JRT
Journal Of Responsible Tourism
Vol.6, No.2, Nopember 2026

Optimalisasi Pelayanan Restoran Sheraton Senggigi Beach Resort terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Robian Arda Maulana[1], Primus Gadu[2], I Made Dayuh[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
E-mail: [1]Robianarda4@gmail.com, [2]Primusgadu201@gmail.com, [3]madedayuh0@gmail.com

Article History:
Received: 12-09-2026
Revised: 05-10-2026
Accepted: 15-10-2026

Keywords: *optimalisasi pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, restoran hotel*

Abstract: *Industri perhotelan dituntut menyediakan pelayanan restoran yang berkualitas untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Restoran tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan dan minuman, tetapi juga berperan dalam membangun pengalaman menginap yang positif. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor pendorong dan penghambat optimalisasi pelayanan restoran serta mendeskripsikan upaya optimalisasi pelayanan di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pramusaji dan pihak-pihak yang terlibat dalam operasional restoran. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña melalui kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan pelayanan meliputi keterbatasan kemampuan bahasa Inggris staf, keterlambatan pengisian buffet, lemahnya koordinasi dengan bagian dapur, pengawasan operasional yang belum optimal, penerapan standar kebersihan yang belum konsisten, rendahnya sensitivitas terhadap kebutuhan khusus pelanggan, serta penanganan keluhan yang belum maksimal. Optimalisasi pelayanan dilakukan melalui penerapan SOP secara konsisten, peningkatan kompetensi SDM, penguatan koordinasi antarbagian, peningkatan pengawasan operasional, serta peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.*

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang sangat bergantung pada kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam industri *hospitality*, pelayanan bukan sekadar pelengkap dari produk utama yang ditawarkan, melainkan menjadi inti dari nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Persaingan yang semakin kompetitif di antara hotel berbintang menuntut setiap pengelola usaha perhotelan untuk mampu memberikan pelayanan yang unggul, konsisten, dan sesuai dengan harapan pelanggan guna mempertahankan keberlangsungan usaha serta meningkatkan daya saing perusahaan (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berkontribusi pada terbentuknya loyalitas konsumen (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Kandampully & Suhartanto, 2000). Tingginya tingkat persaingan dalam industri jasa mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang

cepat, responsif terhadap keluhan, serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan menjadi aspek yang sangat penting dalam membangun pengalaman pelanggan yang positif. Dalam konteks operasional restoran hotel, kualitas pelayanan memiliki peran strategis karena interaksi langsung antara staf pelayanan dengan pelanggan sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting sebagai dasar dalam upaya peningkatan loyalitas konsumen.

Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat kebutuhan untuk mengkaji secara lebih spesifik bagaimana optimalisasi pelayanan restoran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas konsumen, khususnya dalam konteks industri perhotelan. Meskipun berbagai penelitian telah membahas hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen, kajian yang secara khusus menyoroti optimalisasi pelayanan restoran hotel sebagai strategi peningkatan loyalitas pelanggan masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian (research gap) tersebut melalui analisis yang lebih komprehensif pada konteks operasional restoran hotel berbintang.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 3 Mei 2026 di Departemen Food and Beverage Service Sheraton Senggigi Beach Resort, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan restoran. Permasalahan tersebut antara lain keterbatasan kemampuan komunikasi dalam bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, pada sebagian pramusaji, belum adanya pembagian tugas yang secara khusus berfokus pada pemantauan kebutuhan pelanggan selama berada di restoran, lambatnya respons pelayanan, serta kurang optimalnya koordinasi antarstaf dalam menangani keluhan pelanggan. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan konsistensi kualitas pelayanan dan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

Apabila kondisi tersebut tidak segera ditangani melalui upaya optimalisasi pelayanan, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas konsumen terhadap restoran. Mengingat restoran hotel merupakan salah satu unit layanan yang berkontribusi terhadap citra keseluruhan hotel, maka peningkatan kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Oleh karena itu, penelitian mengenai optimalisasi pelayanan Restoran Sheraton Senggigi Beach Resort terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen menjadi relevan dan penting untuk dilakukan.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu pemasaran jasa dan manajemen hospitality, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pihak manajemen Sheraton Senggigi Beach Resort sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan kebijakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan restoran secara berkelanjutan

LANDASAN TEORI

1) Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Expectancy Disconfirmation Theory* yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1980). *Expectancy disconfirmation theory* (EDT) merupakan teori yang sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana cara menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan. Teori EDT merupakan model teoritis yang

menjelaskan bahwa perasaan puas atau tidak puas muncul ketika suatu produk dibeli dan kemudian ekspektasi dibandingkan dengan kinerja sebenarnya dari produk tersebut. Teori EDT ini digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan perbedaan antara harapan pelanggan dengan produk atau jasa yang dialami. Model teoritis ini terdiri dari empat elemen yaitu:

1) Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai kualitas dan kinerja suatu produk atau layanan sebelum digunakan.
2) Kinerja yang dirasakan adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan setelah digunakan.
3) Diskonfirmasi adalah selisih antara harapan pelanggan sebelum menggunakan produk atau layanan dengan kinerja yang dirasakan setelah penggunaan.
4) Kepuasan merupakan hasil akhir dari proses perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

2) Konsep Pelayanan Prima *(Excellent Service)*

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir 2005). Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan phisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis (Sulastiyono, 2002). Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Perilaku pelayanan karyawan adalah tindakan individu (karyawan) untuk memenuhi kebutuhan orang lain (tamu atau konsumen).

3) Konsep Optimalisasi

Menurut Hotniar Siringo-Ringo (2005), optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yangbisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimumkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya. Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu tujuan, alternatif keputusan, dan sumberdaya yang dibatasi.

1) Tujuan. Tujuan bisa berbentuk maksimisasi atau minimisasi. Bentuk maksimisasi digunakan jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengankeu ntungan, penerimaan, dan sejenisnya. Bentuk minimisasi akan dipilih jika tujuan pengoptimalan berhubungan dengan biaya, waktu, jarak, dan sejenisnya.
2) Alternatif Keputusan Pengambilan keputusan dihadapkan pada beberapa pilihan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Alternatif keputusan yang tersedia tentunya alternatif yang menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambil keputusan. Alternatif keputusan merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Optimalisasi Pelayanan Restoran Sheraton Senggigi Beach Resort terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen”

menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang berkaitan dengan optimalisasi pelayanan restoran dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas konsumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi nyata di lapangan berdasarkan perspektif para informan yang terlibat secara langsung dalam proses pelayanan. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada pemahaman terhadap makna, proses, serta interpretasi terhadap suatu fenomena sosial yang terjadi dalam konteks tertentu. Pendekatan ini tidak berorientasi pada pengukuran statistik, melainkan pada penggalian informasi secara mendalam untuk memahami realitas sosial secara holistik. Dalam penelitian kualitatif, fokus utama terletak pada proses, interaksi, pengalaman, serta makna yang dibangun oleh subjek penelitian terhadap fenomena yang sedang dikaji.

Menurut Idrus (2021:12), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menekankan pada pemahaman makna, penalaran, definisi situasi tertentu, serta interpretasi terhadap fenomena sosial berdasarkan konteks budaya dan realitas yang melingkupinya. Pendekatan ini bertujuan untuk menemukan makna yang mendalam dari suatu fenomena yang diteliti melalui proses interpretasi yang sistematis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu proses analisis yang berangkat dari fakta-fakta khusus yang ditemukan di lapangan untuk kemudian dikembangkan menjadi pemahaman, konsep, atau kesimpulan yang lebih umum. Pendekatan induktif memungkinkan peneliti untuk membangun pemahaman berdasarkan data empiris yang diperoleh selama proses penelitian, sehingga hasil penelitian lebih mencerminkan kondisi objektif di lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi mendalam dengan informan sebagai sumber datanya. Dalam penelitian ini, dipilih tiga orang Senior Waiter sebagai informan utama karena mereka memiliki peran strategis dalam operasional pelayanan restoran di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sheraton Senggigi Beach Resort merupakan salah satu hotel berbintang lima yang berlokasi di kawasan wisata Senggigi, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hotel ini berada di Jalan Raya Senggigi Km. 8, yang merupakan salah satu kawasan strategis pariwisata di Pulau Lombok. Lokasi hotel yang berada di tepi pantai menjadikan Sheraton Senggigi Beach Resort sebagai salah satu destinasi akomodasi unggulan yang banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Sheraton Senggigi Beach Resort mulai beroperasi sejak tahun 1991 dan merupakan bagian dari jaringan internasional Marriott International melalui brand Sheraton Hotels & Resorts. Sebagai hotel bertaraf internasional, resort ini dikenal dengan standar pelayanan premium yang menekankan kenyamanan, kualitas pelayanan, serta pengalaman tamu yang berkesan. Keberadaan hotel ini juga menjadi salah satu ikon akomodasi mewah di kawasan Senggigi yang berkontribusi terhadap perkembangan sektor pariwisata Lombok.

Secara geografis, lokasi Sheraton Senggigi Beach Resort sangat mendukung aktivitas pariwisata karena dekat dengan berbagai destinasi wisata terkenal di Lombok, seperti Pantai Senggigi, Pura Batu Bolong, Bukit Malimbu, Gili Trawangan (melalui akses pelabuhan), serta pusat kota Mataram. Akses menuju resort juga relatif mudah, dengan jarak sekitar 50-

kilometer dari Bandara Internasional Lombok. Lokasi yang strategis ini menjadikan hotel sebagai pilihan akomodasi yang ideal bagi wisatawan bisnis maupun rekreasi.

Sheraton Senggigi Beach Resort merupakan bagian dari jaringan perhotelan internasional Marriott International yang dikenal memiliki standar pelayanan hospitality bertaraf global. Keberadaan hotel ini memberikan kontribusi penting terhadap perkembangan industri pariwisata di kawasan Senggigi, khususnya dalam penyediaan akomodasi, fasilitas rekreasi, serta layanan makanan dan minuman yang berkualitas.

Tabel .1 Aspek-aspek pelayanan *Food & Beverage (F&B) Service Department*

Aspek	Uraian
Kualitas Pelayanan	Pelayanan di departemen F&B Hotel Sheraton Senggigi Beach perlu mengutamakan kecepatan, ketepatan, dan keramahan pramusaji. Kualitas pelayanan yang baik mencakup *tangibles* (fasilitas dan kebersihan alat makan), *reliability* (keandalan pelayanan), *responsiveness* (kecepatan tanggap), assurance (jaminan keamanan dan kenyamanan), dan empathy (perhatian pada kebutuhan tamu). Pelayanan yang optimal meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan
Kualitas Makanan dan Harga	Makanan yang disajikan harus memenuhi standar rasa, penampilan, porsi, tekstur, aroma, dan tingkat kematangan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Harga makanan di Hotel Sheraton Senggigi Beach perlu disesuaikan agar sepadan dengan kualitas dan porsi yang diterima pelanggan, karena ketidaksesuaian harga dan kualitas dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Harga yang kompetitif dan kualitas makanan yang baik berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan.
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga yang ditawarkan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Kepuasan ini merupakan hasil dari pelayanan yang cepat, tanggap, ramah, serta kualitas makanan yang memenuhi ekspektasi.
Loyalitas Konsumen	Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan kualitas makanan di Hotel Sheraton Sengigi Beach akan menunjukkan loyalitas, yaitu kecenderungan untuk kembali dan menggunakan layanan yang sama. Loyalitas ini penting untuk mempertahankan stabilitas jumlah kunjungan dan meningkatkan reputasi hotel di tengah persaingan bisnis kuliner di Lombok.
Inovasi dan Perbaikan Layanan	Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, departemen F&B perlu melakukan inovasi layanan seperti mempercepat respon pramusaji, meningkatkan komunikasi internal, memperbaiki variasi menu, serta memperhatikan kebutuhan khusus pelanggan (menu untuk yang berpuasa). Perbaikan berkelanjutan juga meliputi pelatihan staf dan penerapan standar kebersihan yang ketat.
Kebersihan dan Kenyamanan	Kebersihan alat makan, ruang restoran, dan area pelayanan sangat berpengaruh pada persepsi kualitas pelayanan. Kenyamanan ruang makan, termasuk tata letak dan suasana, juga menjadi faktor penting yang mendukung pengalaman positif pelanggan. Kebersihan yang terjaga dan lingkungan yang nyaman meningkatkan rasa aman dan kepuasan tamu selama menikmati layanan.

Standar Operasional Prosedur Pelayanan di Restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach

Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan di Restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort meliputi beberapa tahapan penting yang bertujuan memberikan pelayanan

yang profesional dan memuaskan bagi tamu. Berikut SOP pelayanan restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach.

1. Persiapan

a) Persiapan diri pramusaji meliputi hadir tepat waktu, mengikuti standar *grooming* (penampilan), dan membawa perlengkapan kerja.
b) Persiapan peralatan dan area kerja mencakup menyiapkan perlengkapan makan, minum, perangkat elektronik, serta menjaga kebersihan area restoran.

2. Pelaksanaan Pelayanan

a) Menyambut tamu dengan salam sopan sesuai waktu.
b) Memandu dan mendudukkan tamu dengan cara menarik kursi bagi wanita terlebih dahulu.
c) Menyajikan hand towel basah sebagai simbol keramahan.
d) Menyerahkan menu makanan dan minuman, menjelaskan menu sesuai kebutuhan.
e) Menerima pesanan minuman dan makanan secara tertulis yang kemudian diserahkan ke bagian bar atau dapur.
f) Menyajikan minuman terlebih dahulu, kemudian makanan, dengan urutan hidangan disesuaikan (misalnya wanita dahulu).
g) Menjaga dan memperhatikan kebutuhan tamu selama makan, menanyakan kepuasan dan apakah ada tambahan pesanan.
h) Melakukan pembersihan meja ketika piring atau gelas sudah kosong secara berkala.
i) Menawarkan dan menyajikan hidangan penutup.
j) Membawakan dan memproses pembayaran tagihan tamu.
k) Melakukan salam perpisahan dengan ucapan terima kasih kepada tamu.

3. Penutupan Operasional

a) Melakukan proses closing shift kasir dan persiapan peralatan untuk operasional berikutnya.

Faktor-Faktor Penghambat Optimalisasi Pelayanan Restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis *guest comment*, diketahui bahwa optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort masih menghadapi beberapa kendala yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor penghambat utama berasal dari aspek sumber daya manusia dan manajemen operasional.

1) keterbatasan kemampuan komunikasi bahasa Inggris pada sebagian staf pelayanan menjadi hambatan dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan mancanegara. Ketika komunikasi tidak berlangsung secara efektif, maka potensi terjadinya kesalahpahaman akan semakin besar dan dapat menurunkan kualitas pengalaman pelanggan selama menikmati layanan restoran. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi bahasa asing menjadi kebutuhan penting dalam mendukung kualitas pelayanan di hotel berbintang internasional.

2) keterlambatan dalam melakukan pengisian ulang makanan pada area buffet

menunjukkan bahwa aspek responsiveness belum berjalan secara optimal. Dalam konsep kualitas pelayanan, kecepatan dan ketepatan pelayanan merupakan indikator penting yang menentukan kepuasan pelanggan. Ketersediaan makanan yang terjaga selama jam operasional restoran akan memberikan kenyamanan kepada pelanggan, sedangkan keterlambatan pengisian ulang dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, diperlukan sistem monitoring yang lebih efektif untuk memastikan seluruh kebutuhan operasional dapat terpenuhi secara tepat waktu.

3) lemahnya koordinasi antara staf pelayanan dan bagian dapur menunjukkan adanya permasalahan dalam manajemen operasional restoran. Koordinasi yang kurang efektif berpotensi menyebabkan keterlambatan penyajian makanan, ketidaksesuaian informasi menu, serta menurunkan efisiensi pelayanan secara keseluruhan. Dalam operasional restoran hotel, integrasi yang baik antara bagian *front of house dan back of house* menjadi faktor penting dalam menciptakan pelayanan yang cepat, akurat, dan berkualitas.

4) hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengawasan operasional belum berjalan secara maksimal. Kondisi ini terlihat dari kurang optimalnya pemantauan terhadap kebutuhan tamu, ketersediaan peralatan makan, serta kondisi makanan pada area buffet. Pengawasan yang lemah dapat menyebabkan berbagai permasalahan operasional tidak teridentifikasi secara cepat sehingga berdampak pada menurunnya kualitas pelayanan restoran.

Faktor-Faktor Pendorong Optimalisasi Pelayanan Restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mampu mendukung optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas pelayanan, pengelolaan manajemen, fasilitas pendukung, kompetensi sumber daya manusia, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak hotel.

1) Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, tepat, dan profesional mampu memberikan pengalaman positif kepada pelanggan selama menikmati layanan restoran. Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman emosional yang menyenangkan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan ini sejalan dengan konsep *service excellence* yang menekankan pentingnya kualitas interaksi antara staf dan pelanggan dalam menciptakan kepuasan konsumen.

2) Faktor berikutnya adalah pengelolaan manajemen yang terorganisasi dengan baik. Sistem kerja yang tertata memungkinkan seluruh aktivitas operasional restoran berjalan secara efektif dan efisien. Penggunaan teknologi informasi dalam mendukung operasional pelayanan juga berperan dalam mempercepat proses pelayanan serta meminimalkan kesalahan kerja. Manajemen yang baik akan menciptakan koordinasi yang efektif antarbagian sehingga kualitas pelayanan dapat dipertahankan secara konsisten.

3) Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai juga menjadi faktor pendukung penting. Fasilitas restoran yang nyaman, lingkungan yang bersih, peralatan yang lengkap, serta suasana restoran yang menarik mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan selama bersantap. Hasil observasi menunjukkan bahwa restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach

Resort memiliki keunggulan dari segi lingkungan fisik yang nyaman dengan dukungan pemandangan taman dan kolam renang yang menjadi nilai tambah bagi pengalaman pelanggan.

4) kompetensi sumber daya manusia menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan pelayanan restoran. Pelatihan yang berkelanjutan memungkinkan staf memiliki kemampuan pelayanan yang profesional, responsif, dan mampu menangani berbagai kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam industri jasa, kualitas sumber daya manusia merupakan aset utama yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort

Berdasarkan hasil wawancara pelanggan, observasi lapangan, dan analisis guest comment, tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort dipengaruhi oleh tiga aspek utama, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk makanan, dan harga makanan.

Dari aspek pelayanan, pelanggan secara umum menilai bahwa pramusaji telah menjalankan tugas sesuai prosedur pelayanan yang berlaku. Keramahan, kesopanan, dan profesionalisme staf menjadi faktor yang memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kelemahan terutama terkait kecepatan pelayanan dan perhatian individual kepada pelanggan, sebagaimana tercermin dalam beberapa guest comment yang menunjukkan adanya keluhan terhadap lambatnya respons staf dalam memenuhi kebutuhan tamu.

Dari aspek kualitas produk makanan, pelanggan memberikan penilaian yang relatif positif. Variasi menu yang beragam, cita rasa makanan yang baik, kebersihan produk, dan kualitas penyajian menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan salah satu kekuatan utama restoran Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort dalam menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan.

Sementara itu, dari aspek harga makanan, sebagian besar pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan masih sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diterima. Meskipun harga relatif tinggi, pelanggan menganggap bahwa kualitas makanan, suasana restoran, fasilitas yang tersedia, serta pelayanan yang diberikan mampu memberikan nilai yang sepadan. Dengan demikian, persepsi pelanggan terhadap value for money cenderung positif.

Namun demikian, hasil analisis *guest comment* menunjukkan bahwa apabila terjadi penurunan kualitas pelayanan atau kualitas makanan, maka persepsi pelanggan terhadap harga juga akan ikut menurun. Dengan kata lain, pelanggan akan merasa harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan manfaat yang diterima apabila kualitas pelayanan dan produk tidak memenuhi harapan mereka. Kondisi ini sesuai dengan konsep *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT), yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika kinerja layanan berada di bawah ekspektasi pelanggan.

Optimalisasi Pelayanan Restoran dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, optimalisasi pelayanan restoran Hotel

Sheraton Senggigi Beach Resort perlu difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan melalui dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy,* dan *service excellence.* Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) secara konsisten, peningkatan kompetensi staf melalui pelatihan, penguatan koordinasi antarbagian, peningkatan pengawasan operasional, serta evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan.

Selain itu, manajemen perlu mempertahankan kualitas makanan yang telah menjadi salah satu keunggulan restoran serta memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan dan pada akhirnya mampu mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan terhadap restoran maupun Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan optimalisasi pelayanan restoran tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan pramusaji, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk makanan, pengelolaan operasional, fasilitas pendukung, serta kemampuan manajemen dalam memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, seluruh komponen tersebut perlu dikelola secara terpadu untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang berkualitas dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Optimalisasi Pelayanan Restoran dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-Faktor Penghambat dan Pendorong Optimalisasi Pelayanan Restoran.

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menghambat optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort. Faktor-faktor tersebut meliputi keterbatasan kemampuan komunikasi bahasa Inggris pada sebagian staf pelayanan, keterlambatan pengisian ulang makanan pada area buffet, kurang optimalnya koordinasi antara staf restoran dan bagian dapur, lemahnya pengawasan operasional, belum konsistennya penerapan standar kebersihan, kurangnya sensitivitas terhadap kebutuhan khusus pelanggan, serta respons manajemen yang belum maksimal dalam menangani keluhan pelanggan.

2. Optimalisasi Pelayanan Restoran dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

   Optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Sheraton Senggigi Beach Resort dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Upaya yang perlu dilakukan meliputi pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) secara konsisten, peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan, penguatan koordinasi antarbagian, peningkatan pengawasan operasional, serta pemeliharaan kualitas produk makanan dan fasilitas restoran.

DAFTAR REFERENSI

[1] Abbas, Firdayanti. 2020. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home industry Moshimoshi Cake Samarinda. e-Journal Administrasi Bisnis 8, no. 3.

[2] Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi*. Edisi Pertama,

Jakarta. Rajagrafindo Persada.

[3] Ananda, I Wayan Aris Trisna Mega, Kadek Ayu Ekasani, and Firman Sinaga. 2023. *Kinerja Profesional Pelayanan Restoran Di Hotel Plataran Ubud*', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2.5 (2023), 1153–76 <https://doi.org/10.22334/paris.v2i5.418.

[4] Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. PT. Rineka Cipta Sula

[5] Freddy Rangkuti. 2015. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama

[6] Hanan, Mack & Karp, Peter (1991) *Customer Satisfaction*: How to Maximize, Measure and Market your company's Ultimate Product. New York: American Management Association

[7] Hanafi, Mhd Hirsan. 2024. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pada D ' Prima Hotel Kualanamu di Kabupaten Deli Serdang', 7.3 (2024), 176–85

[8] Hidayat, Surahman. 2017. Peranan Hotel Lombok Raya Terhadap Masyarakat Sekitar Dan Daya Dukungnya Terhadap Kebutuhan Sektor Pariwisata Di Pulau Lombok', VALID Jurnal Ilmiah, 14.2 (2017), 177–84 http://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/43

[9] Hotniar Siringoringo, Basu Swastha Dharmmesta, dan Toto Sugiharto, 2007, *Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja*.

[10] Kuntary Ibrahim, Isra dewi. 2017. Pengaruh Stres Kerja Terhadap Turnover Intentions Yang Dimediasi Oleh Burnout" (Studi Pada Karyawan Hotel Bintang 4 (Empat) Di Kota Mataram)', Jmm Unram - Master of Management Journal, 6.2 (2017), 1–16 https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.103

[11] Kotler, Philip, dan Garry Armstrong 2012. *Principles Of Marketing* edisi 14, Prentice-Hall Pearson, USA.

[12] Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Edition 3). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press, Jakarta.

[13] Schiffman, Mark, Philip E. Castle, Jose Jeronimo, Ana C. Rodriguez, and Sholom W