

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan dijabarkan pada BAB 4, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting dalam pelayanan Hotel Galeri Ciumbuleuit adalah aspek "Menu sarapan yang beragam" (35%). Selanjutnya diikuti oleh aspek "Menu sarapan yang enak" (30%), "Koneksi WiFi yang kuat" (19%), "Pelayanan yang memuaskan" (7%), "Kebersihan hotel yang terjaga" (4%), "Fasilitas hotel yang terawat" (3%), dan yang terakhir aspek "Interior hotel yang terawat" (3%).
2. Penilaian konsumen terhadap aspek pelayanan Hotel Galeri Ciumbuleuit rata-rata bernilai 4. Aspek "Menu sarapan yang beragam" mendapat nilai terendah yaitu sebesar 3 sedangkan aspek lainnya seperti "Interior hotel terawat", "Fasilitas hotel terjaga", "Kebersihan hotel terjaga", "Menu sarapan yang enak", "Koneksi WiFi yang kuat", dan "Pelayanan yang memuaskan" mendapatkan nilai 4.
3. Semua penilaian kinerja kriteria kebutuhan konsumen Hotel Galeri Ciumbuleuit lebih rendah dibandingkan gabungan hotel-hotel pesaing. Namun, jika dibandingkan dengan Hotel Harris Ciumbuleuit, penilaian kinerja Hotel Galeri Ciumbuleuit unggul pada kriteria "Menu sarapan yang beragam" yaitu sebesar 3.76 (Hotel Harris Ciumbuleuit sebesar 2.57). Sedangkan nilai kinerja enam kriteria lainnya masih lebih rendah daripada Hotel Harris Ciumbuleuit. Hal ini menunjukkan kinerja pelayanan Hotel Galeri Ciumbuleuit masih harus ditingkatkan agar dapat bersaing dengan hotel lainnya.
4. Prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh Hotel Galeri Ciumbuleuit berdasarkan urutan Tingkat Kepentingan Relatif dan Nilai Kepentingan Absolutnya adalah sebagai berikut:
 - Menyediakan jumlah karyawan sesuai dengan kebutuhan (14.63%)
 - Memastikan pelatihan karyawan dilakukan secara berkala (11.31%)
 - Mengevaluasi variasi menu secara berkala (10.70%)
 - Memperbaiki penganggaran biaya belanja restoran (10.70%)

- Melakukan peramalan permintaan yang lebih efektif (10.70%)
- Memastikan bahan makanan berkualitas (9.17%)
- Memastikan menu makanan dan minuman terstandardisasi (9.17%)
- Meningkatkan kekuatan koneksi WiFi (7.95%)
- Menyediakan sarana bagi konsumen untuk memberikan kritik dan saran yang lebih efektif (3.43%)
- Melakukan *food-testing* setiap menu baru (3.06%)

5.2. Saran

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan kepada Hotel Galeri Ciumbuleuit agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen adalah:

1. Sebaiknya Hotel Galeri Ciumbuleuit lebih mengutamakan perbaikan kualitas yang mengacu pada 10 tingkat kepentingan relatif tertinggi, yaitu:
 - Menyediakan jumlah karyawan sesuai dengan kebutuhan.
Untuk menyediakan jumlah karyawan yang sesuai dengan kebutuhan, perusahaan sebaiknya melakukan pemetaan terhadap SDM yang ada. Pemetaan SDM dilakukan agar perusahaan memperoleh data yang akurat mengenai kemampuan dan potensi yang ada pada setiap karyawan sehingga penggolongan karyawan dapat dilakukan dengan baik dan benar. Selain itu, sebaiknya perusahaan mengetahui pekerjaan apa yang dilakukan setiap departemen. Dengan begitu, perusahaan akan tahu jumlah karyawan yang dibutuhkan dalam perusahaan. Hal ini wajib dilakukan karena sejak awal tahun 2018, Hotel Galeri Ciumbuleuit memilih mengelola manajemen perusahaannya sendiri dan berpisah dari BIRD *Hotel & Residences* sehingga banyak tenaga kerja yang mengundurkan diri. Dengan menyediakan jumlah karyawan yang sesuai dengan kebutuhan, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
 - Memastikan pelatihan karyawan dilakukan secara berkala.
Dalam penelitian ini, pelatihan ditujukan kepada koki dan karyawan *housekeeper*. Pelatihan koki berupa pelatihan yang diberikan oleh kepala koki kepada para koki lainnya dalam memasak menu yang sudah direncanakan setiap bulannya. Pelatihan koki sebaiknya dilakukan setiap sebulan sekali setelah rencana variasi menu dibuat. Sedangkan pelatihan

untuk karyawan *housekeeper* baru, diberikan oleh *Assistant Housekeeper* berupa pelatihan kebersihan seperti membersihkan karpet, membersihkan kaca kamar mandi, membersihkan lantai lobi dengan alat khusus, dan pekerjaan-pekerjaan teknis lainnya. Hal dilakukan agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan memiliki kemampuan yang sama dalam memberikan pelayanan.

- Mengevaluasi variasi menu secara berkala.

Sebaiknya perusahaan memberikan keleluasaan koki dalam melakukan uji coba makanan atau minuman. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan ide dan kreatifitas para koki dalam membuat menu-menu baru yang unik dan enak. Sebaiknya perencanaan variasi menu dilakukan setiap bulan dan tidak dilakukan secara mendadak. Menu makanan dan minuman juga sebaiknya tidak pernah berulang dalam satu bulan. Jika ingin mengulang variasi menu, sebaiknya dilakukan minimal sebulan setelah menu tersebut diterapkan. Jadi, dalam satu bulan, tidak ada menu makanan yang sama setiap harinya. Dalam menyusun rencana variasi menu, sebaiknya perusahaan memerhatikan hal-hal berikut:

1. Memilih warna dan kombinasi hidangan yang menarik.
2. Memilih hidangan yang serasi.
3. Memilih hidangan dengan rasa dan aroma yang enak.
4. Memilih hidangan dengan bentuk dan potongan yang bervariasi.
5. Menyajikan hidangan sesuai dengan suhu yang diperlukan.
6. Menyajikan dengan penyajian yang menarik.

- Melakukan *food-testing* setiap menu baru.

Setelah membuat perencanaan variasi menu, para koki sebaiknya melakukan *food-testing* atau pengujian rasa makanan. Bukan hanya diuji oleh para koki, karyawan lain bisa diikutsertakan dalam pengujian rasa makanan dan minuman. Hal ini baik untuk menjaga standar kualitas rasa makanan dan minuman yang akan disajikan kepada konsumen.

- Memastikan menu makanan dan minuman terstandardisasi.

Sebaiknya standar dalam proses pembuatan makanan dan minuman dibuat secara tertulis menjadi *Standar Operational Procedure (SOP)*. Jadi, apabila ada koki yang mengundurkan diri dari pekerjaannya, koki yang baru tidak akan bingung dan kesulitan dalam melakukan proses pembuatan makanan

dan minuman. Hal ini baik agar tidak terjadi perbedaan rasa dan penyajian makanan dan minuman walaupun dibuat oleh koki yang berbeda.

- Memastikan bahan makanan berkualitas.
Sebaiknya perusahaan memiliki *database* pemasok bahan makanan yang dibutuhkan dan memilih beberapa pemasok. Hal ini dilakukan agar perusahaan memiliki cadangan pemasok jika sewaktu-waktu pemasok utama tidak dapat memberikan bahan makanan yang sesuai dengan standar perusahaan. Selain itu, sebaiknya perusahaan melakukan pengecekan setiap ada penerimaan bahan makanan dan memberi tanda tanggal penerimaan. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mengestimasi kadaluarsa bahan makanan yang tidak memiliki tanggal kadaluarsa seperti sayur dan buah.
- Memperbaiki penganggaran biaya belanja restoran.
Dalam menyusun anggaran biaya belanja, sebaiknya perusahaan memerhatikan hal-hal berikut:
 1. Perusahaan sebaiknya mengetahui seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu makanan dan minuman dengan standar resep yang telah dibuat mulai dari bahan makanan, pengolahan, hingga menjadi makanan dan minuman yang siap dihidangkan. Perhitungan ini dapat dilakukan oleh kepala koki setelah merencanakan variasi menu setiap bulannya.
 2. Perusahaan sebaiknya memiliki kontrak dengan pemasok yang dapat memberikan bahan makanan sesuai dengan standar harga dan kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- Melakukan peramalan permintaan yang lebih efektif.
Sebaiknya perusahaan menganalisa terlebih dahulu jumlah permintaan atau konsumen yang menginap pada masa lalu. Perusahaan dapat melihat kondisi permintaan pada bulan-bulan tertentu misalnya saat libur natal, tahun baru, Hari Raya Idul Fitri, atau kondisi khusus lainnya sebagai acuan.
- Meningkatkan kekuatan koneksi WiFi.
Sebaiknya perusahaan menambah *access point* agar semua konsumen dapat menikmati fasilitas WiFi dengan koneksi yang lebih kuat. Selain itu, sebaiknya menyediakan *voucher* WiFi untuk setiap konsumen dengan *username* dan *password* berbeda. Dengan begitu, WiFi hanya dapat digunakan oleh konsumen yang sedang menginap. Jumlah perangkat yang

bisa mengakses juga dibatasi agar kekuatan koneksi internet lebih cepat.

- Menyediakan sarana bagi konsumen untuk memberikan kritik dan saran yang lebih efektif.

Sebaiknya *quest comment* diubah kedalam bentuk digital dan diberikan kepada konsumen ketika hendak *check-out* di resepsionis. Hal ini dilakukan agar proses penilaian kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan lebih ringkas dan mudah bagi konsumen.

2. Setelah mengetahui karakteristik yang dianggap penting oleh konsumen serta penilaian terhadap kinerja pelayanan, sebaiknya perusahaan dapat lebih memerhatikan karakteristik-karakteristik penting tersebut. Perbaikan terhadap karakteristik tersebut tidak boleh berhenti pada penelitian ini, tapi juga dilakukan secara terus menerus.
3. Perusahaan juga sebaiknya menilai dimensi kualitas pelayanan yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti dimensi *assurance*, *emphaty*, dan *responsiveness*. *Assurance* mengacu pada pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. *Emphaty* mengacu pada kemudahan konsumen melakukan hubungan dan komunikasi dengan karyawan. Sedangkan *responsiveness* mengacu pada sikap tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Penilaian pada dimensi lainnya baik dilakukan karena keluhan konsumen pada penelitian ini sebatas pada dimensi *tangibles* dan *reliability*. Sedangkan di masa akan datang, tidak tertutup kemungkinan munculnya keluhan-keluhan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan lainnya.
4. Karena keterbatasan waktu, penelitian ini hanya melakukan *benchmarking* terhadap satu pesaing yaitu Hotel Harris Ciumbuleuit. Untuk itu, sebaiknya perusahaan juga melakukan *benchmarking* kepada hotel pesaing lainnya seperti Hotel Grand Djokro, Hotel Grandia, Hotel Mercure, dan hotel lainnya. Hal ini baik agar perusahaan dapat mengetahui kekurangan maupun kelebihan perusahaan dibandingkan para pesaing. *Benchmarking* juga bermanfaat dalam proses penetapan strategi perusahaan di masa datang.
5. Selain memberikan saran kepada Hotel Galeri Ciumbuleuit, penulis juga memiliki saran kepada perusahaan atau kepada pihak lain yang hendak melakukan penelitian sejenis untuk melakukan *benchmarking* terhadap hotel-hotel pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., V. Kumar, George S. Day, & Robert P. Leone. 2011. *Marketing Research 10th Edition*. Danvers: Wiley.
- Akao, Yoji. 1990. *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design*. Cambridge: Productivity Press.
- Bateman & Snell. 2011. *Management, Leading & Collaborating in a Competitive World 9th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. 2016. *Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung 2016*. <https://bandungkota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/119>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2017.
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Funtion Deployment: How to Make QFD Work for You*. USA: Addison-Wesley.
- Unmu, Diyan. 2011. *Kenapa Namanya Paris Van Java?*. <http://dreaming-of-impian.blogspot.co.id/2011/12/kenapa-namanyaparisvanjava.html>. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2017.
- Fitzsimmons, James A. & Mona J. Fitzsimmons. 2011. *Service Management 7th Edition*. New York: McGraw-Hill Eduation.
- Franceschini, Fioernzon. 2002. *Advanced Quality Function Deployment*. USA: CRC Press LLC.
- Frontier Consulting Group. 2017. *Kota Terbaik Untuk Kategori Pariwisata Tahun 2017*. http://www.indonesiaattractivenessaward.com/the_winner.html. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2017.
- Gay, L.R. & P.L. Diebl. 1992. *Research Methods For Business and Marketing Management*. New York: Mcmillan.
- Gronroos, Christian. 1990. *Service Management and Marketing*. Lexington: Lexington Books.
- Heizer, Jay & Barry Render. 2011. *Operation Management 10th Edition*. New Jersey: Pearson.

- Manurung, Rosida T. 2009. *Teknik Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Jendela Mas Pustaka.
- Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi. 1987. *Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KM.94/KH.103/MPPT-87 Tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel*. <https://tinyurl.com/ycm92uo4>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2017.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business 6th Edition*. United Kingdom: Wiley.
- Teknomo, Kardi. 2006. *Analytic Hierarchy Process (AHP) Tutorial*. Revoledu.com
- Thomas, L. Saaty. 2008. *Decisions Making with the Analytic Hoerarchy Process*. Pittsburg: Inderscience Enterprises Ltd.
- Parasuraman, A, Leonard L. Berry & Zeithamal, Valeri A. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Zeithamal, Valerie A., Mary J. Bitner & Dwayne D. Gremler. 2013. *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill.