

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BANQUET SECTION TERHADAP KEPUASAN TAMU THE WUJIL RESORT AND CONVENTION UNGARAN

Ndaru Prasastono¹, Ema Rahmawati², Sri Yulianto Fajar Pradapa³

Universitas Stikubank Semarang, Semarang, Indonesia^{1,2,3}

Email: ndaru_fpar@edu.unisbank.ac.id¹

Abstract

The aim of this research is to find out and analyze the quality of the service banquet section on the satisfaction of guests of The Wujil Resort and Convention Ungaran. The method used in this research is descriptive, with the respondent being a company or agency carrying out activities or events at The Wujil Resort and Convention Ungaran with a total of 50 representatives of these companies or agencies. Data collection techniques used were observation, guest commentary and literature study. The quality of service is influenced by five dimensions, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence. While the satisfaction of guests or customers is also influenced by five dimensions: staying loyal, buying the product offered, recommending the product, being willing to pay more, and giving input. From the results of data analysis shows that respondents stated both the Banquet Section service quality and expressed agreement or satisfaction with guest or customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Banquet Section and Guest Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia telah mengalami kemajuan. Pentingnya sektor pariwisata di Indonesia yang diharapkan dapat menjadi penambah devisa negara, pemerintah secara terus menerus berupaya menggalakan sektor pariwisata beserta sumber daya manusia. Adapun wujud dari usaha pemerintah Indonesia adalah banyak digunakannya industri pelayanan jasa (*Hospitality Industry*) salah satunya adalah hotel.

Perhotelan dari tahun ke tahun sangatlah berkembang pesat. Sekarang ini banyak sekali hotel-hotel yang

didirikan di seluruh penjuru dan pelosok dunia. Baik hotel yang kecil sampai dengan hotel yang berbintang. Hal ini tidaklah mengejutkan dikarenakan di era yang modern sekarang ini hotel bukanlah kebutuhan sekunder ataupun tersier, akan tetapi sekarang ini hotel sudah merupakan kebutuhan primer bagi setiap wisatawan. Semakin banyaknya kebutuhan yang diinginkan oleh wisatawan inilah yang membuat banyaknya hotel berdiri megah.

Mengingat kebutuhan-kebutuhan tamu yang semakin meningkat, dunia perhotelan yang semakin ramai ini saling bersaing satu sama lain, mulai dari

fasilitas-fasilitas yang disediakan sampai dengan pelayanan-pelayanan yang sangatlah *excellent*. Dahulu hotel hanya dikenal sebagai tempat untuk singgah sementara atau lebih tepatnya tempat untuk beristirahat sementara. Akan tetapi di era yang semakin canggih ini, kini dunia perhotelan menyediakan kebutuhan makan dan minuman, kebutuhan *meeting* untuk para *bussinesman* dan lain-lain. Pelayanan makanan dan minuman di hotel pun kini sudah sangatlah prima mengingat kebutuhan wisatawan yang semakin tinggi dan era yang terus berkembang.

Tanggapan (*feed back*) tamu dapat mencerminkan dua sisi: negatif dan positif. Dikatakan tanggapan (*feed back*) positif apabila tujuan/sasaran tim *banquet* dapat tercapai dengan baik, yaitu kebutuhan tamu terpenuhi dengan acuan kepuasan tamu (*Customer Satisfaction*). Kepuasan tamu merupakan hal yang penting dalam industri perhotelan. Maka dari itu sebagai *karyawan* harus berusaha mendapatkan kepuasan dari tamu dengan kompetensi sesuai dengan bidangnya dan memiliki kinerja yang bagus. Dengan demikian dari penjelasan tersebut dapat diperoleh gambaran/alasan yang menjadi latar belakang masalah mengapa penulis secara pribadi harus melakukan penelitian ini. Penulis memiliki asumsi bahwa apa yang dikemukakan diatas harus dapat diuji kebenarannya secara objektif dan hasilnya dapat dibuktikan dengan melakukan sebuah penelitian secara langsung. Atas dasar tersebut penulis melakukan penelitian di salah satu hotel di kawasan Ungaran, tepatnya di The Wujil Resort & Conventions Ungaran

selama 3 (tiga) bulan guna memperoleh informasi secara nyata berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Hotel

Sehubungan dengan tempat pariwisata yang semakin bertambah banyak dan kebutuhan manusia yang semakin banyak secara tidak langsung memicu usaha hotel juga berkembang. Menurut Sulastiyono (2008:7) Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya yang disediakan untuk umum dan dikelola secara komersial.

Konsep Food and Beverage Department

Menurut Mertayasa (2012:2-3) *Food and Beverage Department* merupakan salah satu departemen yang ada di Hotel. Departemen ini termasuk departemen yang sangat penting sebab dapat menghasilkan atau mendatangkan keuntungan. Tamu yang tinggal di hotel tidak saja memerlukan tempat tidur (kamar) tetapi juga memerlukan makanan dan minuman yang akan dilayani oleh bagian tata hidangan atau *Food & Beverage Service*.

Food and Beverage Department dapat dibagi menjadi dua bagian sesuai tugasnya masing-masing, yaitu bagian depan (*front service*) dan bagian belakang (*back service*).

1. *Food and Beverage Department* bagian depan (*front service*) biasanya terdiri dari restoran, bar,

banquet, dan *room service*. Petugas di bagian ini langsung berhubungan dengan para tamu.

2. *Food and Beverage Department* bagian belakang (*back service*) biasanya terdiri dari *kitchen* (bagian dapur), *stewarding*, *service bar*, dan kantin karyawan. Disebut *back service* karena tidak langsung berhubungan dengan tamu, dan harus melalui perantara pramusaji.

Konsep Banquet

Kata *banquet* berasal dari bahasa Prancis, yang berarti perjamuan makan malam atau *dinner* dalam bahasa Inggris. Menurut Suwarsono (2010:7) secara umum, *Banquet section* adalah bagian terbesar dari *Food and Beverage Service Department* di hotel-hotel. *Banquet section* memiliki peran penting untuk meraih *revenue* bagi hotel melalui penjualan jasa pelayanan makanan, minuman, dan penjualan ruangan untuk *function*, karena dapat menampung kapasitas tamu dalam skala besar.

Sedangkan menurut Mertayasa (2012:3) *Banquet* adalah bagian dari *Food and Beverage Service* yang melayani dan bertanggung jawab dalam penjualan makanan dan minuman pada kegiatan khusus di luar restoran (*special event*) setelah terjadi kesepakatan bersama. Kegiatan ini bisa terjadi di dalam hotel maupun di luar hotel.

Konsep Kualitas

Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi

kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2012), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Konsep Pelayanan

Aktivitas, manfaat maupun kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Hal ini diungkapkan Gronroos yang dikutip oleh Tjiptono (2011:17) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen.

Lovelock dan Wirtz (2011:37) yang menyatakan Layanan adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berbasis waktu, kinerja membawa hasil yang diinginkan ke penerima, benda atau asset lainnya adalah tanggung jawab pembeli.

Konsep Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya (Tjiptono dan Chandra, 2011:164).

Kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas yaitu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan Goetsh dan Davis dalam Tjiptono dan Chandra (2011:164).

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011:174-175) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yang terdiri dari: (1) Berwujud (*Tangible*); (2) Empati (*Emphaty*); (3) Keandalan (*Reliability*); (4) Keresponsifan (*Responsiveness*); dan (5) Keyakinan (*Assurance*).

Konsep Kepuasan Tamu

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2011) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang dari

perusahaan atau instansi setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menciptakan kepuasan tamu atau pelanggan merupakan target utama dalam bekerja. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehubungan dengan pengalaman mereka makan di restoran adalah: sambutan para petugas; dekorasi ruangan, kebersihan dan kerapian restoran beserta lingkungannya; efisiensi kerja; susunan meja makan di dalam restoran; penampilan, kebersihan dan kerapian daftar makanan dan minuman dan minuman serta penyajiannya; jenis makanan dan minuman yang tercantum dalam daftar makanan selalu tersedia; kecepatan, ketepatan, dan efisiensi pelayanan; mutu makanan dan minuman yang disajikan; keramah-tamahan dan kesopanan staf restoran; penampilan yang menarik serta perhatian pramusaji; kemampuan memahami dan menanggapi apa yang diinginkan dan dibutuhkan tamu beserta kesediaan untuk melayani dengan baik; menguasai metode penanganan keluhan tamu; menguasai metode pemberian rekening atau *bill* kepada tamu dan pemrosesannya; tetap memberikan perhatian, mengucapkan terimakasih serta salam perpisahan saat tamu meninggalkan restoran (Atmodjo, 2016).

Hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan Kotler (2011), yaitu: (1) Tetap setia; (2) Membeli produk yang ditawarkan; (3) Merekomendasikan produk; (4) Bersedia membayar lebih; dan (5) Memberi masukan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah salah satu metode penelitian yang banyak digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu kejadian. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011), metode deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual. Sedangkan, Nazir (2011) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Desain Penelitian

Suatu hotel pasti menginginkan dapat beroperasi secara terus menerus dan harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggan atau tamunya. Kepuasan pelanggan atau tamu merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut artinya pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Dan jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan untuk datang kembali atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut yang

kemudian hari pelanggan atau tamu akan lebih loyal.

Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu kehadalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Spesifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data. Ibarat bahan baku dalam suatu pabrik, data ini diproses dan disajikan menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan dan manipulasi data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif (Kuncoro, 2011).

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat oleh peneliti. Data penelitian diambil dari hasil *guest comment* yang dimiliki oleh hotel dan diberikan kepada pelanggan atau tamu yang sedang melaksanakan kegiatan atau *event* di hotel.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari referensi, brosur, majalah, dan dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu kualitas pelayanan *banquet section* terhadap kepuasan tamu *The Wujil Resort and Conventions* Ungaran.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi/ evaluasi adalah pengamatan yang dilakukan untuk mengetahui efektivitas tindakan atau mengumpulkan informasi tentang berbagai kelemahan (kekurangan) tindakan yang telah dilakukan (Ayu Sintya, et al 2016).

2. Guest Comment

Guest Comment adalah media agar pelanggan atau tamu nyaman untuk menyampaikan kritik dan komentarnya terhadap pelayanan yang diterimanya. *Guest comment banquet The Wujil Resort and Conventions* Ungaran dilakukan oleh staf *banquet* yang *incharge* pada suatu *event* dengan jumlah pelanggan atau tamu sebanyak 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Data di dalam *Guest Comment* tersebut juga akan menjadi alat ukur terhadap kualitas pelayanan *banquet section* terhadap kepuasan tamu *The Wujil Resort and Conventions* Ungaran.

3. Studi Pustaka

Suatu hal yang mengacu pada teori-teori yang berlaku dan dapat dicari atau ditemukan pada buku-buku teks ataupun hasil penelitian perwakilan dari perusahaan atau instansi yang sudah dipublikasikan atau belum. Teori merupakan suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh peneliti.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut.

1. Data Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk meninjau jawaban dari pelanggan atau tamu terhadap masing-masing pertanyaan yang menjadi instrumen penelitian ini. Untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi pelanggan atau tamu atas variabel yang diteliti.

2. Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka, analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

HASIL ANALISIS

Kualitas Pelayanan *Banquet Section*

Pelayanan *banquet section* adalah pelayanan yang dilakukan oleh *waiter/waitress banquet* mulai dari persiapan, melayani tamu, dan sampai kegiatan tersebut ditutup. Pelayanan

waiter/waitress di *banquet* tidak jauh berbeda dengan di restoran pada saat diadakan perjamuan makan, yang membedakan adalah jika *waiter/waitress banquet* melayani tamu pada saat ada *event* saja mulai dari menyusun *layout* sampai dengan *event* selesai.

Adapun faktor-faktor yang dianalisis tentang kualitas pelayanan *banquet section* sebagai mana dijelaskan berikut ini:

1. **Kehandalan (*Reliability*)**, tamu menyatakan cukup baik untuk menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan sebanyak 3 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 37 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 10 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Selanjutnya menyatakan cukup baik untuk dapat diandalkan menangani masalah jasa pelanggan sebanyak 6 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 35 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 9 perwakilan dari perusahaan atau instansi, kemudian menyatakan cukup baik untuk menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali sebanyak 6 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 25 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 19 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan cukup

baik untuk menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan menyatakan tidak baik untuk menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan sebanyak 9 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan cukup baik sebanyak 22 perwakilan dari perusahaan atau instansi, menyatakan baik 17 perwakilan dari perusahaan atau instansi sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

2. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**, tamu menyatakan tidak baik dalam menginformasikan kepada tamu tentang kepastian waktu penyampaian jasa sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan cukup baik sebanyak 3 perwakilan dari perusahaan atau instansi, menyatakan baik 38 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 8 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Selanjutnya menyatakan cukup baik dalam memberikan layanan segera/cepat bagi tamu sebanyak 6 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 35 perwakilan dari

perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 9 perwakilan dari perusahaan atau instansi, kemudian menyatakan cukup baik untuk kesediaan membantu tamu sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi, serta yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan cukup baik untuk kesiapan merespon permintaan tamu sebanyak 5 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 15 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

3. **Jaminan** (*Assurance*), tamu menyatakan cukup baik terhadap staf yang mampu menumbuhkan rasa percaya tamu sebanyak 3 perwakilan dari perusahaan atau instansi, menyatakan baik 27 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Selanjutnya menyatakan cukup baik dalam memberikan rasa aman sewaktu pelanggan melakukan transaksi sebanyak 4 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang

menyatakan sangat baik sebanyak 16 perwakilan dari perusahaan atau instansi, kemudian menyatakan cukup baik untuk staf yang secara konsisten bersikap sopan sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 40 perwakilan dari perusahaan atau instansi, serta yang menyatakan sangat baik sebanyak 8 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan cukup baik untuk staf yang mampu menjawab pertanyaan tamu sebanyak 5 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 25 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 20 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

4. **Empati** (*Emphaty*), tamu menyatakan cukup baik dalam memberikan perhatian secara individual kepada tamu sebanyak 7 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 27 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 16 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Berikutnya menyatakan cukup baik dalam memperlakukan tamu secara penuh perhatian sebanyak 3 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 34 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak

13 perwakilan dari perusahaan atau instansi, kemudian menyatakan cukup baik untuk sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan tamu sebanyak 1 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 19 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan cukup baik memahami kebutuhan tamu sebanyak 4 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 37 perwakilan dari perusahaan atau instansi, serta yang menyatakan sangat baik sebanyak 9 perwakilan dari perusahaan atau instansi, Selanjutnya menyatakan cukup baik dalam memberikan waktu yang nyaman saat beroperasi sebanyak 2 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik 26 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 22 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

5. **Bukti Fisik (Tangible)**, tamu menyatakan cukup baik terhadap peralatan modren yang digunakan sebanyak 1 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 27 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 22 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Selanjutnya menyatakan

cukup baik dalam memberikan fasilitas yang berdaya tarik visual sebanyak 4 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 28 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 18 perwakilan dari perusahaan atau instansi, kemudian menyatakan cukup baik terkait penampilan yang rapi dan profesional sebanyak 1 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik sebanyak 40 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat baik sebanyak 9 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan cukup baik memberikan materi-materi berkaitan dengan jasa bagi tamu sebanyak 10 perwakilan dari perusahaan atau instansi, yang menyatakan baik sebanyak 28 perwakilan dari perusahaan atau instansi, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 12 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

Kepuasan Tamu/Pelanggan

Menciptakan kepuasan tamu atau pelanggan merupakan target utama dalam bekerja. Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2011) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Ririn dan Mastuti

(2011), dinyatakan sebagai tingkat perasaan di mana seseorang perwakilan dari perusahaan atau instansi menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Persoalan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan jasa adalah relative lebih sulit dibanding pada produk barang.

Adapun hasil dari penilaian kepuasan pelanggan atau tamu adalah tamu menyatakan setuju akan tetap setia melaksanakan kegiatan di *The Wujil Resort and Conventions Ungaran* sebanyak 32 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Berikutnya yang menyatakan setuju akan membeli produk yang ditawarkan sebanyak 28 perwakilan dari perusahaan atau instansi, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 perwakilan dari perusahaan atau instansi, Selanjutnya menyatakan setuju terkait merekomendasikan produk kepada perwakilan dari perusahaan atau instansi lain sebanyak 36 perwakilan dari perusahaan atau instansi dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 perwakilan dari perusahaan atau instansi, lalu menyatakan setuju membayar lebih terhadap produk sebanyak 29 perwakilan dari perusahaan atau instansi dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 perwakilan dari perusahaan atau instansi. Kemudian yang menyatakan setuju akan memberikan masukan saran dan kritik sebanyak 30 perwakilan dari perusahaan atau instansi dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 perwakilan dari perusahaan atau instansi.

PEMBAHASAN

Analisis Kualitas Pelayanan *Banquet Section The Wujil Resort and Conventions Ungaran*

Kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk atau jasa tetapi menyangkut tentang kualitas manusia, kualitas produk, kualitas jasa dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas pula.

Persentase penilaian tamu tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions Ungaran* sebagaimana berikut ini:

1. **Kehandalan (*Reliability*)**, *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* adalah baik, dapat dilihat dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik terhadap reliabilitas/keandalan *banquet section* adalah sebesar 72%. Artinya bahwa dengan reliabilitas/keandalan yang baik seperti menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan, dapat menangani masalah jasa pelanggan atau tamu, menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali, menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan dapat menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan, maka pelanggan atau tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan

banquet section pada The Wujil Resort and Convention Ungaran.

section pada The Wujil Resort and Convention Ungaran.

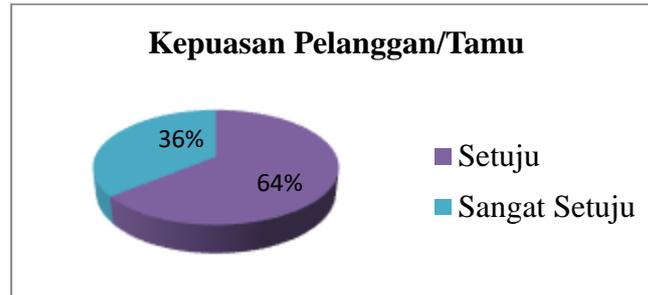
2. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**, *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* adalah baik, dapat dilihat dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik terhadap daya tanggap *banquet section* adalah sebesar 76%. Artinya bahwa dengan daya tanggap yang baik seperti menginformasikan kepada tamu tentang kepastian waktu penyampaian jasa, memberikan layanan segera/cepat bagi tamu, bersedia untuk membantu tamu, dan selalu siap untuk merespon permintaan tamu, maka pelanggan atau tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan *banquet section* pada The Wujil Resort and Convention Ungaran.
3. **Jaminan (*Assurance*)** yang diberikan oleh *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* adalah baik, dapat dilihat dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik terhadap jaminan *banquet section* adalah sebesar 54%. Artinya bahwa dengan memberikan jaminan yang baik seperti mampu menumbuhkan rasa percaya, memberikan rasa aman sewaktu pelanggan atau tamu melakukan transaksi, secara konsisten bersikap sopan, dan mampu menjawab pertanyaan pelanggan atau tamu, maka pelanggan atau tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan *banquet*
4. **Empati (*Emphaty*)** yang diberikan oleh *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* adalah baik, dapat dilihat dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik terhadap empati *banquet section* adalah sebesar 54%. Artinya bahwa dengan memberikan empati yang baik seperti memberikan perhatian secara individual kepada tamu, memperlakukan tamu secara penuh perhatian, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan tamu, memahami kebutuhan tamu, dan membetika waktuy yang nyaman, maka pelanggan atau tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan *banquet section* pada The Wujil Resort and Convention Ungaran.
5. **Bukti Fisik (*Tangibles*)** yang diberikan oleh *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* adalah baik, dapat dilihat dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan baik terhadap bukti fisik *banquet section* adalah sebesar 54%. Artinya bahwa dengan memberikan bukti fisik yang baik seperti menggunakan peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, berpenampilan rapi dan profesional, dan memberikan materi yang berkaitan dengan jasa bagi tamu, maka pelanggan atau tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan *banquet*

section pada The Wujil Resort and Convention Ungaran.

Analisis Kepuasan Tamu *The Wujil Resort and Conventions* Ungaran

Kepuasan tamu atau pelanggan adalah prioritas utama bagi *banquet*

section. Hal ini akan berdampak pada baik atau buruknya citra hotel dimasa yang akan datang. Penilaian tamu tentang dimensi kepuasan pelanggan atau tamu terhadap *banquet section* di *The Wujil Resort and Conventions* Ungaran, adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Pie Kepuasan Pelanggan atau Tamu
(Sumber: Data diolah, 2020)

Kepuasan Pelanggan atau tamu yang diberikan oleh *banquet section* The Wujil Resort and Convention Ungaran adalah 64% menyatakan setuju (puas) dan 36% menyatakan sangat setuju (sangat puas).

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan *banquet section* terhadap kepuasan tamu di *The Wujil Resort & Conventions* Ungaran dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu kehadalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Kepuasan pelanggan atau tamu di *The Wujil Resort & Conventions* Ungaran dipengaruhi oleh dimensi kepuasan pelanggan yang terdiri dari 5 dimensi juga yaitu: tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan

produk, bersedia membayar lebih, dan memberi masukan.

Persentase kepuasan pelanggan atau tamu menunjukkan bahwa dari 50 perwakilan dari perusahaan atau instansi yang menyatakan setuju 64% dan yang menyatakan sangat puas 36%.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, M., W. dan Fauziah, S. (2016). *Professional Waiter*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Goetsch, D., L. dan David, S. (1994) dalam Tjiptono (2012). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Kotler, P dan Keller, K., L. (2012). *Marketing Manajemen*. 14th Edition. New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen: YKPN.
- Lovelock, C dan Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Mertayasa, I., G., A. (2012). *Food and Beverage Service Operational: Job Preparation*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, Z. dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011), *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ririn, R., T. dan Aksa, M., H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarsono. (2010). *Banquet Operation: Kiat Jitu Mengelola Banquet*. Semarang: Erlangga Group.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.