas kekuatan strategi faktor internal didapat nilai bobot sebesar 0.264 untuk terdapat banyak hotel yang sejenis di daerah Hotel Aston Inn Gideon yang menjadi salah satu ancaman dengan bobot tertinggi.

5. Rancangan Analisis Strategi

1 Rancangan strategi agar mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan lain berdasarkan hasil perhitungan pada tabel EFAS dan IFAS maka Hotel Aston Inn Gideon 1 dapat membuat dan merumuskan formulasi arah strategi dengan menggunakan matriks TOWS yang dikembangkan oleh Wheelen dan Hunger dalam Solihin (2012) dalam (Wilfrid, 2019). 1 Matriks TOWS ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternatif strategi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni strategi SO (*Strenght – Opportunity*), strategi WO (*Weakness – Opportunity*), strategi ST (*Strenght – Threat*) dan strategi WT (*Weakness – Threat*).

Tabel 4.6 Matriks TOWS

IFAS	Strenght (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
	1. Bahan baku produk berkualitas 2. Pelayanan pramusaji yang baik dan memuaskan 3. Pilihan menu banyak dan bervariasi	1. Jumlah pramusaji kurang jika occupancy meingkat 2. Suhu ruangan panas 3. Tidak ada ruangan VIP 4. Ruangan tidak terlalu besar

EFAS	3 Lokasi yang strategis berada di dekat pusat kota Batam - Refil makanan yang cepat - Rasa masakannya terkenal enak - Adanya <i>pass around</i> pramusaji yang menjadi keistimewaan dan khas dari Hotel Aston Inn Gideon - Pelayanan pramusaji yang cepat dan responsif kepada pelanggan - Penampilan dan kelengkapan pramusaji baik	
Opportunity (peluang) - Memiliki banyak pelanggan yang merupakan wisatawan asing 3 Lokasi yang strategis berada di dekat pusat kota Batam 3 Inovasi – inovasi menu masih bisa dikembangkan karena memiliki peralatan yang lengkap dan juru masak berbakat - Pemasaran melalui sosial media yang lebih bisa dimaksimalkan - Pangsa pasar yang lebih dominan	Srategi SO - Memaksimalkan pemasaran hotel dengan penawaran <i>dinner/lunch</i> - Memberikan pelatihan kepada pramusaji guna meningkatkan kinerja pramusaji - Memberikan reward kepada pramusaji yang berkinerja baik selama 6 bulan	Srategi WO - Menambah jumlah SDM pramusaji jika <i>occupancy</i> hotel naik - Memaksimalkan dengan menata ruangan
Treath (ancaman) 4 Terdapat banyak hotel yang sejenis di daerah Hotel Gideon - Perkembangan teknologi yang pesat - Banyaknya pendatang baru yang masuk ke industri penginapan sejenis hotel (home stay, guest house, hostel, losmen, dan sebagainya) - Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki hotel pesaing.	Srategi ST 1 Membuat produk yang inovatif dan unik sesuai dengan tren - Menjalin kerjasama dengan pihak <i>travel agent</i>.	Srategi WT - Perbaiki sirkulasi udara di restaurant hotel Gideon - Menambahkan ruang VIP guna meningkatkan jumlah tamu

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2023

1 a. Strategi SO (Strenght – Opportunity)

Strategi SO yaitu strategi yang dihasilkan Hotel Aston Inn Gideon Batam 1 dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki guna memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*) (Solihin, 2012:170). Strategi SO terdiri dari:

- 1) Salah satu kekuatan yang dimiliki 8 Hotel Aston Inn Gideon Batam

adalah salah satunya adanya *pass around* yang merupakan salah satu bentuk *service breakfast* Hotel Aston Inn Gideon Batam yang dilakukan pramusaji, dengan menyajikan *dessert* atau minuman yang tidak ada di menu *buffet*. Pramusaji memberikan langsung kepada beberapa tamu dan mendokumentasikan dengan tujuan memberikan pelayanan yang berbeda, menjadi salah satu *service pramusaji* dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

- 2) Memberikan pelatihan kepada pramusaji guna meningkatkan kinerja. Setiap pramusaji yang melayani tamu harus bisa membuat tamu merasa senang dengan melihat seperti ekspresi wajah yang dapat mendinginkan persahabatan dan simpati, selain itu, pramusaji perlu melakukan pekerjaan dengan hati-hati agar tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan tamu *complaint*.
- 3) Memberikan *reward* kepada pramusaji yang berkinerja baik selama 6 bulan, Memberikan tambahan *income* kepada para pramusaji yang bisa memberikan pelayanan terbaik kepada tamu dan namanya sering tercantum pada tripadvisor dan lainnya, maka akan diberikan *service charge*. Hal ini dapat membantu meningkatkan semangat pramusaji dalam melayani para tamu dan membantu meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Aston Inn Gideon Batam.

1 b. Strategi WO (*Weakness–Opportunity*)

Strategi WO yaitu strategi yang dihasilkan Hotel Aston Inn Gideon Batam dapat memanfaatkan peluang (*opportunities*) yang ada dilingkungan eksternal dengan mengatasi segala kelemahan

(*weaknesses*)⁸⁸ (Solihin, 2012:170). Strategi WO terdiri dari:

- 1) Menambah jumlah sumber daya manusia (pramusaji) ketika *occupancy*⁸ Hotel Aston Inn Gideon Batam meningkat. Dari hasil wawancara yang dilakukan menemukan kelemahan saat *weekend* dan tamu ramai terkadang ada beberapa tamu yang terlewatkan ketika sedang melayani tamu dikarenakan jumlah pramusaji yang tidak banyak. Strategi pengembangan yang dilakukan adalah menambah pramusaji *dailyworker* untuk memaksimalkan pelayanan.
- 2) Penataan ruangan dengan jumlah tamu yang meningkat ketika *weekend*, *department food and beverages* mengevaluasi dan berdiskusi mengenai memaksimalkan dengan penataan meja dan kursi dengan ruangan yang tidak terlalu besar agar tetap memberikan pelayanan terbaik kepada tamu/pelanggan.

¹ c. Strategi ST (*Strenght* – *Threat*)

Strategi ST yaitu strategi yang dihasilkan Hotel Aston Inn Gideon Batam¹ dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki guna menghindari berbagai ancaman (*threaths*) (Solihin, 2012:170).

Strategi ST terdiri dari:

- 1) Membuat produk yang inovatif dan unik sesuai dengan tren, dengan mengeluarkan berbagai macam produk yang lebih berkualitas agar produk yang dijual tidak monoton dan tidak membuat pelanggan bosan dengan mempelajari tren yang sedang terjadi di sekitar, untuk dijadikan acuan dalam mengeluarkan produk series baru.

- 2) Menjalin kerjasama dengan *travel agent* guna menarik wisatawan mancanegara menginap dan *breakfast* di Hotel Aston Inn Gideon Batam

1. d. Strategi WT (*Weakness* – *Threat*)

Strategi WT yaitu strategi yang bersifat bertahan (*defensive*) serta bertujuan untuk meminimalisir semua kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Solihin, 2012:170). Strategi WT terdiri dari:

- 1) Perbaiki sirkulasi udara di restaurant bamboo Hotel Aston Inn Gideon Batam
- 2) Menambahkan ruang VIP guna meningkatkan jumlah tamu.

4.2 Pembahasan

4.1.2 Hasil Wawancara

A. Informan

Informan merupakan orang yang memberikan informasi berupa kata dan data yang diperlukan oleh peneliti. Informasi yang didapat dari informan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam menyimpulkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai 6 informan yang terdiri dari *supervisor*, *waiters* dan *guest*.

B. Hasil wawancara dengan karyawan restoran Aston inn Gideon Batam

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada karyawan yang berkerja Bamboo Restoran di Hotel

Aston Inn Gideon Batam bahwa dapat disimpulkan beberapa hasil dari penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Apa kelebihan dari pramusaji ⁸ Hotel Aston inn Gideon Batam dalam memberikan pelayanan *breakfast*?

Menurut Alan selaku *supervisor* kelebihan dari pramusaji di Bamboo restoran pelayanan yang diberikan oleh para *staff* sangat bagus kami melayani tamu seakan-akan mereka merasa di rumah sendiri. Sedangkan menurut Hadriani kelebihan yang diberikan pramusaji di Bambo restoran adalah para staff disini sangat *friendly* dan tamu sangat familiar dengan menu yang kami suguhkan yang rata-rata tamu Singapore dan Malaysia. Sedangkan menurut Putra *FB Captain* di Bamboo restoran kami dapat memberikan *excellent service* terhadap semua tamu. Menurut tamu yang menginap di hotel Astonn Gideon pelayanan pramusajinya baik, makannanya enak dan pelayanan yang berbeda dari hotel lainnya, tamu diberikan *dessert* yang tidak ada di menu *breakfast* menjadi salah satu *experience* tersendiri bagi tamu.

1. Apa kelemahan atau kekurangan yang terdapat pada pelayanan pramusaji pada saat breakfast di Bamboo restoran?

Menurut Alan selaku *supervisor* kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam memberikan pelayanan saat breakfast adalah seating capacity yang kurang, tidak mencukupi jika *occupancy* sedang tinggi. Sedangkan menurut Budi saat *weekend* dan tamu

ramai terkadang ada beberapa tamu yang terlewatkan ketika sedang melayani tamu dikarenakan jumlah pramusaji yang tidak banyak serta, ukuran restoran tidak cukup luas Ketika seluruh tamu datang bersamaan restoran tidak mencukupi. Sedangkan menurut Hadriani mesin *steam coffe* untuk membuat *coffee latte* sudah lama tidak ada lagi dari *vendor*. Menurut tamu kelemahan yang ditemukan ketika menginap adalah ruangan yang tidak terlalu besar dan ruangan yang agak panas, tamu menginap ketika *weekend*.

2. Apa strategi yang dilakukan karyawan Bamboo resto dalam mengatasi kelemahan atau kekurangan dari pelayanan yang diberikan?

Menurut Alan selaku *supervisor* adalah dengan cara memberitahu tamu untuk masuk ke *waiting list* terlebih dahulu lalu untuk karyawan diadakan training *handle breakfast* untuk memaksimalkan kinerja pramusaji. Sedangkan menurut Budi meminta bantuan dari departemen lain serta menambahkan meja dan kursi di restoran. Sedangkan menurut Hadriani menerima masukan dari tamu dan mendiskusikan dengan teman kerja lalu mencari solusi terbaik.

Hal ini sejalan dengan hasil kajian dari Dunnette (1976) dalam jurnal (Ade Galang Saputra & Suwarti, 2022) menyebutkan bahwa keterampilan diyakini sebagai pengetahuan yang diperoleh dan dikembangkan melalui latihan dan pengalaman dalam melakukan berbagai tugas. Hal ini dapat memberikan ruang bagi pramusaji

untuk dapat sepenuhnya meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi dalam bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya di antara tamu, supervisor dan rekan kerja, dan menambahkan keterampilan untuk membantu menyelesaikan tugas dengan baik. Gordon (1994) dalam jurnal (Gede et al., 2022) menyebutkan bahwa keterampilan merupakan suatu kemampuan pengoperasian suatu pekerjaan yang dilakukan secara mudah dan cepat. Oleh karena itu seluruh staf Bamboo resto Hotel Aston Inn Gideon Batam harus memiliki keterampilan untuk bisa mendukung kegiatan meningkatkan kualitas pelayanan pramusaji di Bamboo resto Hotel Aston Inn Gideon Batam.

3. Apa strategi yang dilakukan dalam mengatasi ancaman (seperti terdapat banyak nya hotel hotel bersaing di area Hotel Aston Inn Gideon) ?

Menurut Alan selaku *supervisor* adalah dengan membuat menu menu baru yang tidak dijual di di area sekitar hotel membuat paket lunch atau diner. Sedangkan menurut Budi dalam mengatasi kelemahan atau kekurangan dari pelayanan yang diberikan dengan cara menginovasi dan memberi pilihan yang beragam pada menu breakfast. Sedangkan menurut Hadriani selalu berinovasi membuat *monthly promo* dan selalu mendengarkan kritik dan saran dari tamu untuk membuat perubahan yang lebih baik lagi. Sedangkan menurut Putra *Captain FB* cara mengatasinya adalah dengan meningkatkan

kualitas pelayanan.

4 Setiap pramusaji yang melayani tamu harus bisa membuat tamu merasa senang dengan melihat seperti ekspresi wajah yang dapat mendinginkan persahabatan dan simpati, Selain itu, pramusaji perlu melakukan pekerjaan dengan hati-hati agar tidak terjadi kesalahan yang menyebabkan tamu *complaint*. Sejalan dengan pernyataan Fandy Tjiptono (2017) dalam jurnal (Susi Purniasih & Andiani, 2022) 4 bahwa ada lima (5) kriteria standar kualitas pelayanan yang baik yaitu, ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kemudahan mendapatkan pelayanan dan kenyamanan konsumen. Maka dilaksanakan *service culture training* bagi staff Hotel Aston Inn Gideon 4 guna memberikan pemahaman tentang bagaimana cara melayani tamu dengan baik bahkan memberikan *excellent service*.

4. Apa kendala yang dirasakan saat memberikan pelayanan *breakfast* di Bamboo restoran?

Menurut Alan selaku *supervisor* kendala dalam memberikan pelayanan *breakfast* hanya kapasitas restoran saja yang kurang. Sedangkan menurut Budi utensil atau alat makan yang jumlahnya terbatas. Sedangkan menurut Hadriani kendalanya adalah beberapa tamu tidak bisa berbahasa inggris dan melayu dan hanya menggunakan bahasa mandarin saja. Sedangkan menurut Putra selaku *Captain FB* dengan kurangnya jumlah karyawan itu menjadi kendala namun tetap ter-*handle*.

1. Strategi Pengembangan peranan pramusaji dalam menjaga kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon Batam

1 Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel EFAS dan IFAS diatas menghasilkan nilai kekuatan dan peluang lebih besar dari kelemahan dan ancaman yang mendukung terlaksananya strategi, akan tetapi belum diketahui strategi apa yang dapat digunakan untuk mengimplementasi pengembangan usaha disertai peningkatan daya saing. Dalam menentukan arah strategi usaha peneliti sebelumnya akan melakukan analisis titik koordinat internal dan analisis titik koordinat eksternal yang digunakan untuk menentukan kuadran serta titik koordinat pada diagram matrik SWOT. Adapun untuk mencari koordinat internal dan eksternal menurut Freddy F. Rangkuti (2009) dalam (Nourlette & Hati, 2017) 1 adalah sebagai berikut :

a) Koordinat Analisis Internal

$$\text{Sumbu } x = (\text{Skor total Kekuatan} - \text{Skor total Kelemahan})$$

$$= (4,7 - 4,0) = 0,7$$

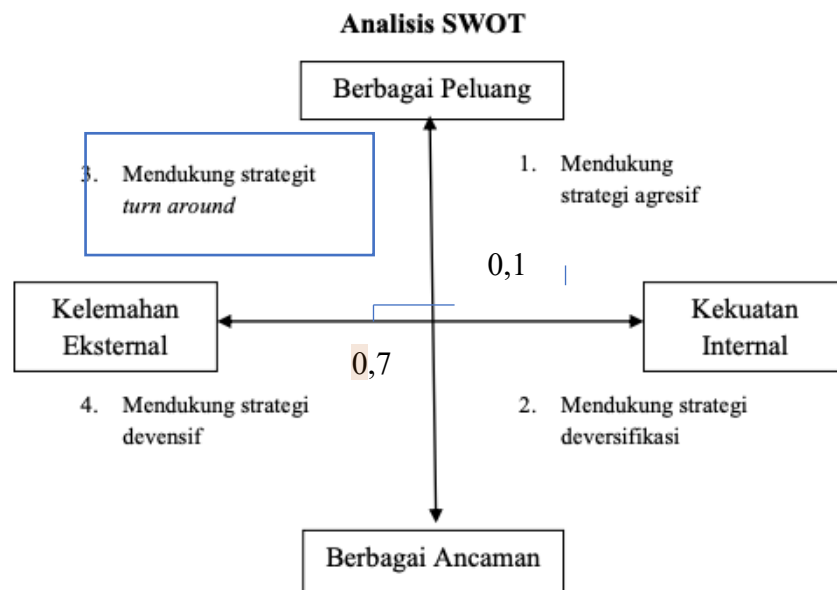
1 b) Koordinat Analisis Eksternal

$$\text{Sumbu } y = (\text{Skor total Peluang} - \text{Skor total Ancaman})$$

$$= (4,7 - 47,6)$$

$$= -0,1$$

80 Jadi titik koordinatnya terletak pada $(0,7 ; 0,1)$



81 Gambar 4.4 Diagram Matrix SWOT

Berdasarkan gambar 4.4 titik koordinat berada di area kuadran III yaitu menghadapi peluang besar yang *impresif*, akan tetapi dihambat oleh kelemahan internal. Fokus strategi dari perusahaan demikian adalah menghilangkan kelemahan internal agar dapat dengan lebih efektif mengejar peluang pasar (mendukung strategi yang berorientasi *Turnaround*). Strategi WO yaitu strategi yang dihasilkan Hotel Aston Inn Gideon Batam dapat memanfaatkan peluang (*opportunitie*) yang ada dilingkungan eksternal dengan mengatasi segala kelemahan (*weaknesses*) (Solihin, 2012) dalam (Sasmita et al., 2020). Strategi WO terdiri dari:

- 1) Menambah jumlah sumber daya manusia (pramusaji) ketika *occupancy* Hotel Aston Inn Gideon Batam meningkat. Dari hasil wawancara yang dilakukan menemukan kelemahan saat *weekend* dan tamu ramai terkadang ada beberapa tamu yang terlewatkan

ketika sedang melayani tamu dikarenakan jumlah pramusaji yang tidak banyak. Strategi pengembangan yang dilakukan adalah menambah pramusaji *dailyworker* pada saat *weekend* untuk memaksimalkan pelayanan.

- 3) Penataan ruangan dengan jumlah tamu yang meningkat ketika *weekend*, *department food and beverages* mengevaluasi dan berdiskusi mengenai memaksimalkan dengan penataan meja dan kursi dengan ruangan yang tidak terlalu besar agar tetap memberikan pelayanan terbaik kepada tamu/pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pelayanan *Breakfast* pramusaji Hotel Aston Inn Gideon memiliki kekuatan yang baik dalam menghadapi persaingan bisnis hotel di Kota Batam, variasi

menu yang banyak, pelayanan pramusaji yang memuaskan merupakan suatu nilai lebih yang sangat menunjang Hotel Aston Inn Gideon. Hotel Aston Inn Gideon memiliki peluang yang sangat bagus, berada di pusat Kota Batam dan memiliki pelanggan tetap. Strategi produk yang paling tepat untuk diterapkan di Hotel Aston Inn Gideon berdasarkan analisa dari Matriks SWOT adalah kuadran III dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel Aston Inn Gideon dan memanfaatkan peluang yang dimiliki Hotel Aston Inn Gideon, seperti Menambah jumlah sumber daya manusia (pramusaji) ketika *occupancy* Hotel Aston Inn Gideon Batam meningkat dan Penataan ruangan dengan jumlah tamu yang meningkat ketika *weekend, department food and beverages* mengevaluasi dan berdiskusi mengenai memaksimalkan dengan penataan meja dan kursi dengan ruangan yang tidak terlalu besar agar tetap memberikan pelayanan terbaik kepada tamu/pelanggan.

5.2 Saran

1. Penulis berharap Hotel Aston Inn Gideon senantiasa menjaga dan meningkatkan kekuatan – kekuatan yang dimiliki oleh Hotel Aston Inn Gideon dan meminimalkan segala kelemahan - kelemahan yang ada.
2. Hotel Aston Inn Gideon memiliki peluang yang sangat bagus namun persaingan bisnis hotel di Batam kini semakin ketat dengan banyak berdirinya hotel di area terdekat. Saran dari penulis adalah supaya Hotel Aston Inn Gideon bisa memanfaatkan peluang yang ada dengan maksimal dan menghindari segala ancaman yang ada dengan selalu menjaga kualitas yang dimiliki dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.
3. Dalam penelitian ini penulis melalui analisis SWOT telah menemukan

beberapa produk yang mampu melengkapi bauran produk yang dimiliki oleh Hotel Aston Inn Gideon agar sesuai dengan keinginan para tamu, menjaga originalitas produk memang diperlukan, akan tetapi Hotel Aston Inn Gideon juga perlu menjaga pelayanan demi kepuasan pelanggan di Hotel Aston Inn Gideon semakin membaik.

4. Melalui analisis SWOT, telah diketahui bahwa strategi WO (Weakness Opportunity) merupakan strategi yang paling tepat dan efektif dalam upaya peningkatan pelayanan di Hotel Aston Inn Gideon, penulis berharap Hotel Aston Inn Gideon dapat mempelajari strategi WO (Weakness Opportunity) melalui penelitian ini dan menerapkan hal – hal yang perlu diterapkan menurut Hotel Aston Inn Gideon guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

58% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 54% Internet database
- 23% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 40% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	elibrary.unikom.ac.id Internet	4%
2	repository.pnb.ac.id Internet	4%
3	journal.amikveteran.ac.id Internet	3%
4	ejournal.undiksha.ac.id Internet	3%
5	proceeding.unived.ac.id Internet	3%
6	docplayer.info Internet	2%
7	repository.upbatam.ac.id Internet	2%
8	vitka on 2022-12-28 Submitted works	2%

9	eprints.umpo.ac.id	Internet	2%
10	repo.iain-tulungagung.ac.id	Internet	1%
11	123dok.com	Internet	1%
12	repository.unej.ac.id	Internet	1%
13	slideshare.net	Internet	1%
14	repository.unair.ac.id	Internet	1%
15	repository.binadarma.ac.id	Internet	1%
16	repository.stienobel-indonesia.ac.id	Internet	1%
17	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	Submitted works	<1%
18	repo.uinsatu.ac.id	Internet	<1%
19	journal.formosapublisher.org	Internet	<1%
20	jim.bbg.ac.id	Internet	<1%

21	id.123dok.com	Internet	<1%
22	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
23	vitka on 2023-04-12	Submitted works	<1%
24	library.binus.ac.id	Internet	<1%
25	jurnal.kdi.or.id	Internet	<1%
26	vitka on 2022-12-20	Submitted works	<1%
27	repository.ar-raniry.ac.id	Internet	<1%
28	docobook.com	Internet	<1%
29	IAIN Kudus on 2021-07-03	Submitted works	<1%
30	vitka on 2022-12-16	Submitted works	<1%
31	digilibadmin.unismuh.ac.id	Internet	<1%
32	repository.polimdo.ac.id	Internet	<1%

33	repository.umy.ac.id	Internet	<1%
34	sinta.unud.ac.id	Internet	<1%
35	Universitas Putera Batam on 2021-03-10	Submitted works	<1%
36	e-journal.uajy.ac.id	Internet	<1%
37	eprints.walisongo.ac.id	Internet	<1%
38	Universitas Putera Batam on 2021-03-12	Submitted works	<1%
39	adoc.pub	Internet	<1%
40	es.scribd.com	Internet	<1%
41	bacapesan.fajar.co.id	Internet	<1%
42	repository.radenintan.ac.id	Internet	<1%
43	bimtekpusdiklatlsmap.com	Internet	<1%
44	positori.ukdc.ac.id	Internet	<1%

45	repositori.usu.ac.id Internet	<1%
46	repository.fe.unj.ac.id Internet	<1%
47	nanopdf.com Internet	<1%
48	text-id.123dok.com Internet	<1%
49	repository.uph.edu Internet	<1%
50	Universitas Bunda Mulia on 2021-06-04 Submitted works	<1%
51	politeknikmbp.ac.id Internet	<1%
52	eprints.umsb.ac.id Internet	<1%
53	Syiah Kuala University on 2018-03-02 Submitted works	<1%
54	dspace.uui.ac.id Internet	<1%
55	vibdoc.com Internet	<1%
56	researchgate.net Internet	<1%

57	Binus University International on 2018-06-04	<1%
	Submitted works	
58	jonedu.org	<1%
	Internet	
59	Abi Hanif Dzulquarnain. "Analisa Kekuatan Internal Dan Perubahan Eks...	<1%
	Crossref	
60	Universitas Negeri Jakarta on 2018-02-03	<1%
	Submitted works	
61	Universitas Putera Batam on 2020-12-04	<1%
	Submitted works	
62	e-theses.iaincurup.ac.id	<1%
	Internet	
63	jurnal.ulb.ac.id	<1%
	Internet	
64	Higher Education Commission Pakistan on 2023-09-29	<1%
	Submitted works	
65	Universitas Diponegoro on 2022-08-02	<1%
	Submitted works	
66	ejournal.upbatam.ac.id	<1%
	Internet	
67	digilib.unila.ac.id	<1%
	Internet	
68	vitka on 2022-12-28	<1%
	Submitted works	

69	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
70	scribd.com	<1%
	Internet	
71	traveloka.com	<1%
	Internet	
72	id.itravelblog.net	<1%
	Internet	
73	repository.iainpurwokerto.ac.id	<1%
	Internet	
74	repository.nscpolteksby.ac.id	<1%
	Internet	
75	repository.uinsaizu.ac.id	<1%
	Internet	
76	Nandah Zq, Nur Ana Febrianti Afmidi. "PERSPEKTIF DAN KEPUASAN N...	<1%
	Crossref	
77	ejurnal.poltekpos.ac.id	<1%
	Internet	
78	vitka on 2022-05-25	<1%
	Submitted works	
79	Udayana University on 2017-06-02	<1%
	Submitted works	
80	Universitas Muria Kudus on 2017-11-18	<1%
	Submitted works	

81	Universitas Sebelas Maret on 2021-06-12	<1%
	Submitted works	
82	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%
	Internet	
83	repository.uinjambi.ac.id	<1%
	Internet	
84	stipram on 2023-02-23	<1%
	Submitted works	
85	coursehero.com	<1%
	Internet	
86	Binus University International on 2020-06-21	<1%
	Submitted works	
87	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-23	<1%
	Submitted works	
88	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
89	Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia on 2020-06-24	<1%
	Submitted works	
90	Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung on 2015-12-17	<1%
	Submitted works	
91	Udayana University on 2017-05-02	<1%
	Submitted works	
92	Udayana University on 2023-04-27	<1%
	Submitted works	

93	Universitas Diponegoro on 2023-07-06	<1%
	Submitted works	
94	eprints.uns.ac.id	<1%
	Internet	
95	jakarta45.wordpress.com	<1%
	Internet	
96	jurnal.akpada.ac.id	<1%
	Internet	
97	repository.upi.edu	<1%
	Internet	
98	Universitas Pelita Harapan	<1%
	Submitted works	
99	Universitas Putera Batam on 2018-12-05	<1%
	Submitted works	
100	abstrak.uns.ac.id	<1%
	Internet	
101	Evergreen High School on 2019-12-17	<1%
	Submitted works	
102	Hadi Jatmiko, Cristian Rizqi Anggraini. "Strategi Pemasaran pada Mas...	<1%
	Crossref	
103	Universitas Mulawarman on 2020-12-21	<1%
	Submitted works	
104	Universitas Putera Batam on 2018-12-05	<1%
	Submitted works	

105	Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai on 2021-08-10	<1%
	Submitted works	
106	University of Leicester on 2023-08-10	<1%
	Submitted works	
107	jurnal.untag-sby.ac.id	<1%
	Internet	
108	repository.uinsu.ac.id	<1%
	Internet	
109	scholar.ummetro.ac.id	<1%
	Internet	
110	vitka on 2022-04-13	<1%
	Submitted works	
111	vitka on 2022-12-17	<1%
	Submitted works	