

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pariwisata di Indonesia merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dan ditingkatkan, hal ini bisa kita lihat dengan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang dikembangkan oleh pihak swasta dan pemerintah. Sejalan dengan tujuan pemerintah, pariwisata diharapkan dapat menghasilkan sumber devisa negara dan dapat pula memberikan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Industri yang saat ini disebut-sebut sebagai faktor penggerak perekonomian terbesar di dunia adalah industri telekomunikasi, industri teknologi informasi, dan industri pariwisata.

Pariwisata sebagai salah satu sektor bisnis *hospitality industry* merupakan suatu bisnis besar dalam penyediaan barang dan jasa untuk wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran suatu bisnis besar dalam penyediaan barang dan jasa untuk wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh wisatawan dalam perjalanannya. Begitu juga dengan perkembangan pariwisata di Indonesia, Pusat data dan jaringan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Depbudpar) mengemukakan sektor pariwisata menyumbang devisa negara sebanyak 3,6 miliar dolar Amerika selama periode Januari sampai Oktober 2008. Indonesia melalui Departemen Budaya dan Pariwisata menargetkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun ke tahun, dengan rincian tahun 2008 ditargetkan menjadi 6,433 juta atau meningkat 20% dari tahun 2007. Tahun

2009 ditargetkan naik kembali, dan pada 2010 diharapkan mencapai angka 10 juta wisatawan mancanegara.

Potensi pariwisata adalah aset dalam membangun kembali citra Indonesia dari keterpurukan. Selain itu, bidang ini sangat penting untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal tersebut dikarenakan wisata terkait langsung dengan perdagangan dan investasi. Banyak fakta menunjukkan bahwa sebuah negara dapat tumbuh dan berkembang menjadi negara maju hanya dengan mengandalkan sektor pariwisata.

Berikut ini tingkat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Tahun 2008 :

TABEL 1.1
TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN KE INDONESIA
TAHUN 2008

BULAN	TINGKAT KUNJUNGAN
Januari	Meningkat 11,6 %
Juni	Meningkat 6,22 %
Desember	6,5 juta

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) dan *SWA Magazine*, 2008

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dikatakan bahwa jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia pada awal tahun 2008 meningkat 11,66% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), secara kumulatif jumlah wisman selama semester I mencapai 2,9 juta orang. Sementara itu, jumlah wisman yang datang pada Juni 2008 meningkat 6,22%, dari 498,1 ribu menjadi 529,1 ribu orang. Pencapaian Visit Indonesia Year 2008 mengalami peningkatan di tengah kompetisi industri pariwisata di berbagai belahan dunia dan permasalahan ekonomi secara global, Indonesia dikunjungi 6,5 juta

wisman dan memperoleh devisa sebesar 6,2 juta dolar AS. Prestasi VIY 2008 meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya (*SWA Magazine* edisi Desember 2008).

Indonesia sendiri mendapatkan pemasukan devisa sebesar 7.650 juta USD per tahun yang berasal dari pariwisata dengan rata-rata pengeluaran wisman sebesar 856 milyar US \$ ditahun 2008 oleh karena itu tahun ini Indonesia menargetkan 7 juta kunjungan wisman, dengan sasaran terbesar turis asal negara-negara Asia Tenggara (Dinas Pariwisata dan Budaya). Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia.

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE INDONESIA
PERIODE 2007-2008

Pintu Masuk	November 2008 (orang)	Desember 2008 (orang)	Jan-Des 2007 (orang)	Jan-Des 2008 (orang)	Perubahan Des thd Nov 2008 (%)	Perubahan Jan-Des 2008 thd 2007 (%)	Peran thd Total Jan-Des 2008 (%)
1	2	3	4	5	6	7	8
Total Pintu Masuk	524 162	610 452	5 505 759	6 234 497	16,46	13,24	100,00
1. Soekarno-Hatta	117 008	150 209	1 153 006	1 464 717	28,37	27,03	23,49
2. Ngurah Rai	172 813	176 901	1 741 935	2 081 786	2,37	19,51	33,39
3. Polonia	11 134	16 512	116 614	130 211	48,30	11,66	2,09
4. Batam	90 102	112 794	1 077 306	1 061 390	25,18	-1,48	17,02
5. Sam Ratulangu	2 032	2 308	19 274	21 795	13,58	13,08	0,35
6. Juanda	13 858	15 727	140 438	156 726	13,49	11,60	2,51
7. Entikong	1 672	2 744	18 220	19 989	64,11	9,71	0,32
8. Adi Sumarmo	1 194	1 458	18 628	19 022	22,11	2,12	0,31
9. Minangkabau	3 320	7 766	26 974	40 911	133,92	51,67	0,66
10. Tanjung Priok	6 098	5 331	68 735	67 886	-12,58	-1,24	1,09
11. Tanjung Pinang	9 272	13 045	119 574	123 505	40,69	3,29	1,98
Jumlah Pintu	428 503	504 795	4 500 704	5 187	17,80	15,27	-

Pintu Masuk	November 2008 (orang)	Desember 2008 (orang)	Jan-Des 2007 (orang)	Jan-Des 2008 (orang)	Perubahan Des thd Nov 2008 (%)	Perubahan Jan-Des 2008 thd 2007 (%)	Peran thd Total Jan-Des 2008 (%)
1	2	3	4	5	6	7	8
				938			
12. Lainnya	95 659	105 657	1 005 055	1 046 559	10,45	4,13	16,79

Sumber : Badan Pusat Statistik 2009

Jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia pada Desember 2008 mencapai 610.452 orang, mengalami kenaikan sebesar 17,69% dibanding bulan yang sama tahun sebelumnya. Begitu juga jika dibanding November 2008, jumlah wisman Desember 2008 mengalami kenaikan 16,46%, yaitu dari 524.162 orang menjadi 610.452 orang. Jumlah wisman yang datang melalui 11 pintu masuk utama pada Desember 2008 mengalami kenaikan 18,27% dibanding Desember 2007 yaitu dari 426.830 orang menjadi 504.795 orang. Jika dibanding November 2008 jumlah wisman juga mengalami kenaikan sebesar 17,80%. Demikian pula jumlah wisman yang datang melalui pintu masuk Ngurah Rai pada Desember 2008 mengalami kenaikan jika dibanding bulan yang sama tahun 2007, yaitu dari 154.247 orang menjadi 176.901 orang atau naik 14,69%. Dibanding November 2008, jumlah wisman ke Bali pada Desember 2008 juga naik 2,37%.

Indonesia melakukan promosi dengan membuka pusat-pusat informasi wisata di sejumlah negara, antara lain di Jerman, Jepang, Australia, dan India. Dalam waktu dekat akan dibuka lagi di Singapura dan Kuala Lumpur. Direktorat Promosi Luar Negeri Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia menyelenggarakan *World Trade Market* (WTM) sebagai salah satu ajang promosi pariwisata Indonesia di tingkat internasional. Indonesia sebenarnya masih memiliki banyak keunikan dan ragam budaya yang layak dijadikan sebagai tujuan wisata.

Fakta menunjukkan bahwa sebuah negara dapat tumbuh dan berkembang menjadi negara maju dengan mengandalkan salah satu sektor pariwisata. Kota-kota besar banyak yang menggantungkan diri pada turis. Tantangan itulah seharusnya menjadi motivasi bagi Indonesia untuk menciptakan objek-objek wisata di dalam negeri.

Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata yang terdapat di berbagai provinsi. Salah satu potensi pariwisata terbesar di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat. Jawa Barat dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang banyak dan beraneka ragam jenis, beberapa diantaranya memiliki kualitas dan daya tarik yang tinggi yang telah diandalkan sebagai sektor yang potensial yang dapat menarik kunjungan wisatawan ke Jawa Barat. Daya tarik wisata di Jawa Barat meliputi : alam, gunung, dan kawah, gua, pantai, sungai dan danau, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata konvensional, museum, wisata belanja, wisata kuliner, wisata ilmu pengetahuan dan teknologi, yang kesemuanya itu dapat dijadikan sebagai industri pariwisata untuk mendukung bagi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Oleh karena itu pemerintah Jawa Barat menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor yang termasuk dalam Bisnis utama Jawa Barat. Berikut ini adalah tabel Data Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2008.

TABEL 1.3
DATA PENDAPATAN ASLI DAERAH DI PROVINSI JAWA BARAT
TAHUN 2009

NO	KABUPATEN/ KOTA	PAJAK			TOTAL PAD
		HOTEL	RESTORAN	HIBURAN	
1	Kabupaten Bogor	9,532,462,234.00	8,566,743,999.00	3,208,384,346.00	21,498,851,579.00
2	Kabupaten Bandung	2,151,078,217.00	7,413,263,651.00	3,183,694,016.00	12,748,035,884.00

3	Kota Bogor	2,509,971,389.00	8,887,366,360.00	1,013,620,446.00	12,511,923,695.00
4	Kota Bandung	44,521,528,069.00	35,957,305,882.00	11,477,229,807.00	93,642,333,758.00
5	Kota Cirebon	1,708,109,583.00	2,080,966,615.00	766,711,614.00	11,306,245,351.00

Sumber : Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat 2009

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Kabupaten Bandung menghasilkan pendapatan cukup tinggi yang diperoleh dari berbagai bentuk akomodasi seperti pajak hotel, restoran/rumah makan, dan hiburan. Dari data di atas pun dapat terlihat bahwa pendapatan tertinggi diperoleh dari akomodasi restoran. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi cukup baik dalam menghasilkan PAD adalah pada Kabupaten Bandung Barat, dimana semua akomodasi mulai dari hotel, restoran/rumah makan, dan hiburan dapat menunjang dengan baik. Berikut adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung Barat.

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN BANDUNG
TAHUN 2008

I	1. Jumlah Wisatawan	3.854.743 orang
	a. Wisman	79.613 orang
	b. Wisnus	3.775.130 orang
	2. Jumlah tamu menginap (perhitungan occupancy hotel)	675.125 orang
	a. Wisman	45.906 orang
	b. Wisnus	625.219 orang
	3. Jumlah tamu yang tidak menginap	3.336.756 orang

Sumber: Dinas Kabupaten Bandung, 2009.

Wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2008 adalah 3.854.743 wisatawan. Dengan rincian wisman yang datang sebanyak 79.613 orang dan wisnus sebanyak 3.775.130 orang. Data di atas menunjukkan bahwa

banyak sekali wisatawan yang datang dan menginap di hotel yang ada di kawasan Kabupaten Bandung Barat tersebut, tetapi dapat dilihat juga masih banyaknya wisatawan yang hanya datang dan tidak menginap hal ini dikarenakan jumlah kamar penginapan atau hotel di Kabupaten Bandung Barat masih kurang.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Kabupaten Bandung Barat merupakan kota wisata. Kabupaten Bandung Barat sendiri banyak memiliki keanekaragaman dan daya tarik wisata mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata belanja, wisata kuliner, bahkan sampai dengan wisata rohani yang semuanya itu merupakan sumber penghasilan bagi Kabupaten Bandung Barat. Banyak kontribusi dari sektor pariwisata yang diberikan kepada Kabupaten Bandung Barat, salah satunya melalui akomodasi. Lebih jelasnya dapat terlihat pada Tabel berikut ini yang merupakan Tabel Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD Kabupaten Bandung Barat melalui jenis-jenis akomodasi Tahun 2005-2008.

TABEL 1.5
KONTRIBUSI SEKTOR PARIWISATA
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT
TAHUN 2007-2008

Tahun	Hotel	Restoran	Usaha Pariwisata	Jumlah
2007	40.221.520.169	25.857.315.654	1.452.150.000	67.530.985.823
2008	48.256.375.154	35.482.655.245	1.520.143.000	85.259.173.399

Sumber : Dinas Kabupaten Bandung Barat, 2008.

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dikatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bandung Barat melalui sektor kepariwisataan dengan berbagai multiplier efeknya memberikan kontribusi sekitar 25% dari total APBD Kabupaten Bandung Barat per tahun. Tingkat perkembangan pariwisata yang dapat dilihat dari besaran jumlah kunjungan wisatawan, kontribusi sektor pariwisata terhadap

perekonomian dan pendapatan daerah, memperlihatkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan bagi pembangunan Kabupaten Bandung Barat.

Perkembangan sektor pariwisata dari tahun ke tahun yang menghasilkan pendapatan terbesar di Kabupaten Bandung Barat adalah jenis akomodasi hotel dan industri restoran. Salah satu komponen industri pariwisata ini memiliki peranan yang besar di Indonesia khususnya di Kabupaten Bandung Barat. Pariwisata sebagai sektor andalan seringkali dipandang sebagai industri yang bermula dari industri perhotelan, perjalanan dan restoran.

Hotel merupakan salah satu sarana penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan orang yang bepergian lebih dari sehari. Pengertian hotel itu sendiri menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) 2008 "hotel adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus untuk setiap orang yang menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Ciri khusus dari hotel adalah mempunyai restoran yang dikelola secara langsung dibawah manajemen hotel tersebut.

Restoran menjadi suatu aspek penting di dalam memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini dikarenakan restoran memegang peranan penting untuk meningkatkan jumlah pendapatan bagi hotel itu sendiri selain dari penjualan jasa penginapan yang ditawarkan. Industri restoran itu sendiri menjadi sebuah daya saing yang cukup besar baik bagi restoran yang berada di dalam hotel ataupun restoran yang berdiri sendiri dengan tidak berada di bawah manajemen sebuah hotel.

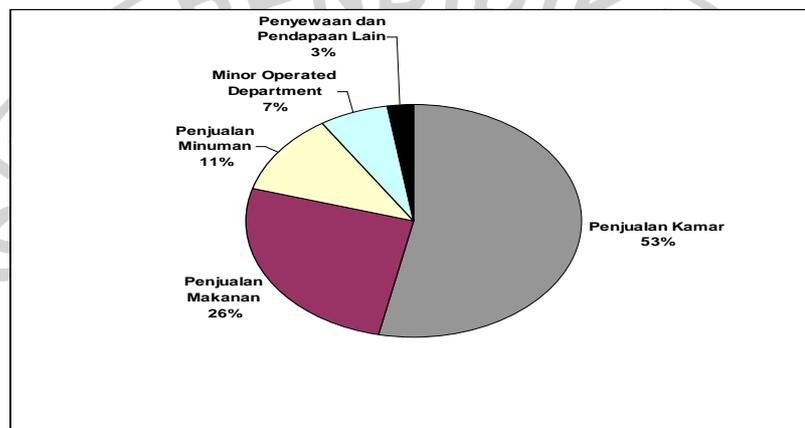
Fakta menunjukkan bahwa konsumen atau tamu yang berkunjung ke sebuah hotel mereka tidak hanya datang untuk menginap tetapi juga ingin menikmati sebuah sajian makanan dan minuman yang disediakan oleh restoran yang berada di dalam hotel tersebut, sehingga restoran menjadi bagian penting untuk meningkatkan jumlah pendapatan bagi hotel. Dengan banyaknya hotel-hotel yang berdiri terutama di kawasan Lembang Bandung tentunya semakin banyak pula persaingan yang terjadi, hotel-hotel tersebut tidak hanya menawarkan jasa penginapan tetapi juga menawarkan makanan dan minuman yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Restoran-restoran yang berada di dalam hotel ini menjadi sebuah daya saing yang cukup besar satu sama lain karena dengan semakin menariknya produk serta jasa pelayanan yang ditawarkan maka daya tarik pengunjung akan semakin banyak pula. Produk makanan dan minuman yang menarik seperti makanan dan minuman tradisional yang ditawarkan serta kombinasi antara makanan barat dan timur yang divariasikan sehingga dapat menjadikan daya tarik bagi restoran itu sendiri.

Daya saing diantara restoran yang berada di dalam hotel tentunya daya saing yang paling besar adalah banyaknya restoran atau rumah makan yang berdiri sendiri tidak di bawah manajemen sebuah hotel. Hal tersebut menjadi satu faktor dimana peningkatan jumlah pendapatan kurang begitu signifikan bagi restoran yang berada di dalam hotel tersebut.

Puteri Gunung Hotel sebagai salah satu hotel berbintang di Lembang Bandung melihat hal ini sebagai suatu keuntungan yang baik untuk meningkatkan jumlah pendapatan tidak hanya terdapat pada *Room Department* saja, tetapi dari produk *Food & Beverage Department* yang bisa menjadi salah satu produk unggulan

bagi Puteri Gunung Hotel. Dengan memberikan suatu produk yang unggul dan memiliki variasi sehingga konsumen mendapatkan suatu nilai lebih dengan adanya produk lain selain kamar tetapi juga dengan produk makanan dan minuman yang dapat memberikan kepuasan lain bagi konsumen. Berikut data kontribusi pendapatan hotel :

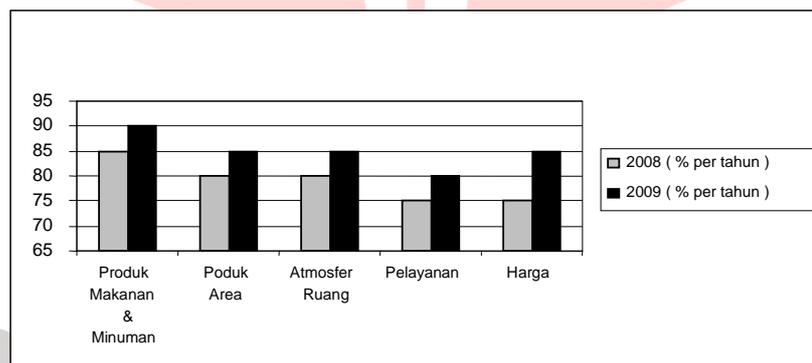


Sumber : Sales and Marketing Department Puteri Gunung Hotel 2009

GAMBAR 1.1
PRESENTASE KONTRIBUSI PENDAPATAN PUTERI GUNUNG HOTEL

Berdasarkan data di atas produk inti dari kontribusi pendapatan hotel adalah dari penjualan kamar sebesar 62% di mana penjualan kamar ini menjadi sebuah prioritas utama dalam kontribusi pendapatan, tetapi selain daripada itu kontribusi pendapatan hotel juga tidak lepas dari adanya penjualan makanan dan minuman sebesar 37% dan menjadi kontribusi pendapatan kedua setelah penjualan kamar. Hal ini membuktikan bahwa peran dari penjualan makanan dan minuman sangat penting sekali, pendapatan lain juga yang menjadi tambahan dalam kontribusi pendapatan hotel adalah *minor operated department* dan penyewaan lain sebesar 10%.

Salah satu produk yang bisa menjadi andalan dari *Food & Beverage Department* ini adalah Tangkuban Parahu *Brasserie Restaurant*, restoran ini menjadi salah satu kontribusi pendapatan lewat penjualan makanan dan minuman, selain untuk meningkatkan jumlah pendapatan tentunya restoran ini bertujuan untuk menciptakan sebuah kepuasan bagi para tamu yang berkunjung ke hotel. Dalam pencapaian kepuasan bagi para tamu yang berkunjung terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi bagi restoran tersebut diantaranya produk, harga, tempat, dan promosi yang baik selain daripada itu faktor lain yang berpengaruh antara lain dari segi orang, proses, dan juga sarana fisik yang menunjang. Berikut presentase tingkat kepuasan tamu



Sumber : *Food & Beverage Department* Puteri Gunung Hotel 2009.

GAMBAR 1.2
PRESENTASE KEPUASAN TAMU RESTORAN
TANGKUBAN PARAHU BRASSERIE

Berdasarkan data kepuasan di atas secara keseluruhan mengalami peningkatan yang cukup baik hal ini karena adanya perbaikan-perbaikan yang dilakukan dari tahun ke tahunnya, semua indikator di atas merupakan satu kesatuan dalam pembentukan kepuasan tamu secara menyeluruh. Salah satu indikator yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pelayanan, pelayanan yang terdiri dari

berbagai aspek baik secara langsung ataupun tidak langsung dapat memberikan suatu dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen.

Lemahnya tingkat kepuasan terhadap konsumen menjadikan suatu perhatian penting bagi proses kemajuan restoran itu sendiri, secara keseluruhan bahwa tingkat kepuasan konsumen sudah cukup baik akan tetapi berdasarkan kinerja yang dirasakan belum cukup untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang berkunjung karena dalam hal ini kinerja yang dirasakan memberikan dampak yang sangat besar terhadap konsumen. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen ada beberapa strategi yang dilakukan agar tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi.

TABEL 1.6
STRATEGI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
RESTORAN TANGKUBAN PARAHU *BRASSERIE*.

No	STRATEGI YANG DILAKUKAN
1	Membina hubungan yang baik dengan <i>customer</i> .
2	Cepat tanggap dalam menjawab permintaan <i>customer</i> .
3	<i>Superior customer service</i> , menawarkan layanan lebih baik dibandingkan pesaing.
4	Sistem penanganan komplain secara efektif terhadap konsumen.
5	Strategi pemulihan layanan atau kemampuan untuk menangani setiap masalah serta melakukan perbaikan demi penyempurnaan layanan.

Sumber: *Food & Beverage Department* 2009

Strategi-strategi yang dilakukan berdasarkan Tabel 1.6 bahwa upaya meningkatkan kepuasan konsumen menjadi suatu perhatian yang lebih, hal ini disebabkan karena konsumen selalu lebih selektif dalam memilih suatu produk dan

jasa yang mereka inginkan sehingga perusahaan dalam hal ini restoran harus mampu memberikan suatu yang berbeda dan menarik dari produk yang dihasilkannya serta pelayanan yang baik dari jasa yang di berikannya. Pelayanan secara keseluruhan dalam hal ini mengacu kepada suatu bukti jasa yang dirasakan langsung oleh konsumen dan penyampaian bukti jasa tersebut dirasakan kurang begitu baik sehingga konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap apa yang mereka rasakan.

Penyampaian bukti jasa yang dirasakan oleh konsumen secara langsung mencakup beberapa aspek, menurut Chetan G. Chaudari dan Nilesh Gokhale (2009:60), bukti jasa terdiri dari 3P yaitu *people* atau orang yang terlibat dalam penyampaian bukti jasa tersebut, proses penyampaian jasa, serta penanganan sarana fisik atau *physical evidence* yang menunjang bagi restoran itu sendiri yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berikut implementasi bukti jasa 3P (*People, Process, Physical Evidance*) yang mempengaruhi lemahnya tingkat kepuasan terhadap konsumen.

TABEL 1.7
IMPLEMENTASI BUKTI JASA 3P TANGKUBAN
PARAHU BRASSERIE RESTAURANT

Implementasi Bukti Jasa 3P	
People dan process	
1. <i>Waiter/waitress</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Greeting/</i> Mengucapkan salam kepada tamu. • <i>Escorting the Guest</i>, membantu tamu untuk duduk dengan menarik kursi ke belakang dengan catatan perempuan terlebih dahulu. • <i>Give the Menu</i>, memberikan daftar menu kepada tamu.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Taking the Order</i>, berdiri disebelah kiri tamu dan menawarkan makanan dan minuman yang kita punya (<i>Up Selling</i>) dan

	<p>mencatat pesanan tamu dengan teliti dan benar tidak lupa di tulis tanggal, <i>section, no person, table, server, and time order</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Repeat the Order</i>, mengulang kembali pesan tamu secara teliti dan benar. • <i>Give Guest Order to the Kichen</i> • Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan sesuai dengan pesanan dan tidak lupa <i>Standard Set Up</i> selalu dijalankan. • <i>Give the Guest Order (Baverage & Food)</i>, pertama yang diberikan pesanan tamu adalah minuman kemudian dilanjutkan dengan makanan mulai dari <i>Apatiser</i> (makanan pembuka), <i>Soup</i>, <i>Mencorse</i> (hidangan utama), dan <i>Dessert</i> (makanan penutup). • <i>Clear Up</i>, membereskan barang-barang kotor dengan mengucapkan permisi terlebih dahulu setelah tamu selesai makan. • <i>Give the Bill</i>, memberikan <i>Bill</i> kepada tamu, untuk tamu yang membayar bill diberikan kepada kasier, dan apabila tamu tersebut dari kamar ditanda tangani dan nomor kamar setelah semua selesai tidak lupa mengucapkan terima kasih. • <i>Crambing dan Cleaning</i>, setelah tamu pergi melakukan crambing dan cleaning table cloth yang kotor dan diganti dengan yang baru dan set up meja, kembali di standardkan lagi.
2. Kasir	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan dan mengisi format <i>Bill</i> sesuai dengan pesanan. • Menghitung jumlah pendapatan dari penjualan makanan dan kamar. • Memberikan kembalian sesuai dengan jumlah yang tertera dalam <i>Bill</i>.
Physical Evidance	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga kebersihan peralatan di dalam restoran. • Memberikan pengaturan tata letak <i>display</i> atau <i>lay out</i> dengan baik dan rapi. • Rasa kepemilikan yang tinggi terhadap segala peralatan yang dimiliki.

	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan fasilitas lebih di dalam restoran seperti <i>live music</i>.
--	---

Sumber : *Food & Beverage Department 2009*

Berdasarkan implementasi bukti jasa di atas yang dilakukan oleh karyawan dalam hal ini *waiter/waitress* belum secara maksimal dapat memberikan suatu kepuasan bagi tamu yang berkunjung, hal ini dikarenakan masih adanya kelemahan terhadap jasa yang diberikan sehingga untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi terhadap konsumen masih mengalami kendala antara lain dari implementasi di atas seperti membantu tamu untuk duduk dan menarik kursi kebelakang, *taking order* dengan *up sellingnya*, dan tata letak *display* atau *layout* yang kurang rapi. Dengan adanya kendala tersebut maka penyampaian bukti jasa secara keseluruhan harus dilakukan dengan baik karena hal ini mengakibatkan tingkat kepuasan konsumen menjadi menurun, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2006;197) bahwa kepuasan para konsumen (S) merupakan fungsi dari kedekatan antara harapan para konsumen (E) dengan prestasi bukti jasa yang dirasakan oleh para konsumen (P), seperti diformulasikan sebagai berikut : $S = f (E, P)$.

. Lovelock (2008;92) mengemukakan bahwa “ *Customer satisfaction is a short term emotional reaction to a specific service performance*”. Kepuasan konsumen merupakan luapan emosi jangka pendek dari konsumen dalam merespon kinerja jasa yang diberikan oleh penyedia jasa secara spesifik. Secara spesifik di sini dapat digaris bawahi, yaitu kinerja bukti jasa yang dilakukan, sehingga semakin sesuai kinerja bukti jasa 3P (*People, Process, Physical Evidance*) dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasakan kepuasan atas jasa yang diberikan.

Lovelock dan Wright (2008;31) mengelompokan jasa perhotelan termasuk restoran dan bar merupakan proses jasa yang berbasis orang (*people processing*) dan ditunjang oleh prasarana fisik (*physical evidence*), serta proses pelayanan (*service process*). Melalui perumusan bukti jasa 3P (*People, Process, Physical Evidence*) yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan para konsumen maka diharapkan akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen tersebut di masa yang akan datang. Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu diadakan suatu penelitian tentang “ **PENYAMPAIAN BUKTI JASA RESTORAN TANGKUBAN PARAHU *BRASSERIE* PUTERI GUNUNG HOTEL LEMBANG BANDUNG DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penyampaian bukti jasa yang ditawarkan di Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung.
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung.
3. Seberapa besar penyampaian bukti jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen di Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Pelaksanaan penyampaian bukti jasa Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung yang terdiri dari petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan di Restoran.
2. Tingkat kepuasan konsumen di Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung.
3. Pengaruh penyampaian bukti jasa Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung yang terdiri dari petugas pelayanan, prasarana fisik, dan proses pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para pengusaha di sektor pariwisata dengan bentuk usaha jasa penginapan atau restoran khususnya Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung dalam upaya meningkatkan kepuasan terhadap konsumen serta agar usaha restoran dapat lebih berkembang, sehingga dapat menjadi bahan informasi dalam upaya peningkatan jumlah pendapatan.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata pada bauran pemasaran jasa. Khususnya penyampaian bukti jasa yang terdiri dari *people*, *physical evidence*, dan *process* terhadap kepuasan konsumen di Restoran Tangkuban Parahu *Brasserie* Puteri Gunung Hotel Lembang Bandung, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

