

Persepsi Tamu Terhadap Jenis Kue Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci

DELFI YANTI¹, DEWI SURIA KARTIKA²

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Riau Pekanbaru
Jl. Patimura no. 54 Gobah, Pekanbaru
E-mail : delfiyanti.stpriau@gmail.com

Abstract: Based on the results of the writings and observations of the author, it can be concluded the number and variety of new pastries sold because of the guests' perception of the type of cake in increasing customer satisfaction adds input to the hotel and is useful for cook pastry because there are many new types of cakes. There are several obstacles faced by Cook Pastry in managing the types of cakes in Unigraha Pangkalan Kerinci pastry hotel. Starting from food storage facilities, lack of equipment and equipment, lack of work area cleanliness standards, often over production or not in accordance with orders who came and the lack of oversight of excessive use of raw materials. From the explanation of the guests' perception of the types of cakes that exist in Pangkalan Kerinci Unigraha Hotel, there are 74% of guests staying outside the Pangkalan Kerinci city. Guest perceptions on the type of cake made by cook pastry in improving types of cakes such as Bakery, Pastry, Snack market. This processing method and presentation is not suitable for sale because respondents from restaurant guests have a bad perception of the pastry products of Hotel Unigraha, Pangkalan Kerinci

Keywords: *Perception, satisfaction, hotel*

Hotel merupakan salah satu akomodasi yang mempunyai peranan penting dalam pengembangan pariwisata. Selain itu hotel juga merupakan sarana penunjang yang cukup memiliki peranan penting dalam memajukan industry pariwisata. Sesuai dengan fungsinya hotel sebagai pemberi jasa akomodasi harus dikelola secara professional antara lain menyangkut system dan pengorganisasian, prosedur administrasi, dan system operasional secara keseluruhan sehingga potensi dan profesi kerja para karyawan akan lebih terarah dan dapat melaksanakan dengan baik. Hotel juga harus memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi tamu yang telah memberikan produk yang di miliki sehingga para tamu yang menginap merasa puas, senang dan mau untuk kembali lagi ke hotel tersebut.

Di dalam sebuah hotel terdapat beberapa departemen besar yang memiliki peranan dan hubungan kerjasama dengan departemen-departemen lainnya. Departemen-departemen tersebut adalah

front office, housekeeping, food & beverage, engineering, marketing, security dan human resource. Food & beverage dibagi menjadi 2 (dua) bagian besar, yaitu: *Food & beverage service*, yaitu bagian yang bertanggung jawab dalam penyajian makanan dan minuman yang dibutuhkan oleh tamu, baik di dalam bar, restoran, maupun di kamar atau lebih dikenal dengan *room service*; *Food & beverage product*, yaitu bagian yang berfungsi untuk menghasilkan atau memproduksi dan mempersiapkan makanan dan minuman, baik untuk keperluan restaurant, bar, room service dan banquet.

Food & beverage product lebih dikenal dengan sebutan kitchen. Kitchen merupakan jantung dan sumber kedua dari pendapatan yang ada di room dan banquet karena memproduksi bermacam-macam makanan yang diminati oleh tamu, baik dari segi cita rasa hidangan, penampilan dan juga kebersihan.

Salah satu hasil dari kitchen yang sekarang diminati hasil produknya yaitu bagian pastry. Pastry adalah bagian dari kitchen dibawah departemen food & beverage yang tugasnya melayani dan menyediakan kue dan roti untuk desset, snack dan untuk kebutuhan acara lainnya yang beraneka ragam, (PurboYudowinoto, 2003). Pastry merupakan salah satu pengetahuan dalam pengelolaan dan penyajian makanan, khususnya pengolahan dan menyajikan berbagai jenis kue.

Pastry bertanggung jawab dalam menyiapkan kue yang panas dan dingin untuk makan siang, makan malam, function, dan kue-kue yang disediakan untuk "tea time". Cook pastry adalah orang yang bertugas bertanggung jawab dalam mempersiapkan dan mengolah bahan-bahan kue sesuai dengan pesanan dan keinginan tamu. Hal ini di ungkapkan oleh (RicardSihite, S,Sos. 2000:121) " Uraian Tugas dan Tanggung Jawab (bakery/cook pastry) : Menangani penataan Mice En Place, Menangani pastry production, Membantu penaganan service preparation, Mengawasi pelaksanaan pembersihan area kerja, Memelihara suasana kerja yang sehat, Menghadiri briefing chef

Pastry section tidak hanya mengelolah kue dan roti, tetapi juga mengelolah ice cream, pudding, snack, coklat, permen dan berbagai jenis hidangan dessert lainnya. Berdasarkan yang penulis lakukan dalam On The Job Training II (OJT) di peroleh beberapa hasil mengenai berbagai produk yang dihasilkan pastry Hotel UnigrahaPangkalanKerinci sebagai berikut:

Cake, pie, cookies, soft roll bread, rye bread, sweet bread, toast bread, croissant, danish, pudding. Dengan adanya paparan jenis kue yang ada di pastry Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Berdasarkan persepsi dari tamu hotel, persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2005:216).

Masalah pada bagian pastry juga sering terjadi terutama dalam hasil produksi jenis kue yang sebenarnya masih sangat minim sekali, sehingga diperlukan tatanan kerja pastry section dalam menghasilkan produk yang beraneka ragam karena , produk yang dihasilkan dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam persepsi tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Apakah sudah sesuai dengan jenis kue yang penulis bahas dalam penelitian ini. Dari paparan tersebut ternyata persepsi tamu atau menurut tanggapan tamu Hotel Unigraha PangkalanKerinci masih dikatakan minim dan ternyata aneka jenis kue saat ini masih belum mencukupi kepuasan pelanggan untuk itu, pastry section harus selalu meningkatkan jenis-jenis kue dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci, Penulis memilih judul skripsi tersebut supaya dengan diadakannya varian baru terhadap aneka jenis kue di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Hal ini akan memperoleh hasil setelah jenis kue tersebut sudah bervariasi dan tanggapan tamu juga tinggi. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci.

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau bagunannya untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta penunjang lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersial. (Agus Sulistiono, 2007:6-7)

Dalam hotel kita harus mencoba untuk memberikan kepuasan bagi para tamu-nya. Para karyawan hotel harus menyadari kepuasan tamu adalah lebih penting dari pada kepuasan dari seorang pemimpinnya (Agus Sulistiono, 1999:21). Bagian makanan dan minuman merupakan salah satu bagian yang terdapat di hotel yang mempunyai fungsi melaksanakan penjualan makanan dan minuman sekaligus melakukan fungsi menjual makanan dan minuman, merencanakan kegiatan-kegiatan yang menarik para tamu

untuk makan dan minum serta perhitungan produk (Agus Sulistiono, 1998).

Food and beverages terdiri dari dua yaitu: food and beverages products and food and beverages service. Food and beverages product adalah bagian yang bertanggung jawab untuk mempersiapkan serta mengolah makanan dan minuman hingga siap untuk dikonsumsi oleh tamu. Sedangkan food and beverages service adalah bagian yang bertanggung jawab dalam melayani dan menyajikan pelayanan bagi tamu yang membutuhkan jasa pelayanan makanan dan minuman (Agus Sulistiono, 1998:189).

(Robbins dan Judge, 2008) mendefinisikan persepsi (perception) sebagai proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Menurut (Gibson et al, 1996). persepsi adalah proses seseorang untuk memahami lingkungan yang meliputi orang, objek, simbol, dan sebagainya yang melibatkan proses kognitif. Proses kognitif merupakan arti yang melibatkan tafsiran pribadi terhadap rangsangan yang muncul dari objek tertentu. Oleh karena itu, tiap individu memberikan makna yang melibatkan tafsiran pribadinya pada objek tertentu, maka masing-masing individu akan memiliki persepsi yang berbeda meskipun melihat objek yang sama. Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Robbins, 2002) bahwa riset tentang persepsi secara konsisten menunjukkan bahwa individu yang berbeda dapat melihat hal yang sama tetapi memahaminya secara berbeda.

Persepsi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menyebabkan seseorang individu dapat memberikan interpretasi yang berbeda dengan orang lain pada saat melihat sesuatu. Menurut (Jallaludin, 2003) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah: Faktor fungsional : Faktor fungsional berasal dari kebutuhan pengalaman masa lalu, motivasi, harapan, keinginan, perhatian, emosi, suasana hati dan hal-hal yang termaksud dalam faktor

personal. Faktor struktural, Faktor struktural berasal dari sifat stimulasi fisik dan otak-otak saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Faktor kebudayaan Faktor kebudayaan atau kultur dimana individu tumbuh dan berkembang akan turut pula menentukan proses persepsi seseorang.

Menurut (Team Penyusun Materi 1999:26) dalam melakukan pengolahan kue agar di dapat kue yang menarik dengan rasa yang nikmat maka dilakukan dengan berbagai metode. Masing-masing metode digunakan untuk jenis produk yang berbeda, atau untuk penggunaan bahan dan resep yang berbeda dari suatu produk. Beberapa metode yang digunakan oleh pastry dalam pengolahan kue adalah: *Rub-In Method* yaitu merupakan yang paling lama tetapi masih sering digunakan pada saat ini. Di dalam metode ini pengembangan dari produk dibantu dengan penggunaan atau penambahan baking soda; *Sugar batter Method* yaitu digunakan oleh pastry untuk pengolahan kue yang berkualitas baik dan mempunyai proporsi lemak, gula dan telur yang tinggi berbanding dengan berat tepung; *Flour Batter Method* yaitu memerlukan pengertjaan yang hati-hati dan juga lebih banyak memerlukan peralatan tetapi akan sangat cocok untuk memproduksi kue dalam jumlah yang sangat besar dan dengan kualitas yang murah; *Blending Method* yaitu digunakan dalam pembuatan kue yang menggunakan lemak dan tepung special.

Jika konsumen merasa puas dengan produk, layanan, atau mereka, mereka akan lebih cenderung untuk terus membeli dan memberitahu orang lain tentang pengalaman yang menguntungkan mereka dan produk tersebut (Paul J. Peter dan Jerry C. Olson, 2010:387). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Menurut Kotler yang dikutip dari buku Total Quality Management ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2008:104): Sistem Keluhan dan Saran, Organisasi yang berpusat pelanggan (Customers Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk menanggapi masalah-masalah yang timbul.

Ghost Shopping, salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahannya produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan. *Lost Customer Analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasuk agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

Survei Kepuasan Pelanggan, umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Harapan pelanggan sering bereda dengan harapan dari penyedia jasa pelayanan. Harapan pelanggan ini sering

dipakai sebagai standar untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di masa mendatang. Dalam pasar global hiperkompetitif ini tidak ada satu bisnis pun yang dapat bertahan tanpa adanya pelanggan yang puas. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggan akan menghadapi masalah yang kompleks karena pengaruh *bad word of mouth*. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sangat penting dan harus dijamin dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

Proses segmentasi pasar membagi pasar yang bersifat heterogen ke dalam segmen-segmen homogeny yang spesifik. Hal tersebut membuat perusahaan dapat menargetkan pelayannya jasa dan bauran pemasaran yang berbeda pada setiap segmen. Segmentasi pasar juga akan membantu perusahaan untuk dapat memuaskan konsumen secara lebih efektif, menjamin mereka kembali, dan menciptakan loyalitas konsumen.

Dalam karya yang sama, (Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani) juga menyatakan bahwa Marketing Mix merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsure suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

METODE

Penelitian ini penulis lakukan di salah satu hotel berbintang Tiga (***) yang ada di Pangkalan Kerinci yaitu Hotel Unigraha yang beralamatkan di Komp. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Po. Box 05 Kode Pos 28300 Telp. 95555 fax. 95888 / 95666 yang berjarak 73 KM dari kota Pekanbaru yang dilakukan pada bulan Maret 2017.

Teknik pengumpulan data terdiri dari: Wawancara, Dilakukan kepada cook, chef serta bagian kepegawaian guna mendapatkan data tentang sejauh mana pengaruh variasi menu cook pastry terhadap

hasil pengolahan kue di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci.

Observasi

Dilakukan terlibat langsung yang dilaksanakan selama 6 bulan secara berkesinambungan yaitu pada pagi atau siang atau sore hari untuk melihat langsung cara kerja, bahan kue dan metode dalam pembuatan kue.

Angket

Penulis melakukan penyebaran daftar pertanyaan kepada karyawan pastry untuk memperoleh data mengenai variasi menu cook pastry dalam mengelolahkue, bentuk hasil pengolahan kue dan cara kerja cook dalam pembuatan kue-kue.

Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian yang penulis lakukan.

Data yang di peroleh dari hasil observasi dan wawancara dipilah-pilah dan diklasifikasikan menurut jenisnya dan kemudian di analisis seta diolah dengan menggunakan metode diskriptif kualitatif, kemudian penulis melakukan analisa tabulasi pada data tersebut.

HASIL

Pastry di hotel Unigraha Pangkalan Kerinci berperan aktif dalam menunjang kelancaran operasional hotel. Kondisi ini diciptakan untu meningkatkan pendapatan hotel dengan produk-produk berkualitas yang dihasilkan bagian pastry. Peranan pastry di hotel unigraha pangkalan kerinci adalah dengan menyediakan berbagai macam roti, kue dan aneka jajanan pasar untuk breakfast, lunch dan dinner. Sesuai dengan keinginan manajemen hotel, hal ini digunakan untuk membangun tositiong hotel di masyarakat yang memiliki cirri khas dengan berbagai macam makanan tradisional.

Pastry juga menangani berbagai event yang menyajikan menu coffee break untuk berbagai macam acara sesuai dengan pesanan tamu hotel. Hal lain yang dikerjakan adalah melayani pesanan tamu dari luar hotel walaupun tamu tidak menginap namun dapat

melakukan pesanan berbagai produk pastry dari hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Menyediakan semua sesuai dengan yang dibutuhkan oleh tamu adalah peranan utama dari pastry hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Apabila tamu merasa puas dengan semua pelanggan yang telah diberikan hotel, maka keuntungan dapat diraih sehingga operasional hotel dapat terjaga dan kelangsungan hidup usaha berjalan dengan baik.

Tabel 1: Penjualan A'la Carte di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci

No	Nama Menu	Jumlah	Penjualan Perminggu				Penjualan	Sisa
			1	2	3	4		
1	<i>Apple Pie with vanilla ice cream</i>	100	30	20	25	15	90	10
2	<i>Fried Ice Cream</i>	100	25	10	15	25	55	45
3	<i>Banan Split</i>	100	20	30	25	25	100	-
4	<i>Fried Banna Chese</i>	100	25	15	10	15	65	35
5	<i>Samosa</i>	100	20	35	30	15	100	-
6	<i>Tiramisu</i>	100	20	15	10	60	60	40
7	<i>Chese Cake</i>	100	10	10	15	15	50	50

Sumber: Data Olahan Bulan Maret-Agustus 2017

Tabel 2: Rincian harga Penjualan A'la Carte di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci

No	Item Menu	Harga	Jumlah	Jumlah
1	<i>Apple Pie with vanilla ice cream</i>	Rp.35.000	90	Rp.3.150.000
2	<i>Fried Ice Cream</i>	Rp.30.000	55	Rp.1.650.000
3	<i>Banan Split</i>	Rp.25.000	100	Rp.2.500.000
4	<i>Fried Banna Chese</i>	Rp.22.000	65	Rp.1.430.000
5	<i>Samosa</i>	Rp.30.000	100	Rp.3000.000
6	<i>Tiramisu</i>	Rp.40.000	60	Rp.2.400.000
7	<i>Chese Cake</i>	Rp.38.000	50	Rp.1.900.000
Total				Rp.16.030.000

Sumber: Data Olahan Bulan Maret-Agustus 2017

Setelah dihitung data penjualan a'la carte pada outlet pastry diatas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan selama sebulan terhitung kurang lebih Rp.16.030.000 (enam belas juta tiga puluh

ribu rupiah) pada item menu diatas terhiyung dalam bulan Agustus sedikit mengalami kerugian pada klasifikasi antara persediaan menu dan penjualan, walau dengan begitu cook pastry harus terus mempertahankan karena minat dari konsumen masih kurang menyukai dikarenakan kurangnya variasi menu pastry. Hal itu membuat Chef Pastry dan Cook Pastry terus berkreasi membuat jenis menu baru agar berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan nantinya.

Tabel 3: Menu coffee break di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci

No	Asin	Manis	Condiment
1	Sausages roll	Marble cake	Coffee and Tea
2	Lumpia goreng	English fruit cake	
3	Tempe mendoan	Chesse cake	
4	Samosa	Fruits pie	
5	Spring roll	Butter cake	
6	Singkongkeju	Eclair	
7	Pastel	Onde-onde	
8	Risoles	Talamubi	
9	Curry puff	Vanilla cake	
10	Sosis solo	Banana cake	

Sumber: Data Olahan Bulan Maret-Agustus 2017

Coffee Break seringkali dibutuhkan sebagai cemilan makanan saat acara pelatihan, training, seminar, workshop, dan sebagainya. Menghitung cost bisa dilakukan dengan lebih cepat dengan cara menggunakan estimasi atau perkiraan yang mendekati, artinya cara ini hasilnya tidak sepenuhnya akurat tapi bisa mendekati. Berikut dibawah ini adalah hasil perhitungan *Cofee break* selama 6 bulan.

Rekapitulasi penjualan *coffee break* selama 6 bulan ber jumlah pada bulan pertama yaitu Rp.47.425.000, bulan kedua Rp.46.375.000, bulan ketiga Rp.67.550.000, bulan keempat Rp.44.800.000, bulan kelima Rp.41.300.000, dan terakhir bulan keenam yaitu Rp.82.250.000 dengan seluruh jumlah total perbulan berjumlah sebesar Rp. 329.700.000.

Dalam uraian penjualan *pastry product* dari *Ala Carte*, *Coffee Break* dan menu *breakfast* diketahui penjualan yang lebih banyak terdapat pada *Coffee Break* yaitu sebesar Rp 329.700.000 terhitung

selama 6 bulan penulis meneliti, sdangkan untuk menu a'la carte terhitung masih kurangnya persepsi tamu dilihat dari segi penjualan yang masih cukup dikatakan minim, dalam sebulan penjualan yang sudah di siapkan sebanyak 100 pcs tetapi masih kurangnya peminat yang dimiliki tamu terlihat jelas dari tabel 5.2 item menu yang terjual dan tersisa. Untuk penjualan menu breakfast terutama dalam produk *pastry* yaitu diambil dari harga keseluruhan pada saat tamu melakukan chek-in di hotel.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di hotel unigraha pangkalan kerinci, pada pengolahan kue terutama pada penyediaan bahan dan peralatan ditemukan beberapa masalah seperti tersebut dibawah ini yaitu:

1. Fasilitas penyimpanan bahan makanan (kue) dan peralatan yang kurang memadai sehingga hal ini dapat mengganggu kelancaran proses produksi. Disamping itu juga fasilitas penyimpanan bahan makanan yang kurang baik juga akan menyebabkan bahan menjadi rusak. Hal ini tentu akan merugikan perusahaan.
2. Masih kurangnya perlengkapan dan peralatan yang dimiliki, seperti kurangnya peralatan kecil yaitu: pisau, sendok mangkok dll dan juga tidak ada tempat penyimpanan peralatan yang tepat/ lemari peralatan yang mengaibatkan peralatan tersebut tercecer/ hilang. Sehingga kelancaran proses produksi menjadi terganggu.
3. Masih kurangnya standard kebersihan area kerja, yang akan mengakibatkan timbulnya bakteri sehingga hasil produksi/ produk kue tercecer dan dapat menimbulkan penyakit bagi konsumen yang mengkonsumsi kue tersebut.
4. Sering terjadi kelebihan dalam memproduksi atau tidak sesuai dengan order yang datang. Sehingga

banyak makanan yang tersisa, Hal ini tentu saja merugikan perusahaan karena lebih banyak produk yang dibuang dibandingkan dengan produk yang dijual.

5. Kurangnya pengawasan pemakaian bahan baku pengolahan kue pemakaian bahan baku yang terlalu berlebihan. Hal ini sangat merugikan perusahaan karena lebih banyak pengeluaran dari pada pemasukan. (kurang efisiennya cost control di pastry department).

Jika sumber daya tidak berkualitas maka dalam bekerja mereka akan melalui hambatan-hambatan dalam bekerja seperti kurangnya team work (kerja sama) antara satu bagian dan bagian lainnya, sering timbulnya complaint (keluhan) dari tamu, cara penampilan kurang menarik dan cara lainnya. Tentu saja hal ini akan merugikan citra hotel itu sendiri. Sumber daya manusia yang berkualitas itulah yang menjadi factor utama dalam suatu perusahaan khususnya sebuah hotel.

Maka dari itu management Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci berusaha membuat karyawannya menjadi sumber daya yang dapat diandalkan, seiring dengan semakin berkembangnya bisnis Hotel membuat Hotel Unigraha pangkalan Kerinci semakin emningkat sumber daya manusiannya agar tidak ketinggalan persaingan dengan hotel yang lain.

Berikut dalam penulis uraikan mengenai karakteristik sumber daya cook pastry Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci yang dimulai dari segi pendidikan, jenis kelamin, masa kerja dan usia.

Tanggapan tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci dalam pandangannya terhadap *responsibility* (daya tanggap) sesuai yang diharapkan oleh tamu penilaian sangat baik 4 orang (228%), baik 3 orang (6%), cukup baik 18 orang (36%) dan tidak baik sebanyak 25 orang (50%). *Responsibility* diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencangkep penglihatan secara langsung dan memperkirakan antara menu dengan product yang datang. Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen dalam

responsibility (daya tanggap) terdapat memang benar tidak baik dari segi bentuk yang tamu langsung melihatnya.

Tanggapan tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci dalam pandangannya terhadap *tangible* (bukti langsung) sesuai yang diharapkan oleh tamu penilaian sangat baik 5 orang (10%), baik 6 orang (12%), cukup baik 12 orang (24%) dan tidak baik sebanyak 27 orang (54%) Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen dalam *tangible* (bukti langsung) terdapat memang benar tidak baik dari segi bentuk yang tamu langsung melihatnya. Karena apa yang tamu lihat secara langsung memang benar benar tidak seperti yang difikirkan sebelumnya. Maka dari itu terlihat nilai dari *tangible* lebih banyak menjawab tidak baik yaitu 27 orang (54%).

Tanggapan tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci dalam pandangannya terhadap *realibility* (kehandalan) sesuai yang diharapkan oleh tamu penilaian sangat baik 7 orang (14%), baik 6 orang (12%), cukup baik 11 orang (22%) dan tidak baik sebanyak 26 orang (52%). Dari tabel diatas, Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen dalam *realibility* (kehandalan) terdapat memang benar tidak baik dari segi kehandalan product pastry yang tamu langsung melihatnya. Karena apa yang tamu lihat secara langsung memang benar benar tidak seperti yang difikirkan sebelumnya. Maka dari itu terlihat nilai dari *ealibility* lebih banyak menjawab tidak baik yaitu 26 orang (52%).

Tanggapan tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci dalam pandangannya terhadap assurance (jaminana) sesuai yang diharapkan oleh tamu penilaian sangat baik 3 orang (6%), baik 7 orang (14%), cukup baik 13 orang (26%) dan tidak baik sebanyak 27 orang (54%). Buat konsumen yang berpersepsi mengenai assurance sangat tidak memuaskan hal ini dikarenakan bahwa antara persepsi dengan product kue yang ada di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci tidak terjamin dari segi kualitas dan rasa yang tidak berstandar. Maka itu pelanggan berpersepsi dengan

menjawab tidak baik sebanyak 27 orang (54%).

Bahwa tanggapan tamu hotel Unigraha Pangkalan Kerinci dalam pandangannya terhadap *emphaty* (empati) sesuai yang diharapkan oleh tamu penilaian sangat baik 5 orang (10%), baik 3 orang (6%), cukup baik 14 orang (28%) dan tidak baik sebanyak 28 orang (56%). Hal ini menunjukkan bahwa menurut konsumen dalam *emphaty* (empati) terdapat memang benar tidak baik dari segi kehandalan *product pastry* kemudian *cook pastry* yang kurang berempati dalam menanggapi *complaint* tamu di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. Karena apa yang tamu lihat secara langsung memang benar benar tidak seperti yang difikirkan sebelumnya. Maka dari itu terlihat nilai dari *emphaty* lebih banyak menjawab tidak baik yaitu 28 orang (56%).

Berdasarkan rekapitulasi Persepsi Tamu Terhadap Jenis Kue Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci yaitu penilaian yang sangat baik adalah yakni 11,6%, baik adalah 10%, cukup baik 12,4%, dan tidak baik 16%. Dari hasil penelitian diketahui persepsi tamu terhadap jenis kue bisa dikatakan masih minim sekali karena adanya hambatan hambatan tadi lah seperti fasilitas penyimpanan bahan makanan yang kurang memadai, kurangnya perlengkapan yang dimiliki, kurangnya standar kebersihan, sering terjadi kelebihan dalam memproduksi atau tidak sesuai dengan orderan yang datang dan kurangnya pengawasan pemakaian bahan baku pengolahan kue. Sehingga dengan adanya beberapa hambatan-hambatan yang penulis teliti bisa dikatakan masalah dalam *cook pastry* mengolah produknya. Maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Tamu Terhadap Jenis Kue Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci adalah “Tidak Baik Atau Tidak Sangat Memuaskan”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penulisan dan pengamatan penulis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Banyaknya serta bervariasi baru *pastry* yang dijual karena adanya persepsi tamu terhadap jenis kue dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menambah masukan bagi hotel serta berguna bagi *cook pastry* di karenakan ada banyak jenis kue yang baru.
2. Terdapat beberapa hambatan-hambatan yang dihadapi oleh *Cook Pastry* dalam mengolah jenis kue di *pastry* Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci. mulai dari fasilitas penyimpanannya bahan makanan, kurangnya perlengkapan dan peralatan yang dimiliki, kurangnya standar kebersihan area kerja, sering terjadi kelebihan produksi atau tidak sesuai dengan order yang datang dan kurangnya pengawasan pemakaian bahan baku yang terlalu berlebihan.
3. Dari penjelasan mengenai Persepsi tamu terhadap jenis kue yang ada di Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci terdapat jumlah tamu sebanyak 74% jumlah tamu yang menginap diluar kota Pangkalan Kerinci.
4. Persepsi tamu dalam jenis kue yang dilakukan oleh *cook pastry* dalam meningkatkan jenis kue seperti *Bakery*, *Pastry*, *Jajanan pasar*. Cara mengolah serta penyajiannya kurang layak untuk dijual ini dikarenakan responden dari tamu restoran berpersepsi tidak baik terhadap hasil produk *pastry* Hotel Unigraha Pangkalan Kerinci.

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, R. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Binus University. Jakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Balai Peningkatan dan Pariwisata, 1992, Meningkatkan Efektivitas Fungsi Supervisor dan Pelayanan Pelanggan, Bandung.
- Basuki, S. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia
- Benardine, R. Wirjana, M.S.W dan Supardo, S. 2006, Kepemimpinan Dasar-dasar dan pengembangannya, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Black, J. M. 1993. Management and Supervisor. Balai Pustaka. Jakarta.
- Gasperz, V. 1997. Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gibson, J. L., et al. 1996. Organisasi, Perilaku, Struktur, dan Proses. Alih Bahasa oleh Nunuk Andiarni, jilid 1 dan 2. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Kotler, P., and Amstrong, G. 2007. Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Ludigdo, U. dan Machfoedz. 1999. Persepsi Akuntan dan Mahasiswa terhadap Etika Bisnis. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol.2 Jan: 1-9.
- Lupiyado, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik). Jakarta. PT Salemba Emban Patria
- Margono. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Marsum, W. A. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya. Andi. Yogyakarta.
- Merryani, E. O., Rompas, S., dan Pondang, L. 2014. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Terhadap Pelayanan keperawatan Diruang Internal RSUD Noongan. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Nurlistiya, W. 2009. Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen pada Nav Karaoke Cabang Depok. Universitas Gunadarma. Jakarta Timur.
- Rahmad, A. 2012. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Karaoke Inul Vizta family Outlet cabang Kota Jambi. ISSN. Jambi.
- Rakhmat, J. 2003. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Pt Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Retnowati. 2005. Persepsi Remaja Ketergantungan Napza Mengenai Dukungan Keluarga Selama Masa Rehabilitasi. <http://www.kesehatan.go.id>. diakses 05/05/2009
- Robbins, P. S., dan Judge. 2008. Perilaku Organisasi. Edisi Dua belas. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Robbins, P. S. 2002. Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi. Edisi kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Sekaran, U. 2006. Research Methods For Business. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekresno dan I.N.R. Pendit, 1996, Petunjuk Praktek Pramusaji Food and Beverage Service Buku Panduan Sekolah Pariwisata dan

Perhotelan, PT Gramedia Pustaka
Utama, Jakarta.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian
Administrasi dengan Metode R&D.
Bandung: CV Alfabeta.

Thoha, M. 2008. Perilaku Organisasi :
Konsep Dasar dan Aplikasinya.
Jakarta: Raja Grafindo Persada

-----, 2003, Perilaku Organisasi,
Edisi Pertama, Cetakan
Keempatbelas, PT Raja Grafindo
Persada, Jakarta.

Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi
Pertama. Cetakan Pertama. Malang:
Bayumedia Publishing

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. Service,
Quality & Satisfaction. Yogyakarta:
ANDI.

Yoeti, A.O. 2004. Strategi Pemasaran Hotel.
Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
Utama