

**RAHASIA PELAYANAN TERBAIK :  
“STRATEGI MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI RESTORAN BENDEGA  
DI DENPASAR”**

**Sri Widowati**

Dosen Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

E-mail : widowatis@ymail.com

**ABSTRAK.** Dewasa ini, persaingan di bidang bisnis restoran semakin ketat saja. Di mana-mana, di plosok plosok, bukan saja di pusat-pusat wisata, bertumbuhan restoran baru. Masing-masing restoran akan menerapkan strategi tersendiri untuk bisa menjadi restoran paling laris di antara puluhan restoran di sebelah menyebelahnya. Restoran Bendega di Denpasar pun berbuat yang sama, tidak bertahan pada memberikan pelayanan dengan baik saja, namun selalu berusaha memberikan pelayanan yang sangat-sangat baik dan mengesankan (*outstanding service*) yaitu pelayanan yang melampaui harapan pelanggan. Dapat dikatakan bahwa model pelayanan *outstanding service* ini adalah pelayanan yang sangat-sangat bagus dan megesankan (*extremely good and impressive*). Restoran Bendega di Denpasar ingin tampil beda yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik, melampaui harapan pelanggan. Manajemen restoran Bendega mempunyai keyakinan bahwa pelanggan akan pergi bila pemilik, manajer, karyawan restoran bersikap masa bodoh. Kekhawatiran yang ke dua adalah bila tiba-tiba muncul pesaing baru di sebelahnya, pelanggan akan berpindah untuk mencoba pengalaman berbelanja di restoran yang baru. Ternyata, setelah pelanggan berpindah, mereka tidak mendapatkan pelayanan yang lebih baik daripada restoran Bendega di Denpasar itu maka pelanggan kembali berbalik ke restoran semula yaitu restoran Bendega untuk mendapatkan pelayanan terbaik.

Dengan bukti nyata tersebut di atas maka manajemen restoran Bendega menjadi semakin yakin bahwa dengan memberikan pelayanan yang sangat-sangat baik bahkan pelayanan yang melampaui harapan pelanggan akan mampu menjadi pemenang di antara restoran pesaing yang bermunculan di sebelah-menyebelahnya.

Kata Kunci : Restoran Bendega, Pelayanan Terbaik, Restoran Pesaing, Pemenang.

**ABSTRACT.** *In Accordance with Restaurant Business competition nowadays, it needs a smart technic to be the winner. The smart technic is meant to offer an outstanding service. Nowadays the clients are so selective in choosing a good Restaurant to have their meal. If a Restaurant just offers a good service only, without offering a better one, moreover an outstanding service, this Restaurant would be left by the clients. The Bendega Restaurant applied a secret strategy to keep up their clients, not to move to the other Restaurant. The secret strategy which is meant here, is the outstanding service, a kind of service which is exceeding the guest's expectation. This research is aimed to know what kind of strategy is applied by Bendega Restaurant to keep up their clients, not to move to the other Restaurant. Data of this research was collected by using direct observation, depth interview and documentation. The data was obtained from informants who know well about the object of research, such as The Bendega Restaurant Manager, Head Waiters, Captains, Waiters and Waitress, and Clients.*

**Key Words :** *Strategy, Outstanding Service, keep up Clients, Bendega Restaurant.*

**Comment [MW1]:**

- (1) Sebaiknya abstrak ditulis bukan semata-mata mengutip pendapat dari buletin yang dibuat oleh tempat penelitian. Rumuskan dengan tidak harus dibanjiri kutipan dari buletin.
- (2) Abstrak sebaiknya tidak diungkapkan seperti Permasalahan Penelitian.

## PENDAHULUAN

Memang benar komitmen manajemen Restoran Bendega di Denpasar itu sangat bagus yaitu selalu berusaha tiada henti untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada seluruh pelanggannya. Manajemen Restoran Bendega tidak mau hanya memberikan pelayanan yang baik (saja) jika pelayanan yang lebih baik masih memungkinkan.

**Comment [MW2]:** Terlalu banyak kutipan pendapat orang dalam Abstrak, Pendahuluan, Pembahasan, Simpulan dan Saran. Mana pendapat saudara dalam PENDAHULUAN?

**Comment [MW3]:** tanpa titik

**Comment [MW4]:** tanpa titik

Komitmen ini selalu dipegang teguh untuk mempertahankan pelanggan supaya tidak beralih ke pesaing baru. Begitu muncul pesaing baru maka pelanggan akan beralih ke pesaing baru untuk mencoba pengalaman berbelanja di Restoran pesaing baru itu. Namun, bila pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang lebih baik daripada Restoran Bendega, maka pelanggan balik lagi ke Restoran Bendega untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Inilah sebagai bukti bahwa pelayanan terbaik mampu mempertahankan pelanggannya untuk tidak berpindah ke Restoran Pesaing.

**Comment [MW5]:** tanpa titik

Disinilah kompetisi yang benar-benar nyata dihadapi oleh Restoran Bendega di Denpasar. Manajemen Restoran Bendega tidak mau memberikan pelayanan yang hanya sekadar saja karena dengan hanya sekadar saja memberikan pelayanan, dinilainya tidak cukup. Manajemen Restoran Bendega yakin bahwa jika Restoran Bendega memberikan pelayanan kurang baik, sedangkan pesaingnya memberikan pelayanan yang lebih baik maka sangat mungkin pelanggan akan beralih ke pesaing barunya. Pelayanan yang lebih baik akhirnya menjadi faktor pembeda yang membuat pesaing Bendega berbeda dengan Restoran Bendega, yaitu bahwa pelayanan yang diberikan oleh Restoran Bendega jauh lebih baik daripada pesaing.

**Comment [MW6]:** tanpa titik

**Comment [MW7]:** tanpa titik

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan mulai Desember 2015 sampai dengan Februari 2016 yang baru lalu. Peneliti melakukan pengamatan pada hari-hari yang bervariasi, yaitu pada hari kerja, malam minggu, hari libur nasional, di siang hari saat waktu makan siang dan pada malam harinya saat jam makan malam (*dinner*). Untuk melakukan pengamatan secara maksimal maka peneliti berbelanja seperti pelanggan lainnya, menikmati santap siang, atau santap malam di Restoran Bendega di Denpasar itu.

Saat waktu makan siang, pengamatan dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah teknik stafnya memberikan pelayanan kepada pelanggannya, sejauh

manakah kadar mutu pelayanannya kepada para pelanggannya; apakah benar karena mutu pelayanan terbaiknya dari Restoran Bendega itu mampu mempertahankan pelanggannya untuk tidak berpindah; apa sebenarnya rahasianya?

Peneliti juga ingin, mengetahui mutu pelayanan terbaiknya dari Staf Restoran Bendega terhadap pelanggan pribumi maupun mereka dari turis manca negara. Disamping itu, peneliti juga ingin membuktikan kebenaran *issue* yang beredar di kalangan dunia Restoran dan pariwisata bahwa pelayanan kepada turis manca negara lebih mewah dibandingkan dengan pelayanan kepada bangsa pribumi. Ada apa? Menurut *rumour* masyarakat pariwisata bahwa melayani pelanggan manca negara sering diberikan uang balas jasa, sedangkan melayani bangsa sendiri jarang diberikan uang balas jasa.

Comment [MW8]: cetak miring

Comment [MW9]: cetak iring

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjalankan bisnis Restoran di era globalisasi ini sungguh persaingan berat. Menggunakan perang tarif sebagai senjata memenangkan bisnis Restoran sudah tidak jamannya lagi karena omzet penjualan akan menurun. Manajemen Restoran Bendega di Denpasar telah menemukan sebuah strategi baru dan ampuh yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik kepada semua pelanggannya. Memberikan pelayanan yang hanya baik saja dinilainya belum cukup. Jika pelayanan yang lebih baik, bahkan pelayanan terbaik masih memungkinkan.

Comment [MW10]: "Hasil dan Pembahasan" ini hanya sekedar memuat daftar kutipan pendapat dari orang. Seharusnya analisis dan interpretasi peneliti lebih utama dan menonjol.

Comment [MW11]: tanpa titik

Comment [MW12]: tanpa titik

Dengan komitmen Restoran Bendega seperti itu maka manajemen Restoran Bendega tidak pernah puas dengan hanya memberikan pelayanan yang baik saja. Manajemen Restoran Bendega sangat menyadari bahwa ada beberapa hal yang dituntut oleh pelanggan Restoran Bendega antara lain :

**Pertama** : memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan

**Kedua** : segera meningkat untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, bahkan pelayanan yang terbaik.

Comment [MW13]: tanpa titik

### Kompetisi Bisnis Restoran

Di era globalisasi ini sangat perlu berkompetisi yang sehat kalau tidak mau jadi pecundang. Semakin tumbuh dan berkembangnya pariwisata di Indonesia ini, khususnya di Denpasar-Bali, kuantitas Restoran bertumbuh seperti jamur di musim hujan. Oleh karena itu, persaingan di bisnis Restoran menjadi semakin ketat saja.

Comment [MW14]: tanpa titik

Memberikan pelayanan yang bersifat hanya sekedar saja, dinilai tidak cukup oleh manajemen Restoran Bendega di Denpasar.

Comment [MW15]: tanpa titik

Jika Restoran Bendega memberikan pelayanan kurang baik, sedangkan Restoran pesaing di sebelah menyebelah memberikan pelayanan yang lebih baik maka sangat mungkin pelanggan akan pindah ke Restoran pesaing di sebelahnya.

Maka dari itu, manajemen Restoran Bendega menjadi sangat yakin dan percaya bahwa “Pelayanan yang terbaik akhirnya menjadi faktor pembeda yang membuat Restoran Bendega di Denpasar sangat berbeda dengan Restoran pesaing di sebelahnya, bahwa pelayanan yang diberikan oleh Restoran Bendega bersifat **“lebih baik”**”.

Sebuah kata kunci yang dipegang teguh oleh manajemen Restoran Bendega di Denpasar adalah :

**Jika Ingin Berbeda  
Maka berbedalah dalam hal “lebih baik”**

(Bulletin Bendega, 2015 : 16)

### **Jebakan Bisnis Tanpa Kompetisi**

Banyak pengelola atau pebisnis Restoran terjebak pada situasi nyaman, karena mereka membuka Restoran di tempat yang tidak ada pesaingnya. Itu adalah situasi yang sangat berbahaya karena ada kecenderungan yang membuat pebisnis Restoran tidak begitu memperhatikan **faktor pelayanan** karena merasa posisi pelanggan yang dianggap lebih butuh dikarenakan pelanggan saat ini tidak punya pilihan selain membeli di tempatnya. Inilah yang dimaksud **“jebakan”** oleh manajemen Restoran Bendega (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 22).

Situasi seperti ini membuat pebisnis Restoran terbiasa untuk tidak peka terhadap harapan pelanggan, sehingga lama-kelamaan membentuk kebiasaan buruk. Manajemen Restoran Bendega di Denpasar selalu ingat bahwa jika pelanggan mendapatkan pelayanan yang kurang baik selama dia beroperasi tanpa pesaing maka hadirnya pesaing baru merupakan saat yang ditunggu-tunggu oleh pelanggan.

Dengan kata lain ketika pesaing hadir maka pelanggan langsung berpindah dan itu akan menjadi pukulan yang telak bagi manajemen Restoran Bendega karena penurunan sales-nya akan sangat signifikan. Survei yang pernah dilakukan oleh manajemen Restoran Bendega mengatakan bahwa alasan pelanggan pergi yang terbesar adalah dikarenakan sikap masa bodoh yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer atau sebagian dari karyawan (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 13).

**Comment [MW16]:** membuka/mengelola

**Comment [MW17]:** tanpa titik

**Comment [MW18]:** tanpa titik

**Comment [MW19]:** tanpa titik

**Comment [MW20]:** tanpa titik

### Keep Your Customers

Begitu ada pesaing bermunculan di sekitar Restoran Bendega, berarti kompetisi sudah harus dimulai karena pelanggan sudah mempunyai pilihan lain selain Restoran Bendega, sehingga pelanggan bisa berpindah ke pesaing (Agus Mertayasa, 2012 : 48).

Comment [MW21]: tanpa titik

Bahkan jika pesaing tidak memiliki layanan yang lebih baik pun pelanggan akan segera beralih ke Restoran pesaing untuk mencoba pengalaman berbelanja di Restoran baru itu (Bagus Putu Sudiara, 1999 : 46).

Comment [MW22]: tanpa titik

Jika ternyata pesaing memberikan layanan yang lebih baik maka, itu akan membuat pelanggan pindah secara permanen (Mubyanto, 2003 : 63).

Comment [MW23]: tanpa titik

Hal itu sangat tidak diinginkan, maka manajemen Restoran Bendega selalu berusaha memberikan pelayanan yang lebih baik bahkan yang terbaik kepada pelanggannya (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 9).

Comment [MW24]: tanpa titik

Pada saat pelanggan mencoba beralih ke pesaing, dan ternyata pesaing tidak mampu membuktikan bahwa mereka lebih baik dalam banyak hal, khususnya dalam hal pelayanan, maka hal itu akan membuat pelanggan balik lagi ke Restoran Bendega (Agus Mertayasa, 2012 : 67).

Comment [MW25]: tanpa titik

Itulah kekuatan dari pelayanan dalam menahan pindahnya pelanggan akibat kehadiran pesaing-pesaing yang terus bermunculan (Erawan, 2008 : 132).

Comment [MW26]: tanpa titik

Tentu saja kehadiran pesaing akan menggoda konsumen manapun untuk mencoba belanja di tempat yang baru, namun ketika mereka menghadapi fakta bahwa pelayanan di tempat yang baru tidak sebaik di Restoran Bendega maka hampir bisa dipastikan bahwa pelanggan akan kembali lagi ke Restoran Bendega (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 23).

Comment [MW27]: tanpa titik

**Terbukti, pelayanan yang baik mampu mempertahankan pelanggan Restoran Bendega untuk tidak berpindah. (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 17).**

### More Sales and More Profitability

Menciptakan lebih banyak penjualan dan lebih banyak profit adalah tujuan utama dari Restoran Bendega di Denpasar.

Comment [MW28]: tanpa titik

Jika pelanggan bisa dipertahankan maka itu adalah jaminan bagi kestabilan penjualan dan mudah-mudahan juga dengan tingkat profit yang sama baiknya (Budiarta, 2012 : 93).

Comment [MW29]: tanpa titik

Pertanyaan yang barangkali muncul, “Apa hubungan pelayanan terbaik dengan untung besar?

Jawabnya adalah :

**Jika Anda lebih baik dalam pelayanan maka Anda tidak perlu bersaing dalam hal harga** (Guswai, 2015 : 18).

Comment [MW30]: tanpa titik

Banyak pebisnis Restoran menganggap harga sebagai alat bersaing yang paling ampuh. Hal itu tidak bisa dibantah hanya jika Anda tidak lebih baik dalam hal lain (Blackwell, 1988 : 33).

Comment [MW31]: tanpa titik

Contohnya adalah : ketika Anda tidak lebih baik dalam setiap hal yang menyangkut pelayanan. Hukumnya adalah : **jika semuanya sama, maka yang murah yang menang** (Kusmayadi, 2000 : 76). Apalagi Anda kurang atau tidak sama, maka tidak ada cara lain selain bertarung dengan menggunakan harga sebagai alat berperang (Lelper, 2004 : 48).

Comment [MW32]: tanpa titik

Comment [MW33]: tanpa titik

Mereka yang menggunakan harga sebagai alat berperang, mengandalkan harga paling murah untuk menarik pelanggan. Sebagai akibatnya profit akan semakin tipis (Peter Jones, 1999 : 77).

Comment [MW34]: tanpa titik

Di dalam buku “*Market-Based Management : Strategies for Growing Customer Value and Profitability*”, disitir oleh Christian F. Guswai, 2015 : 19, mengatakan bahwa “*Bapak Roger Best, seorang Profesor, Penulis, dan mantan insinyur, memaparkan fakta bahwa “Pelanggan yang paling menguntungkan adalah pelanggan yang sudah kita miliki”*” (Guswai, 2015 : 16).

Comment [MW35]: tanpa titik

Mengapa demikian?

Karena untuk setiap pelanggan yang pergi harus digantikan dengan yang baru untuk memastikan tidak ada kehilangan dalam penguasaan pangsa pasar (Pilana, 2005 : 55).

Comment [MW36]: tanpa titik

Mempertahankan pelanggan lama, jauh lebih murah dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru (Astina, 2003).

Comment [MW37]: tanpa titik

Alasannya adalah mendapatkan pelanggan baru membutuhkan biaya iklan yang mahal untuk menariknya, pelanggan baru membutuhkan upaya lebih dalam pelayanan (Anthony, 1998 : 93).

Comment [MW38]: tanpa titik

Waktu yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru rata-rata enam kali lipat daripada waktu yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama, dan pelanggan baru **jauh dari setia** dibanding pelanggan lama yang sudah ada terlebih dahulu (Sudiara, 1999 : 84).

Comment [MW39]: tanpa titik

Lebih lanjut Roger Best menegaskan kembali bahwa **menjaga pelanggan yang baik**, harus **menjadi prioritas utama dalam manajemen berbasis pasar** (Guswai, 2015 : 17).

Comment [MW40]: tanpa titik

Kepuasan pelanggan dan mempertahankannya akan meningkatkan pendapatan, sekaligus mengurangi biaya menjalankan bisnis Restoran (Guswai, 2015).

Comment [MW41]: tanpa titik

Jika biaya periklanan Anda turun, maka itu artinya sama dengan meningkatkan profit.

Sama seperti yang dikatakan Roger Best....

**Stabilitas penjualan dan keuntungan Anda ditentukan oleh Pelanggan yang setia/loyal** (Puja Astawa, 2005 : 92).

Comment [MW42]: tanpa titik

Jika Anda ingin penjualan Anda meningkat maka **pelayanan terbaik** adalah senjata ampuh yang bisa meningkatkan *sales* itu menjadi mungkin (Rymbertus, 2000 : 327).

Comment [MW43]: tanpa titik

**Jika kita aktif maka sesungguhnya penjualan bisa diciptakan** (Guswai, 2015 : 18).

Comment [MW44]: tanpa titik

### Penjualan Aktif

Di bisnis Restoran, khususnya, sering terjadi asumsi bahwa staf dan management Restoran menunggu pelanggan dalam arti menjadi penjual pasif. Padahal ada banyak hal yang bisa dilakukan oleh pihak Staf dan manajemen Restoran untuk menciptakan penjualan (Scheyvens, 2004 : 87).

### Penjualan Bisa Diciptakan

- UP SALES : Manajemen Restoran Bendega selalu memotivasi staf restoran untuk meningkatkan penjualan untuk memperoleh untung besar (Bulletin Bendega, 2015). Caranya sederhana saja, ketika pelanggannya kebingungan memilih menu, maka staf pelayan menawarkan hidangan istimewa yang "*special today*", tentu harganya lebih mahal daripada menu biasa. Ketika pelanggannya memesan nasi goreng, maka *Waiter* (pelayan) menyarankan nasi goreng special dengan *recipe* yang lebih lengkap yaitu berisi sate 3 tusuk, ekstra pedas, udang, ayam, kerupuk, telur ayam dicampur, sambal ulek, atau cabe dipotong-potong dikasi kecap tiram yang menambah nafsu makan (Suryawan, 2008 : 102).  
Bila tamu memesan minuman ringan untuk minumannya, padahal tamunya memesan daging putih seperti ayam goreng, kodok goreng maka pelayan

Comment [MW45]: tanpa titik

Comment [MW46]: tanpa titik

Comment [MW47]: cetak miring /gunakan istilah Indonesia

menyarankan tamunya memesan anggur putih (*white wine*). Sedangkan bila pelanggan memesan daging merah seperti *beef steak, pork* (daging babi) maka pelanggannya disarankan memesan *red wine* (anggur merah) (Wahab, 1997 : 212).

Comment [MW48]: tanpa titik

Setelah makanan utama selesai dinikmati maka Staf Restoran Bendega menawarkan makanan pencuci mulut (*dessert*), makanan yang manis-manis, seperti es-krim, kolak pisang, jajan bali, pisang goreng dengan gula merah.

Dengan usaha sebagai penjual aktif ini maka omzet Restoran Bendega meningkat tajam (Bulletin Restoran Bendega, 2015 : 22).

Comment [MW49]: tanpa titik

**Disinilah buktinya bahwa sesungguhnya penjualan itu bisa diciptakan** (Guswai, 2015 : 21).

Comment [MW50]: tanpa titik

Bila pelanggannya sepasang pengantin baru yang sedang berbulan madu, maka pelayan Restoran Bendega menyarankan mencoba minuman : *champagne, white wine* ataupun *red wine*, supaya bulan madunya menjadi lebih bergairah.

Tentulah harga jenis minuman begini akan mahal yang dapat meningkatkan omzet penjualan (Agus Mertayasa, 2012 : 64).

Comment [MW51]: tanpa titik

## SIMPULAN DAN SARAN

Dari pengamatan yang cermat, lalu dengan pemaparan yang panjang lebar pada bab ini yaitu pada bab pembahasan dan hasil, maka dapat dikemukakan beberapa simpulan yaitu antara lain :

- Alasan pelanggan pergi yang terbesar adalah dikarenakan sikap masa bodoh yang diperlihatkan oleh pemilik, manajer, atau sebagian dari karyawan. Bila staf dan manajemen restoran terlalu percaya diri bahwa mau tidak mau, pelanggannya pasti berbelanja padanya karena tidak ada pesaing disebelahnya. Kondisi seperti inilah yang sangat membahayakan. Pelanggan akan merasa dirinya dicuwekin, bersikap masabodoh, acuh tak acuh terhadap pelanggan. Oleh karena itu, manajemen restoran Bendega selalu bersikap peduli terhadap pelanggannya untuk memelihara citra dirinya sepanjang waktu.
- Jika pesaing tidak memiliki layanan yang lebih baik pun, pelanggan akan segera beralih ke pesaing baru untuk mencoba pengalaman belanja di restoran yang baru itu. Kondisi seperti ini sudah lumrah terjadi dimana-mana. Hal seperti ini tidak bisa dibendung. Setiap orang ingin mencoba-coba pengalaman belanja di tempat yang baru. Solusi restoran Bendega dengan memberikan pelayanan terbaik.

Comment [MW52]: tanpa titik

Comment [MW53]: tanpa titik

- Pelayanan yang lebih baik, bahkan pelayanan terbaik mampu mempertahankan pelanggan Restoran Bendega untuk tidak berpindah. Setelah pelanggan Restoran Bendega mencoba berbelanja di restoran pesaing yang baru beroperasi, ternyata pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang lebih baik disana, maka kembalilah pelanggan ke Restoran semula, yaitu Restoran Bendega yang sudah menjadi langganannya. Hal ini benar-benar terjadi.
- Pelanggan yang paling menguntungkan adalah dari pelanggan yang sudah dimiliki oleh Restoran Bendega. Untuk mempengaruhi pelanggan baru memerlukan biaya iklan yang cukup besar dan kerja keras (Graham, 1996 : 39). Kesetiaan pelanggan yang sudah dimiliki jauh lebih kuat daripada pelanggan baru. Hubungan persahabatan antara pelanggan lama dengan staf restoran sudah terbina harmonis, sehingga kebiasaan, kesenangan dan sifat masing-masing pihak sudah saling dikenal. Demikianlah kenyataannya di restoran Bendega.
- Bisnis Restoran tanpa kompetisi merupakan jebakan yang akan membuat bisnis melemah. Bila pengelola Restoran mulai dari *Waiter* (pelayan), *bartender*, manajemen, dan pemilik (*owner*) terlalu percaya diri, bahwa pelanggannya mau tidak mau, suka tidak suka, pasti akan berbelanja di Restorannya karena tidak ada pesaing. Tapi, begitu muncul pesaing baru di dekatnya, maka pelanggannya segera beralih ke Restoran pesaing. Omzet penjualan akan menurun secara drastis. Manajemen restoran Bendega sangat menyadari hal ini, maka manajemen restoran Bendega selalu mengawasi, memelihara mutu pelayanan yang diberikan oleh waiter kepada para pelanggannya.
- Jika Restoran Anda lebih baik dalam memberikan pelayanan, maka Anda tidak perlu bersaing dalam hal harga. Jika harga murah dipakai untuk memikat pelanggan, maka omzet penjualan akan merosot drastis, padahal tujuan utama perusahaan Restoran itu, mengharapkan keuntungan (profit) yang sebanyak-banyaknya. Harga-harga pada restoran Bendega tidak pernah diturunkan, tidak pernah bersaing dalam hal harga karena sangat yakin akan pelayanan terbaik sebagai senjatanya.

Untuk memperbaiki mutu pelayanan Restoran Bendega di Denpasar, penulis menemukan beberapa saran sebagai berikut :

- Management Restoran Bendega, pengelola dan *owner* sebaiknya sering-sering, bahkan selalu turun ke lapangan untuk mengecek kinerja stafnya supaya jangan sampai bersifat masa bodoh terhadap pelanggannya (Erawan, 2008 : 36).

Comment [MW54]: tanpa titik

Comment [MW55]: tanpa titik

Comment [MW56]: tanpa titik

Comment [MW57]: tanpa titik

Comment [MW58]: tanpa titik

Comment [MW59]: tanpa titik

Comment [MW60]: tanpa titik

- Bila tiba-tiba muncul pesaing baru disekitarnya pastilah pelanggan akan beralih ke pesaing untuk mencoba pengalaman belanja di tempat pesaing baru, namun Staf Restoran Bendega tak perlu gentar bila terus berkomitmen menjaga mutu pelayanan yang terbaik, pelanggan pasti akan balik lagi ke Restoran Bendega bila pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang lebih baik daripada Restoran Bendega (Leiper Neil, 2004 : 123).
- Staf Restoran Bendega harus selalu mempertahankan mutu pelayanan atas pengawasan serta bimbingan dari manajemen dan *owner*, karena beliau yakin bahwa pelayanan terbaik mampu mempertahankan pelanggannya untuk tidak berpindah (Bulletin Bendega, 2015 : 13).
- Karena manajemen Restoran Bendega sangat yakin bahwa pelanggan yang paling menguntungkan adalah pelanggan yang sudah dimilikinya maka hubungan baik harus tetap dijaga dengan mengirim Kartu Selamat Ulang Tahun, Selamat Hari Raya Galungan & Kuningan atau yang sejenisnya, supaya pelanggan merasa mendapat perhatian khusus (George Ellis, 1997 : 44).
- Staf Restoran Bendega dan manajemennya tidak boleh terlena karena sementara ini belum ada muncul pesaing baru di sekitarnya, itu berarti tidak ada kompetisi. Kondisi seperti ini sangat berbahaya bagi bisnis Restoran Bendega karena bisa jadi membuat stafnya masa bodoh, pasif, acuh tak acuh terhadap para pelanggannya yang pada akhirnya bisa ditinggal oleh pelanggan setianya dan bisnisnya pun melemah (Puja Astawa, 2005 : 69).
- Menggunakan **harga** sebagai alat berperang dalam bisnis restoran tidaklah tepat di era globalisasi ini karena akan menurunkan omzet penjualan, namun disini disarankan supaya semua staf, manajemen dan *owner* Restoran Bendega harus selalu berinovasi mempertahankan pelayanan terbaiknya sehingga tidak perlu bersaing dalam hal harga (Rymbertus, 2000 : 98).

Comment [MW61]: tanpa titik

Comment [MW62]: tanpa titik

Comment [MW63]: tanpa titik

Comment [MW64]: tanpa titik

Comment [MW65]: tanpa titik

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anthony M. Rey Ferdinan Wieland. 1998. *Managing Service in Food and Beverage Operations*. Education Institute of the American Hotel & Motel Association. America.
- Agus Mertayasa, I Gede. 2012. *Food & Beverage Service Operational Job Preparation*. Diterbitkan atas kerjasama penerbit Andi dan Universitas Dhyana Pura (Undhira) Bali.
- Astina I Nyoman Gede. *Pengetahuan Bar dan Minuman*. STP Bali.
- Bagus Putu Sudiara. Drs. M.M. 1990. *Tata Boga PPLP Dhyana Pura Bali*.

Comment [MW66]: Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

- Budiarta I.P. [2012]. *Pariwisata Alternatif : Pariwisata Bali Masa Depan* (Literature Review) [http://madebay\(i.blogspot.com/2012/pari-wisata-alternatif-pariwisata-bali-html/diakses-1-September-2013\)](http://madebay(i.blogspot.com/2012/pari-wisata-alternatif-pariwisata-bali-html/diakses-1-September-2013)).
- Buletin Restoran Bendega. 2015.
- Bjork. P. 2001. *Sustainable Tourism Development, fact or Fiction in Small Tourism Companies*. <http://Ita.hse.fi/2001/3/Ita-2001-03-S2> pdf (diakses 2 September 2013).
- Blackwell. J. 1998. *The Tourism & Hospitality Industry*. Australia : Internatioal Magazine Services.
- Erawan. I.N. [2008]. *Management Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Program Magister Kajian Pariwisata (hand.out). Universitas Udayana : Denpasar.
- Graham Brown. Karon Hepner. 1996. *The Waiter's Hand Book*. Victoria. Australia.
- George Ellis. [1997]. *Bar Attendant's Hand Book*, Victoria. Australia.
- Kusmayadi Sugiarto. Endar. 2000. *Metodologi Dalam Bidang Kepariwisataan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lieper. Neil. 2004. *Tourism Management*, Australia Natinal Library of Australia Cataloging In Publication Data.
- Mubyarto. 2003. *Ekonomi Kerakyatan Dalam Era Globalisasi (Makalah)* : <http://www.google.com/url> (diakses 30 Agustus 2013).
- Peter Jones and Paul Merricks. 1999. *The Management of Food Service Operation*. Cassel Wellington House. London.
- Pitama. I.G. dan Gayatri. PG. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Puja Astawa. Dkk. 2005. *Pariwisata Terpadu Alternative Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Rymbertus A. Amakora Andrikus. [2000]. *Pelaksanaan Stadnar Operation Prosedure di Departemen F & B*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Scheyvens. Regina. 2004. *Tourism For Development Empowering Communities*, Harlow, England, Peson Education.
- Suryawan. A.A. [2008]. *Managemen Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Program Magister Kajian Pariwisata (hand-out), Universitas Udayana Denpasar.
- Wahab. Saleh and John J. Piagram. 1997. *Tourism Development and Growth (Die Challenge of Sustainability)* New York : Broutledge Sustainability.
- Yoeti. Oka A. [1996]. *Pemasaran Pariwisata*, Edisi Revisi, Bandung : Angkasa.

**Comment [MW67]:** Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

**Comment [MW68]:** Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

**Comment [MW69]:** Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

**Comment [MW70]:** Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

**Comment [MW71]:** Setelah tahun, gunakan titik, bukan koma. Tulislah dengan konsisten. Jika tahun terbit ditulis tanpa tanda kurung (...), gunakan untuk semua tanpa tanda kurung. Jika harus menggunakan tanda kurung (...), gunakan secara konsisten.

**Comment [MW72]:** titik bukan komah

**Comment [MW73]:** titik bukan komah

**Comment [MW74]:** titik bukan komah