

**PENERAPAN TEKNIK UP-SELLING FOOD AND BEVERAGES
PRAMUSAJI TICKET'S CAFÉ DI HOTEL HORIZON ULTIMA MAKASSAR**

TUGAS AKHIR

Laporan tugas akhir ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
kelulusan Diploma III Politeknik Bosowa



Diusulkan Oleh:

NUR ZULFIANA (013 05 015)

PROGRAM STUDI PERHOTELAN

POLITEKNIK BOSOWA

MAKASSAR

2016

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN TEKNIK UP-SELLING FOOD AND BEVERAGES PRAMUSAJI TICKET'S CAFÉ DI HOTEL HORISON ULTIMA MAKASSAR

Oleh:

NUR ZULFIANA (013 05 015)

Laporan akhir ini telah disetujui dan disahkan sebagai salah satu syarat kelulusan
Program Diploma III Politeknik Bosowa

Menyetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Riska Veronika S.ST

Anggun Sari Sasmita S.ST Par

Mengetahui,

Ka. Prodi Perhotelan

Direktur

Dewi Andriani, S.ST.Par

Alang Sunding, M.T

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Zulfiana

NIM : 013 05 015

Dengan Judul :Penerapan Teknik Up-selling Food and Beverages Pramusaji
Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya kami sendiri dan bukan merupakan plagiat, Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan bila ternyata dikemudian hari ditemukan pelanggaran kami bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Makassar, Juli 2016

Nur Zulfiana
NIM. 013 05 015

ABSTRAK

Nur Zulfiana, Penerapan Teknik Up-selling Food and Beverages Pramusaji Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar (di bimbing oleh Riska Veronika S.ST dan Anggun Sari Sasmita S.ST.Par).

Salah satu fasilitas penunjang hotel adalah restoran. Pramusaji merupakan aspek terpenting dalam restoran. Pramusaji tidak hanya bekerja sekedar melayani atau menunggu tamu. Tetapi mereka adalah juga *salesperson* atau orang-orang yang menjual. Salah satu cara menjual makanan dan minuman di restoran dikenal dengan istilah *up-selling* atau menjual lebih. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah pramusaji di Ticket's Café sudah menerapkan *up-selling* dan untuk mengetahui bagaimana teknik *up-selling* food and beverages pada Ticket's café di Hotel Horison Ultima Makassar. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara, yang menjadi sampel dan populasi dalam penelitian ini adalah atasan dan pramusaji di Ticket's Café. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif deskriptif menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pramusaji di Ticket's Café dari pihak management sudah menerapkan *up-selling*. Tetapi untuk keseluruhan pramusaji belum maksimal, karena ada faktor internal. Faktor internal tersebut adalah kurangnya karyawan yang ada di Ticket's Café dan kemampuan dari masing-masing pramusaji yang berbeda-beda dalam menerapkan *up-selling*. Untuk mengatasi hal tersebut harus didukung oleh bagaimana atasan tersebut memberikan arahan kepada bawahannya atau pramusaji di Ticket's Café tersebut dengan melakukan pelatihan secara khusus oleh pramusaji. Cara teknik *up-selling* di Ticket's Café adalah dengan menawarkan produk yang lebih mahal, menawarkan menu ekstra atau menu tambahan, membuat saran yang berguna, menunjukkan antusiasme kepada tamu, selalu menawarkan promo dan melakukan pendekatan dengan tamu.

Kata Kunci: Restoran, Pramusaji, *Up-selling*

ABSTRACT

Nur Zulfiana, Application Techniques Up-selling Food and Beverages Waiter Ticket's Café in Hotel Horison Ultima Makassar (Supervised by Riska Veronika S.ST and Anggun Sari Sasmita S.ST.Par).

One of the supporting facilities, the hotel is the restaurant. The waiter is a crucial aspect in the restaurant. The waiter not only works just serve and wait for the guests. But they are also the salesperson or the people who sell. One way to sell food and drinks at the restaurant known as up-sell. Research carried out aims to determine whether the waitress at the Ticket's Café has been implementing up-selling and to find out how the technique up-selling food and beverages at the Ticket's café at Hotel Horison Ultima Makassar. Data collection techniques using observation and interviews, the sample and the population in this study is an supervised and waitress at the Ticket's Café. Data analysis technique used is the qualitative descriptive using data reduction, data presentation and conclusion. The results showed that the waitress at the Café of the Ticket's management has been implementing up-selling. But for the entire waitress is not maximized, because there are internal factors. The internal factor is the lack of employees in Ticket's Café and back on the ability of each of the waitresses in implementing up-selling. To overcome these It must be supported by the supervised how to give direction to subordinates or waitress in Ticket's Café by conducting special training by the waitresses. How up-selling techniques in Ticket's Café is to offer products that are more expensive, offers a menu extra or additional menu, make useful suggestions, show enthusiasm to guests, always offering promos and engaging with the guests.

Keywords: Restaurant, Waiter, Up-selling

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-NYA sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul **“Penerapan Teknik Up-selling Food and Beverages Pramusaji Ticket’s Café di Hotel Horison Ultima Makassar”**.

Penyusunan proposal tugas akhir ini adalah memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Politeknik Bosowa Jurusan Perhotelan. Penyusunan laporan proposal tugas akhir ini dapat terlaksana dengan baik berkat dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Perusahaan Bosowa yang telah memberikan beasiswa penuh selama masa pendidikan 3 tahun di Politeknik Bosowa.
2. Melinda Aksa, selaku ketua Yayasan Aksa Mahmud.
3. Titim Wibawayati, S.Sos, selaku HR & GA Yayasan Aksa Mahmud.
4. Jaja Jamaludin, M.Pd, selaku Badan Pembantu Harian Politeknik Bosowa.
5. Alang Sunding, M.T, selaku Direktur Politeknik Bosowa.
6. Iksan Rauf, S.Kom, selaku Wakil Direktur I Politeknik Bosowa.
7. Isminarti, M.T, selaku Wakil Direktur II Politeknik Bosowa.
8. Dewi Andriani, S.ST.Par, selaku Ketua Prodi Perhotelan Politeknik Bosowa dan selaku penguji.
9. Anggun Sari Sasmita selaku, S.ST.Par, selaku Wali Kelas Prodi Perhotelan Politeknik Bosowa dan selaku dosen pembimbing kedua dalam pembuatan laporan tugas akhir.
10. Riska Veronika, S.ST, selaku Dosen di Prodi Perhotelan Politeknik Bosowa dan selaku pembimbing pertama dalam pembuatan laporan tugas akhir yang penulis susun.

11. Seluruh Dosen Prodi Perhotelan Politeknik Bosowa yang tidak dapat penulis cantumkan namanya satu persatu, atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan dikampus ini.
12. Teman-teman yang sangat penulis cintai, yang selalu memotivasi dan mendukung penulis selama ini.
13. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Walaupun demikian dalam laporan tugas akhir ini, penulis menyadari laporan tugas akhir ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Namun demikian adanya, semoga laporan tugas akhir ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua khususnya Prodi Perhotelan Politeknik Bosowa.

Makassar, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Tugas Akhir	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Roadmap Penelitian	4
2.2 Penelitian Terdahulu	6
2.3 Kajian Teori.....	8
2.3.1 Penerapan <i>Up-selling</i>	8
2.3.2 Pramusaji.....	9
2.3.3 Teknik <i>Up-selling</i>	9
BAB III METODE PELAKSANAAN	
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	12
3.1.1 Waktu Penelitian.....	12

3.1.2	Lokasi Penelitian.....	13
3.2	Jenis dan Sumber Data	14
3.2.1	Data Primer	14
3.2.2	Data Sekunder	14
3.3	Analisis Data	14
3.4	Populasi dan Sampel	15
3.5	Teknik pengumpulan data.....	15
3.5.1	Observasi.....	15
3.5.2	<i>Interview</i> (wawancara).....	16
BAB IV PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Hotel Ultima Makassar	17
4.1.1	Fasilitas di Hotel Horison Ultima Makassar	17
4.1.2	Food and Beverages Service (Ticket's Café).....	20
4.1.3	Struktur Organisasi Food and Beverages Service	23
4.2	Hasil Penelitian	26
4.2.1	Penerapan <i>Up-selling</i>	26
4.2.2	Teknik <i>Up-selling</i>	32
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	37
5.2	Saran	38
5.2.1.	Saran Bagi Ticket's Café.	38
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....		39
LAMPIRAN		40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1: Waktu Penelitian Tugas Akhir	13

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Roadmap Penelitian	4
Gambar 3.1: Letak Hotel Horison Ultima Makassar	13
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Food and Beverage Service	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2: Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara

Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara (foto)

Lampiran 4: Objek Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata masih menjadi andalan wisata bagi setiap provinsi di Indonesia, baik menghabiskan waktu libur maupun untuk keperluan bisnis. Salah satu daerah pariwisata di Indonesia adalah Sulawesi Selatan yaitu Makassar yang memiliki berbagai macam tempat wisata, hotel, café, restoran dan tempat bisnis lainnya yang bisa dikunjungi. Salah satu tempat akomodasi pariwisata adalah hotel. Menurut (Rai Utama, 2014) [1], hotel berasal dari bahasa latin yakni "*hospes*" yang mempunyai pengertian untuk menunjukkan orang asing yang menginap di rumah seseorang kemudian berkembangnya kata menjadi "hotel" yang di nyatakan sebagai rumah penginapan.

Dalam industri perhotelan yang dikelola secara komersil, maka setiap hotel senantiasa berupaya memberikan jasa terbaiknya kepada tamu atau pelanggan dalam segala kebutuhannya. Salah satu fasilitas penunjang hotel adalah restoran. Menurut (Marsum, 2002) [2], restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan dan minuman. Restoran berfungsi sebagai salah satu fasilitas wisata yang sangat menunjang pelayanan jasa. Dalam kinerjanya restoran berfungsi sebagai tempat menawarkan dan menyediakan berbagai kebutuhan pengunjung dalam hal penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman.

Pramusaji merupakan aspek terpenting dalam operasional restoran. Pramusaji memiliki sejumlah tugas utama yang akan menentukan maju dan berkembangnya restoran tersebut. Tugas utama pramusaji restoran adalah menyiapkan perlengkapan operasi restoran, menyambut dan melayani setiap tamu restoran, menjual makanan dan minuman pada tamu, memastikan tamu

yang datang merasa puas, serta menjaga kebersihan dan kerapihan restoran. Pramusaji ialah seseorang yang menyajikan makanan dan minuman di dalam sebuah restoran atau bar. Definisi lain pramusaji ialah karyawan/karyawati di dalam sebuah restoran yang bertugas menunggu tamu, membuat tamu merasa mendapat sambutan dengan baik dan nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya, juga membersihkan restoran dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan untuk tamu berikutnya (Marsum, 2002) [2]. Jadi pramusaji merupakan aspek terpenting dalam restoran tersebut, mereka berperan penting dalam mengelola restoran dalam penjualan makanan dan minuman.

Pramusaji yang kompeten harus memiliki kemampuan, sikap dalam melayani tamu dan memiliki pengetahuan tentang produk dan jasa pada restorannya. Pramusaji tidak hanya bekerja sekedar melayani atau menunggu tamu. Tetapi mereka adalah juga *salesperson* atau orang-orang yang menjual. Mereka bukan hanya mengambil pesanan dan mengantar makanan. Mereka harus bisa menjual makanan dan minuman yang ada di restoran. Salah satu cara menjual makanan dan minuman di restoran dikenal dengan istilah *up-selling* atau menjual lebih. Menurut buku food service dalam memaksimalkan *up-selling* (*Food Service Today*, 2012) [3], *up-selling* adalah proses menjual dengan teknik yang santun dan menarik. Menjual lebih adalah cara agar tamu atau pelanggan memesan sesuatu lebih dari yang dipesan atau diinginkan pelanggan pada mulanya. Setiap restoran tentunya memiliki teknik dalam melakukan *up-selling*. Dalam bisnis restoran melakukan *up-selling* harus dilakukan dengan cara yang santun. Kunci *up-selling* ketika pramusaji menawarkan sesuatu kepada pelanggannya dengan cara yang sopan sehingga tamu tidak merasa di paksa.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti salah satu jenis restoran yaitu café di Makassar yaitu Ticket's Café tepatnya di Hotel Horison Ultima Makassar. Ticket's Café tersebut adalah salah satu restoran dalam jenis café yang dimiliki oleh Hotel Horison Ultima Makassar yang menyediakan makanan dan minuman alkohol dan

non-alkohol serta menyediakan menu lokal dan menu *western*. Semua pramusaji di Ticket's Café diharuskan untuk melakukan *up-selling* untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Tetapi, karyawan/pramusaji di Ticket's Café masih sangat kurang, bagaimana pramusaji pada Tickets Café dalam menerapkan teknik *up-selling* tersebut. Hal inilah yang menjadi faktor bagi penulis untuk mengangkat masalah ini sebagai judul tugas akhir yaitu: **"Penerapan Teknik Up-selling Food and Beverages Pramusaji Ticket's Cafe di Hotel Horison Ultima Makassar"**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam Laporan Tugas Akhir adalah:

1. Apakah pramusaji di Ticket's Café sudah menerapkan *up-selling* ?
2. Bagaimana teknik *up-selling* food and beverages pada Ticket's café di Hotel Horison Ultima Makassar ?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pramusaji di Ticket's Café sudah menerapkan *up-selling*.
2. Untuk mengetahui bagaimana teknik *up-selling* food and beverages pada Ticket's café di Hotel Horison Ultima Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan tugas akhir yang telah diuraikan, adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan karyawan tentang penerapan *up-selling* dan teknik *up-selling* di restoran terhadap dunia kerja.

2. Sebagai referensi bagi karyawan agar dapat meningkatkan pengetahuan tentang penerapan *up-selling* dan teknik *up-selling* di restoran.
3. Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang *up-selling* di restoran.
4. Hasil penelitian dapat dijadikan pengalaman pada saat di dunia kerja.

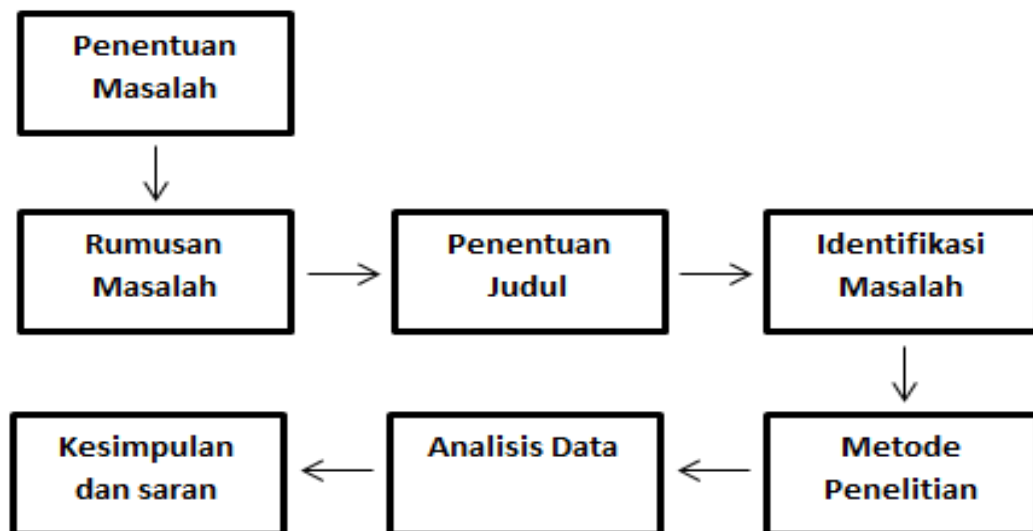
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Roadmap* Penelitian

Roadmap adalah suatu proses yang dibutuhkan dalam perencanaan pembangunan, untuk membantu identifikasi, seleksi, dan pengembangan pendekatan alternatif agar sasaran dapat dicapai (Hendarman, 2011) [4]. Jadi *roadmap* bertujuan untuk dapat mengetahui arah penelitian yang dilakukan berdasarkan kebutuhan. Berikut ini adalah *roadmap* penelitian yang akan dilakukan peneliti:

Gambar 2.1: *Roadmap* Penelitian



Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis kali ini, penulis menemukan masalah pada penerapan teknik up-selling food and beverages pramusaji Ticket's Café yang terdapat di Hotel Horison Ultima Makassar. Masalah yang dimaksud oleh penulis adalah bagaimana penerapan teknik up-selling food and beverages pramusaji Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar.

2.1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian yang penulis lakukan berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan. Maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan di teliti pada penelitian ini adalah apakah pramusaji di Ticket's café sudah menerapkan up-selling dan bagaimana penerapan teknik up-selling food and beverages pramusaji Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar.

2.1.3 Penentuan Judul

Dalam Penelitian ini, penulis mengangkat judul "*Penerapan Teknik Up-selling Food and Beverages Pramusaji Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar*". Penulis mengangkat judul tersebut karena berdasarkan masalah yang penulis dapatkan ketika melakukan Program Praktik Management di Hotel Horison Ultima Makassar.

2.1.4 Identifikasi masalah

Langkah selanjutnya, yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah identifikasi atau menentukan masalah yang sedang diteliti. Identifikasih masalah ini di lakukan berdasarkan apa yang penulis dapatkan selama melakukan observasi di Hotel Horison Ultima Makassar.

2.1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis disesuaikan dengan rumusan masalah serta waktu pembuatan tugas akhir yang telah ditentukan oleh kampus. Pada bagian ini berisi uraian tentang teknik pengumpulan data, model penelitian dan analisis data yang digunakan.

2.1.6 Analisis Data

Setelah mendapatkan data dari hasil observasi dan wawancara, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah menganalisa data tersebut dengan metode penelitian yang telah ditentukan untuk mendapatkan hasil. Hal ini

dilakukan guna untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya yang terjadi pada lokasi penelitian.

2.1.7 Kesimpulan dan Saran

Langkah ini adalah langkah akhir dari penelitian yang penulis lakukan, yang membawa pembaca keluar dari pembahasan. Kesimpulan merujuk pada jawaban atas tujuan yang telah dikemukakan dalam pendahuluan. Saran berisi tentang apa yang disarankan oleh penulis tentang metode pelaksanaan tugas akhir dan penelitian selanjutnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Pertama

Penelitian terdahulu yang berkaitan, pernah dilakukan oleh Maatini Nurjanah (2015) [5] dalam penelitiannya mengenai “Strategi Up-selling dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan Appetizer di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo”. Dalam penelitian ini menggunakan metode data deskriptif kualitatif yaitu peneliti yang terlibat langsung di lapangan sehingga data yang di kumpulkan benar-benar akurat sesuai yang didapatkan dari lapangan dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Yang menjadi responden dalam penelitian ini tamu, pramusaji Restoran Lotus dan Manajemen Hotel Maqna Gorontalo. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan pemberian kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan *up-selling* yang dilakukan pramusaji khusus untuk makanan appetizer masih sangat kurang, dari pihak manajemen telah melakukan latihan terhadap pramusaji, namun minat dari pramusaji di Restoran Lotus masih kurang untuk melakukan *up-selling* dalam meningkatkan volume penjualan makanan appetizer. Sehingga perlu adanya motivasi dan pengawasan dari manajemen Restoran Lotus terhadap pramusaji. Selain itu program *up-selling* perlu ditingkatkan lagi, sehingga pramusaji betul-betul paham dan mampu melakukan standard

operating procedure untuk melakukan upselling. Hal ini penulis peroleh berdasarkan hasil kuesioner terhadap tamu yang datang berkunjung ke Restoran Lotus, wawancara terhadap pramusaji dan pihak manajemen Hotel Maqna Gorontalo.

2. Penelitian Kedua

Penelitian kedua yang berkaitan, pernah dilakukan oleh Dr. Kshitiz Sharma (2015) [6] dalam penelitiannya mengenai “Up-selling-a High Revenue Technique For Hotels”. Front Office terhubung langsung dengan kinerja hotel. Manajemen Pendapatan adalah sebuah konsep yang serius yang dirancang untuk memaksimalkan pendapatan untuk properti hotel. Banyak poin yang ada untuk dipertimbangkan di bawah pengelolaan pendapatan seperti jumlah kamar yang akan diblokir, kamar untuk *walk in guest*, diskon yang ditawarkan, hari uang muka pemesanan, hari minggu atau bisnis akhir minggu dan tentu saja sampai menjual juga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran iuran dari *up-selling* untuk meningkatkan pengalaman tamu dan taktik dalam penjualan yang etis. Data sekunder dari berbagai sumber seperti jurnal yang diterbitkan, majalah, online sumber daya, wawancara dan kasus akan digunakan untuk studi tertentu. *Up-selling* adalah bisnis kantor depan dan sangat penting untuk hotel dalam beberapa waktu terakhir dari resesi, stek tingkat, dan persaingan sejumlah hotel membuat *up-selling* bahkan lebih penting untuk hotel. *Up-selling* telah berubah cara karena teknologi membuat perbedaan tentang bagaimana cara tamu melakukan pemesanan kamar. Kertas penawaran yang digunakan dalam *up-selling* dan peran kantor depan atau *front office* dalam melakukan *up-selling*.

2.3 Kajian Teori

2.3.1 Penerapan *Up-selling*

Menurut Lukman Ali (dalam Maria Kristina, 2012) [7], penerapan adalah mempraktekkan dan memasang. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud dan untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Sedangkan menurut buku food service dalam memaksimalkan *up-selling* (*Food Service Today*, 2012) [3], *up-selling* adalah proses menjual dengan teknik yang santun dan menarik. Menjual lebih adalah cara agar tamu atau pelanggan memesan sesuatu lebih dari yang dipesan atau diinginkan pelanggan pada mulanya.

Dari pengertian diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan *up-selling* merupakan sebuah tindakan mempraktekkan dalam menjual lebih yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Penerapan *up-selling* tersebut mulai dari individu maupun kelompok. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pramusaji adalah orang yang melayani pesanan makanan dan minuman sesuai permintaan.

Menurut buku food service dalam memaksimalkan *up-selling* (*Food Service Today*, 2012) [3], kunci dari *up-selling* adalah tidak memaksa tamu tetapi meyakinkan, mengarahkan dan merekomendasikan produk food and beverages kepada costumer. Tahap-tahap yang dilakukan seorang server dalam melakukan kegiatan *up-selling* adalah dimulai pada saat tamu memasuki area restaurant (kaitanya dengan service sequence), setelah tamu duduk dengan nyaman di meja yang tersedia, seorang sever akan memberikan menu kepada tamu. Jangan biarkan tamu terlalu lama untuk melihat atau memilih menu apa yang akan di order. Pada kesempatan inilah peluang bagi seorang server untuk melakukan kegiatan *up-selling*. Berilah waktu kepada tamu untuk memilih atau melihat menu antara 2-3 menit, jika tamu tersebut belum siap atau kebingungan untuk memesan makanan atau minuman seorang server yang baik akan menawarkan

untuk membantu memilih apa yang akan di pesan oleh tamu tersebut. Rekomendasikan apa yang menjadi menu andalan atau best seller, dan perlu di garis bawahi dalam merekomendasikan menu tidak mesti harus yang termahal.

2.3.2 Pramusaji

Menurut (Raymond Goodman, 2002) [8] pramusaji adalah yang menata meja, mempersiapkan ruang makan, konter, kedai kopi untuk pelayanan dan menyajikan hidangan kepada para tamu. Dia harus mengetahui peraturan etiket yang baik agar dapat memberikan pelayanan yang tepat, baik dalam suasana formal maupun informal. Pramusaji bertanggung jawab atas pelayanan yang tepat dan ramah pada bagian pelayanan di mana ia ditempatkan. Pramusaji tersebutlah yang melakukan penerapan tersebut.

2.3.3 Teknik *Up-selling*

Menurut (Smith, 2015) [9], *up-selling* adalah strategi umum untuk restoran untuk meningkatkan keuntungan mereka, dengan melatih staf dengan cara-cara untuk menjual lebih banyak. *Up-selling* lebih dari penjualan; membutuhkan persepsi, pengetahuan dan kebijaksanaan. *Up-selling* dapat terlihat kurang seperti penjualan dan lebih seperti layanan pelanggan; teknik yang efektif harus cukup halus untuk menghindari mengganggu pelanggan. Adapun teknik *up-selling* dalam restoran adalah sebagai berikut:

1. *Offer More-Expensive Items*

Teknik restoran *up-selling* umum adalah untuk menawarkan barang-barang yang lebih mahal daripada yang pelanggan awalnya pesan. Taktik ini paling efektif jika tidak jelas. Pramusaji sering menggunakan teknik ini tanpa pelanggan mengetahui dengan menawarkan dua pilihan minuman keras tanpa mencatat bahwa salah satu lebih mahal, misalnya dalam rangka mendorong tagihan, pramusaji harus memiliki pengetahuan tentang margin keuntungan dan harga dari setiap item pada menu.

2. Extras

Banyak restoran mengandalkan strategi sederhana untuk menjual lebih banyak menawarkan menu tambahan. Sebuah restoran makanan cepat saji mungkin bertanya kepada pelanggan jika mereka ingin pilihan berukuran super atau jika mereka ingin kentang goreng dengan makanan mereka. Sebuah pramusaji restoran akan meminta restoran jika mereka ingin memulai dengan hidangan pembuka atau mencoba hidangan istimewa. Di beberapa restoran, ekstra diresepkan oleh manajemen koki khusus atau menu baru.

3. Offer Specific Items

Apabila meminta pelanggan jika mereka ingin makanan tambahan atau minuman, sering lebih efektif untuk lebih spesifik. Restoran sering menggunakan strategi menghindari generalisasi yang mudah bagi pengunjung untuk mengabaikan. ketika bertanya jika pelanggan ingin makanan penutup, misalnya, pramusaji akan menanyakan apakah mereka ingin mencoba dessert khusus koki dan memberikan gambaran lezat. Ini sangat efektif ketika pramusaji dapat melihat bahwa pelanggan bimbang, rincian lezat bisa meyakinkan mereka untuk pergi dengan keinginan mereka.

4. Make Suggestions

Ketika seorang pelanggan berunding tentang apa yang harus memesan atau meminta rekomendasi, pramusaji restoran memiliki kesempatan untuk *up-sell* tanpa terlihat memaksa atau menjengkelkan. Tamu mungkin menginginkan nama salah satu hidangan yang lebih mahal pada menu ketika meminta saran atau merekomendasikan bahwa pelanggan mencoba minuman yang akan melengkapi hidangan mereka. Dengan membuat saran yang bermanfaat, pelanggan merasa diurus bukan seperti target penjualan.

5. ***Demonstrate Enthusiasm***

Salah satu teknik *up-selling* paling efektif adalah untuk menunjukkan antusiasme tentang makanan yang mereka inginkan. Ketika mereka dapat memberikan rincian tentang makanan dan deskripsi pengalaman pribadi mereka dan preferensi, dapat lebih meyakinkan daripada hanya menunjukkan barang mahal. Teknik ini harus membutuhkan pramusaji yang meyakinkan dan bersungguh-sungguh dalam melakukan *up-selling*.

Ticket's Café di Hotel Horison Ultima Makassar termasuk restoran jenis café. Café dari bahasa Perancis Arti secara harafiah adalah (minuman) kopi, tetapi kemudian menjadi tempat di mana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya kopi, tetapi juga minuman lainnya termasuk minuman yang beralkohol rendah. Café berarti semacam tempat sederhana, tetapi cukup menarik di mana seseorang bisa makan makanan ringan sambil mengisi waktu luang istirahat atau memang memerlukan tempat khusus untuk pertemuan dengan family atau rekan bisnis.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan oleh penulis berlangsung kurang lebih lima bulan 1 minggu, mulai dari bulan Februari – bulan Juli 2016. Untuk pengajuan judul, dimulai pada minggu pertama sampai minggu ke dua pada bulan Februari. Pengesahan judul dan pembuatan proposal, dimulai dari minggu ke tiga bulan Februari sampai dengan minggu ke tiga bulan Maret. Selanjutnya seminar proposal, dilaksanakan pada minggu ke tiga pada bulan Maret. Setelah itu, revisi dan pengumpulan proposal pada minggu ke empat bulan April. Setelah pempuan proposal, langkah selanjutnya adalah pembuatan tugas akhir, yang dimulai pada minggu ke empat pada bulan Maret sampai dengan minggu pertama bulan Juli. Kemudian melakukan observasi dan wawancara, pada pelaksanaan ini satu bulan pertama penulis melakukannya bersamaan dengan jadwal praktik supervisi yang telah ditetapkan oleh kampus, untuk minggu selanjut penulis melakukan observasi dan wawancara disesuaikan dengan ketersediaan waktu dari narasumber yang telah peneliti tentukan. Registrasi ujian sidang akhir dilaksanakan pada minggu ke empat bulan Juni sampai dengan minggu pertama bulan Juli. Terakhir adalah ujian sidang akhir yang dilaksanakan selama dua minggu yaitu pada kedua sampai dengan minggu ke tiga pada bulan Juli. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1: Waktu Penelitian Tugas Akhir

Jadwal kegiatan		Bulan Pelaksanaan Proposal & Tugas Akhir																											
		Tahun 2016																											
No.	Minggu	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan Judul	■	■																										
2	Pengesahan Judul dan Pembuatan Proposal			■	■	■	■	■	■																				
3	Seminar Proposal																												
4	Revisi dan Pengumpulan Proposal																												
5	Pembuatan Tugas Akhir									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
6	Observasi & wawancara Tugas Akhir																	■	■	■	■	■	■	■	■				
7	Registrasi Ujian Sidang Akhir																									■	■		
8	Ujian Sidang Akhir																												

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Ticket's Café (lantai 3) tepatnya di Hotel Horison Ultima Makassar di Jl. Jend. Sudirman No. 24 Makassar – Indonesia. Terletak di lokasi yang ideal di pusat Kota Makassar, dimana hanya berjarak 30 menit dengan berkendara dari Bandara Sultan Hasanuddin. Untuk mengunjungi Benteng Rotterdam dan Pantai Losari bisa ditempuh dengan berkendara kurang dari 5 menit dari hotel. Untuk mengunjungi Lapangan Karebosi dan Jalan Somba Opu, pusat oleh-oleh khas Makassar, dibutuhkan waktu sekitar 5 menit berkendara dari hotel.

Gambar 3.1: Letak Hotel Horison Ultima Makassar



Sumber: <http://googlemaps.com>

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang dilakukan oleh penulis, memiliki dua jenis data antara lain sebagai berikut:

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015) [10]. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015) [10]. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian seperti buku, skripsi, jurnal dan situs internet.

3.3 Analisis Data

Menurut (Sujarweni, 2014) [11] analisis data dapat diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Menurut (Sugiyono, 2015) [10] reduksi data adalah data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Dalam hal ini, data yang didapatkan penulis tentang penerapan *up-selling* dan teknik *up-selling* pada Ticekt's Cafe di reduksi atau dipilah sesuai dengan data yang dibutuhkan dan terkait dengan rumusan masalah penulis. Selanjutnya adalah penyajian data, yang dimana data dari narasumber diuraikan berdasarkan hasil

wawancara dan observasi. Setelah data direduksi dan diuraikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan data.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015) [10], populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain (Sugiyono, 2015) [10]. Populasi yang di ambil oleh penulis adalah semua karyawan tetap/pramusaji dan casual tetap di Ticket's Café Restoran berjumlah 6 orang.

Menurut (Sugiyono, 2015) [10], sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang di anggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi social yang diteliti.

3.5 Teknik pengumpulan data

Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Observasi menurut (Sugiyono, 2015) [10] sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik wawancara. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila direspon yang diamati tidak terlalu besar. Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan oleh penulis adalah observasi partisipasi pasif, menurut (Sugiyono, 2015) [10] *means the research is present at the scene of action but does not interact or*

participate. Maksud dari definisi tersebut adalah peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

3.5.2 Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara semiterstruktur sebagai teknik pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2015) [10] tujuan wawancara semiterstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Hotel Ultima Makassar

Hotel Horison Ultima Makassar merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang ada di Sulawesi Selatan. Hotel ini sebelumnya bernama Hotel Victoria Makassar, akan tetapi pada tanggal 09 Januari 2007 berganti nama menjadi Hotel Horison Ultima Makassar yang berada dibawah naungan PT. MGM (Metropolitan Golden Management). Hotel Horison Ultima Makassar dipimpin oleh Bapak Michael Djaya selaku pemilik PT.Cipta Djaya Sulawesi. Hotel Horison Ultima Makassar berada tidak jauh dari titik keramaian kota Makassar, yaitu di Jalan Jendral Sudirman No. 24 Makassar.

Untuk mengunjungi Benteng Rotterdam dan Pantai Losari bisa ditempuh dengan berkendara kurang dari 5 menit dari hotel. Untuk mengunjungi Lapangan Karebosi dan Jalan Somba Opu, pusat oleh-oleh khas Makassar, dibutuhkan waktu sekitar 5 menit berkendara dari hotel. Sedangkan dari Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, Hotel Horison Ultima Makassar dapat ditempuh dalam waktu sekitar 30 menit berkendara.

4.1.1 Fasilitas di Hotel Horison Ultima Makassar

Hotel Horison Makassar selalu berusaha menjaga dan mengembangkan segala fasilitas yang dimiliki dan meningkatkan mutu pelayanan kepada tamu. Adapun fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Horison Makassar adalah:

- 1. Fasilitas Kamar**, yaitu terdiri dari 129 kamar dengan jenis kamar yang berbeda-beda. Adapun jenis kamar yang dimaksud antara lain:
 - a. Superior: 12 kamar
 - b. Deluxe: 81 kamar
 - c. Horison Club Room: 12 kamar
 - d. Junior Suite: 9 kamar

- e. Executive Suite: 6 kamar
- f. Horison Suite: 1 kamar

Harga-harga kamar di atas sudah termasuk:

- a. Fasilitas penjemputan bandara gratis
- b. Minuman selamat datang (*welcome drink*)
- c. Penggunaan kolam renang gratis
- d. Penggunaan pijat dan pusat kebugaran gratis
- e. Buah-buahan selamat datang (*Welcome fruit basket*)
- f. Sarapan Pagi

Adapun fasilitas yang ada di tiap kamar Hotel Horison Ultima Makassar, yaitu:

- a. Fasilitas Kopi dan Teh di dalam kamar
- b. Siaran Televisi Internasional
- c. Panggilan IDD
- d. Akses Internet Gratis
- e. Mini Bar

2. Fasilitas Ruang Pertemuan, yaitu ruangan yang dipakai tamu untuk melakukan pertemuan dengan kerabat baik itu untuk tujuan rapat, acara, seminar, dsb. Hotel Horison Ultima Makassar memiliki beberapa ruang pertemuan, yaitu:

- a. Krakatau hall
- b. Krakatau 1 dan 2
- c. Krakatau 3
- d. Latimojong 1 dan 2
- e. Latimojong 1,2 dan 3
- f. Lompobattang
- g. Bawakaraeng
- h. Bawakaraeng 1 dan 2

i. Teratai Pool Room

Adapun paket ruangan pertemuan Hotel Horison Ultima Makassar yaitu:

a. Coffe break: Rp. 100.000 nett/pax

Fasilitas: 1x rehat kopi dan gratis penggunaan pertemuan selama 4 jam

b. Half day: Rp. 250.000 nett/pax

Fasilitas: 1x makan siang, 1x rehat kopi gratis penggunaan ruangan pertemuan selama 6 jam.

c. Full day: Rp. 300.000 nett/pax

Fasilitas: 1x makan siang, 2x rehat kopi gratis penggunaan ruangan pertemuan selama 8 jam.

d. One day: Rp. 400.000 nett/pax

Fasilitas: 1x makan siang, 1x makan malam, 2x rehat kopi gratis penggunaan ruangan pertemuan.

e. Full board

Superior: Rp. 800.000 nett/pax/malam (twin share)

Rp.1.200.000 nett/pax/malam (single)

Fasilitas: 1x Sarapan Pagi, 1x makan siang, 1x makan malam, 2x rehat kopi gratis penggunaan ruangan pertemuan selama 12 jam

f. Deluxe: Rp. 1.000.000 nett/pax/malam (twin share)

Rp.1.300.000 nett/pax/malam (single)

Fasilitas: 1x Sarapan Pagi, 1x makan siang, 1x makan malam, 2x rehat kopi gratis penggunaan ruangan pertemuan selama 12 jam.

3. Fasilitas Penunjang Lainnya, yaitu fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan tamu dengan mudah dan cepat. Hotel Horison Ultima Makassar memiliki beberapa fasilitas penunjang yang dapat digunakan oleh tamu untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu:

a. Layanan Kamar 24 Jam

b. Layanan Binatu

- c. Kolam Renang
- d. *Business Center*
- e. *Ticket Café*
- f. Pijat
- g. Layanan Antar Bandara
- h. Pusat Kebugaran
- i. *Malabar Coffee & Shop*
- j. *Putri Lounge*

4.1.2 Food and Beverages Service (Ticket's Café)

Menurut (Rai Utama, 2014) [1], food and beverage service adalah “*food flow*” dari pembelian makanan (*purchasing*) untuk layanan kepada pelanggan terutama berkaitan dengan pengiriman dan penyajian makanan untuk pelanggan, setelah selesainya produksi pangan. Kadang-kadang, melibatkan transportasi jika ada pemisahan fasilitas produksi dan pelayanan. Menurut (Marsum, 2002) [2], restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan dan minuman. Restoran berfungsi sebagai salah satu fasilitas wisata yang sangat menunjang pelayanan jasa. Dalam kinerjanya restoran berfungsi sebagai tempat menawarkan dan menyediakan berbagai kebutuhan pengunjung dalam hal penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman.

Jadi, restoran merupakan suatu bangunan yang dikelola secara komersial. Tentunya yang menyediakan makanan dan minuman oleh pramusaji. Pramusaji merupakan seseorang yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melayani kebutuhan makan dan minum bagi para tamu secara profesional. Pramusaji sangat berperan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Lewat komunikasi dengan para pelanggan, seorang pramusaji harus dapat segera mendeteksi keinginan dan kebutuhan para pelanggan untuk mewujudkannya.

Hotel Horison Ultima Makassar memiliki 3 macam restoran atau café yang dapat di kunjungi oleh semua orang di antaranya Malabar Restaurant tempat dimana tamu melakukan breakfast setiap hari, tentunya menawarkan menu ala carte dan menu promo lainnya. Selain Malabar Hotel Horison Ultima Makassar memiliki Putri Lounge tepatnya di samping pintu masuk lobby, dan terakhir adalah Ticket's Café yang berada di lantai 3 di Hotel Horison Ultima Makassar. Penulis tersebut mengambil Ticket's Café sebagai objek penelitian. Ticket's café tempatnya lebih santai dan berdiri sendiri. Ticket's café termasuk restoran jenis Café.

Ticket's Café menyediakan minuman non-alkohol dan beralkohol sekaligus memiliki banyak macam makanan yang dijualnya. Mulai dari menu lokal sampai menu western seperti pizza, nasi goreng, steak, spaghetti, dan berbagai macam lainnya. Di Ticket's Café tersebut memiliki kitchen tersendiri khusus ticket's café untuk mengolah makanan. Kebanyakan para pengunjung Ticket's café adalah para pemuda yang bertujuan untuk santai, tempat berkumpul, arisan dan tujuan bisnis. Selain menyediakan makanan dan minuman, para tamu bisa menikmati live music setiap sabtu dan minggu. Jam operasional Ticket's Café buka jam 04:00 sore sampai jam 12:00 malam. Biasanya Ticket's café mengadakan event yang menarik seperti mengadakan nobar (nonton bareng), mengadakan lomba makan burger dan lain lain, sehingga para tamu tertarik untuk mengunjungi café tersebut. Ticket's café selalu menghadirkan promo-promo yang menarik.

Adapun syarat-syarat yang harus dimiliki oleh pramusaji Ticket's Cafe, yaitu:

1. Syarat fisik

a. Sehat Jasmani

- 1) Pendengaran normal.
- 2) Gigi dan kuku terawat baik dan rapih.
- 3) Tidak mengidap penyakit menular seperti TBC dan Hepatitis dan sebagainya.

- 4) Tidak cacat fisik.
- b. Berpenampilan Rapih
 - 1) Badan tegap dan tidak loyo
 - 2) Berpakaian rapih dan selalu memakai uniform kerja
 - 3) Selalu menggunakan atribut yang telah ditentukan seperti name tag atau symbol perusahaan.
 - 4) Tidak memakai perhiasan berlebih.
 - 5) Khusus wanita, make-up disesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan serta rambut terikat rapi kebelakang dengan menggunakan harnet.
 - 6) Untuk laki-laki tidak memelihara kumis dan jenggot serta rambut tidak gonrong.
 - 7) Bebas bau badan.

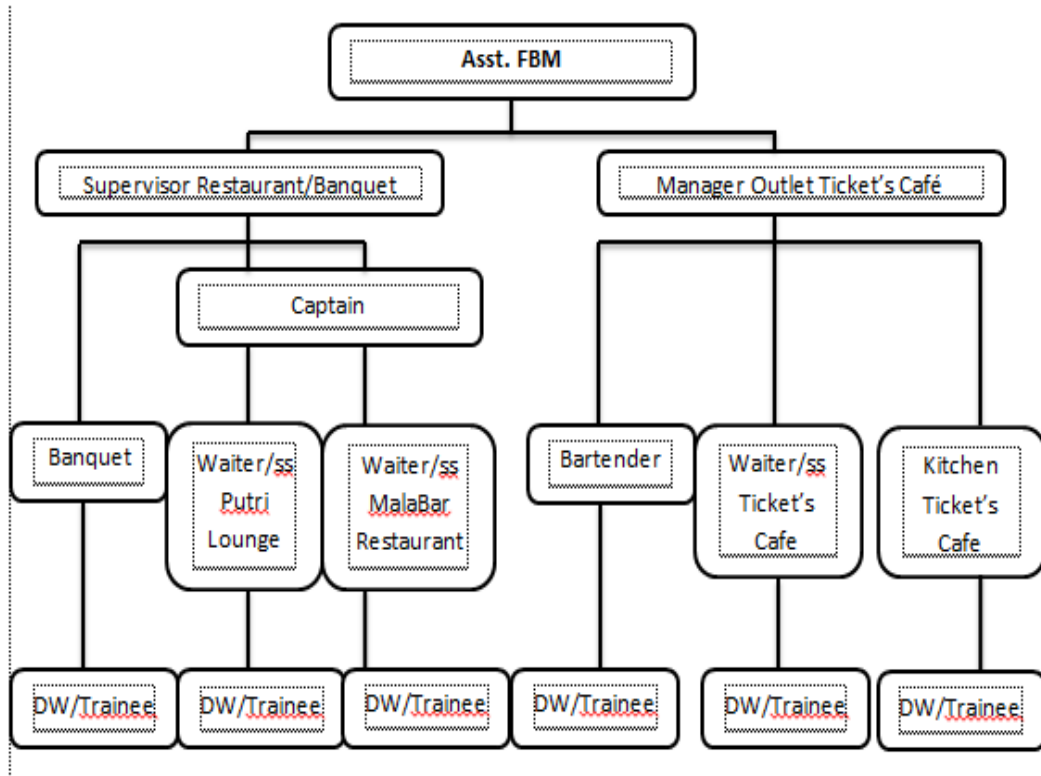
2 Syarat non Fisik

- a. Sehat rohani, tidak mengalami gangguan jiwa/kecacauan emosional, tidak stress atau frustrasi.
- b. Mampu berkomunikasi dengan Bahasa yang dimengerti satu dan minimal Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.
- c. Bersikap ceria dan murah senyum.
- d. Sabar.
- e. Jujur.
- f. Disiplin dalam situasi dan kondisi apapun.
- g. Tanggap dan terampil cermat dalam bertindak.
- h. Mudah bergaul.
- i. Mampu dengan cepat memahami maksud orang lain.
- j. Menguasai teknik menjual
- k. Bekerja sesuai dengan petunjuk pelaksanaan yang telah ditetapkan management.
- l. Memiliki sifat suka menolong.

- m. Percaya diri dan tidak sombong.
- n. Berpengalaman dan berpendidikan dibidangnya.

4.1.3 Struktur Organisasi Food and Beverages Service

Gambar 4.1: Struktur Organisasi Food and Beverage Service



1. Tugas dan Tanggung Jawab Food and Beverages Service

a. Asst. FBM

- 1) Melakukan koordinasi pelaksanaan kegiatan antar kitchen, F & B service dan stewarding
- 2) Memberi arahan dan petunjuk kepada bawahan
- 3) Menyusun rencana kerja dan menilai pelaksanaannya
- 4) Mengawasi jadual operasional bawahannya
- 5) Mengawasi hasil inventaris fisik di bagian kitchen, F&B service dan stewarding
- 6) Mengawasi pelaksanaan *store room requisition*
- 7) Melakukan penilaian penampilan kerja bawahan

- 8) Melaksanakan kelancaran operasional berbagai kegiatan yang ada kaitan kerja dengan food & beverage department
- 9) Mengkoordinasikan penyiapan dan mengawasi kelancaran acara *event/function*
- 10) Menangani permasalahan yang memerlukan penanganan langsung dan melaporkan kepada atasan
- 11) Menjalin hubungan dengan rekan dan tamu
- 12) Menciptakan hubungan yang harmonis dengan kolega dan pelanggan

b. Supervisor

- 1) Bekerja sama dalam kegiatan operasional di outlet food & beverage service
- 2) Mengkoordinasi persiapan dan mengawasi kelancaran penyelenggaraan *function/event*
- 3) Membantu kelancaran pelaksanaan inventaris fisik
- 4) Menjalin dan membina hubungan dengan tamu
- 5) Membantu untuk membuat laporan *monthly report F&B sales*
- 6) Melakukan penilaian penampilan kerja bawahan
- 7) Menangani permasalahan yang memerlukan penanganan langsung dan melaporkan kepada atasan
- 8) Menangani dan memonitor suatu perubahan dan penyimpangan dalam kegiatan operasional
- 9) Memonitor dan mengawasi personal *hygiene, grooming* and sanitasi
- 10) Menangani dan mengawasi langsung pelayanan tamu (*Very Important Person*)
- 11) Menciptakan dan membina suasana kerja yang sehat
- 12) Menyenggarakan briefing harian.

c. Captain

- 1) Membantu *head waiter* melaksanakan tugasnya
- 2) Melengkapi kelengkapan, ketepatan dari *mise en place*
- 3) Membuat *daily sales report*
- 4) Melengkapi penyimpanan dan penggunaan *par stock*
- 5) Mengawasi dan membantu kelancaran ketepatan pelaksanaan pelayanan penjualan dan penyajian makanan dan minuman
- 6) Membuat repair dan maintenance order
- 7) Menangani langsung pelayanan tamu *VIP (Very Important Person)*
- 8) Mengatasi keluhan tamu
- 9) Mengawasi dan mengarahkan kelancaran pelayanan bawahan
- 10) Membantu kelancaran pelaksanaan inventaris fisik
- 11) Menjalin hubungan baik dengan tamu
- 12) Menciptakan dan membina suasana kerja yang sehat

d. Waiter/waitress

- 1) Mempersiapkan kelengkapan teknis pelayanan
- 2) Melaksanakan persiapan *set up-mise en place*
- 3) Melakukan pelayanan langsung kepada tamu
- 4) Mengambil pesanan/order tamu dari captain untuk diteruskan kepada kitchen
- 5) Melaksanakan penyajian hidangan kepada tamu
- 6) Melaksanakan *clear up* dari meja tamu
- 7) Mempersiapkan dan mengambil kebutuhan linen napkin, *wares, supplies*
- 8) Mengumpulkan dan mengantarkan *soiled linen* dan *dirty dishes ke laundry/stewarding*

- 9) Melakukan penyiapan *table set up* dan *clear up*
- 10) Melaksanakan dan mengikuti perintah captain dalam menjalankan tugas-tugasnya
- 11) Melakukan pembersihan area kerja
- 12) Menjalin hubungan dengan tamu
- 13) Menghadiri *briefing* harian

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Penerapan *Up-selling*

Menurut buku food service dalam memaksimalkan *up-selling* (*Food Service Today*, 2012) [3], pramusaji adalah orang terpenting dalam operasional restoran. Sebagai staf pelayan (*waiter/waitress*) di restoran, pramusaji harus memiliki sejumlah tugas utama yang akan menentukan maju dan berkembangnya restoran tersebut. Karena tanpa pelayanan yang baik, mustahil pelanggan akan kembali ke restoran.

Tugas utama pelayan restoran adalah menyiapkan perlengkapan operasi restoran, menyambut dan melayani setiap tamu restoran, menjual makanan dan minuman pada tamu, memastikan tamu yang datang merasa puas, serta menjaga kebersihan dan kerapian restoran. Pelayan yang baik perlu memiliki pengetahuan tentang produk dan jasa restorannya. Karena *waiter/waitress* tidak hanya bekerja sekadar melayani atau menunggu tamu. Tetapi mereka adalah juga *salesperson* atau orang-orang yang menjual. Mereka bukan hanya mengambil pesanan dan mengantar makanan. Mereka harus bisa menjual makanan/minuman yang ada di restoran. Sebenarnya, pekerjaan ini tidak susah, yang sulit adalah bagaimana teknik menawarkannya, sehingga berhasil meningkatkan kinerja pendapatan restoran sekaligus juga menjaga pelayanan tetap baik di mata pelanggan.

Salah satu cara menjual makanan/minuman di restoran dikenal dengan istilah *up-selling* atau menjual lebih. Menurut buku food service dalam

memaksimalkan *up-selling* (*Food Service Today*, 2012) [3], *up-selling* adalah proses menjual dengan teknik yang santun dan menarik. Pramusaji yang baik tahu caranya menjual lebih. Menjual lebih adalah cara agar tamu/pelanggan memesan *sesuatu* lebih dari yang dipesan/ diinginkan pelanggan pada mulanya. Menjadi server yang handal tidak akan terjadi dalam satu malam tetapi jika dilakukan secara konsisten, hal tersebut akan terjadi secara alami tanpa anda sadari. *Up-selling* dengan membuat tamu membeli lebih banyak dari pada yang sebenarnya mereka inginkan. Cobalah untuk menawarkan sesuatu yang lebih enak dan sedikit mahal.

Sebelum pramusaji yang ada di restoran melakukan *up-selling* harus mengetahui apa itu *up-selling* terlebih dahulu, agar pramusaji tersebut mengerti. Hasil penelitian dari hasil wawancara tersebut, Muh. Yusuf sebagai Manager Outlet Ticket's Café mendefinisikan pengertian *up-selling* bahwa "*Up-selling adalah untuk meningkatkan revenue dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi.*" Pernyataan tersebut mendukung bahwa *up-selling* merupakan proses menjual dengan teknik yang santun dan menarik yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dalam meningkatkan revenue. *Up-selling* tersebut harus diketahui oleh masing-masing pramusaji dan benar-benar harus memahami apa itu *up-selling*.

Up-selling sangat penting diterapkan oleh pramusaji. Dari hasil wawancara tersebut mendukung bahwa *up-selling* sangat penting diterapkan oleh pramusaji, karena setiap restoran maupun café diwajibkan untuk melakukan atau menerapkan *up-selling*. Tentunya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih.

Adapun cara Muh. Yusuf sebagai Manager Outlet Ticket's Café dalam mengarahkan pramusaji Ticket's Café untuk melakukan *up-selling*. Hasil wawancara tersebut Muh. Yusuf sebagai Manager Outlet Ticket's Café menyatakan bahwa "*Memberikan training bulanan dan memberikan briefing sebelum dan sesudah operasional*". Pernyataan tersebut menyatakan bahwa,

adapun cara sebagai atasan dalam mengarahkan bawahannya yaitu pramusaji untuk melakukan *up-selling* adalah dengan memberikan training bulanan dan memberikan briefing sebelum dan sesudah operasional. Tujuan dari memberikan training atau pelatihan kepada karyawan/pramusaji adalah untuk lebih melatih pramusaji dalam melayani tamu terutama melakukan *up-selling*, mengasah pengetahuannya, dan meningkatkan ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Kemudian tujuan dari melakukan briefing sebelum dan setelah operasional adalah agar mengetahui semua informasi tentang restoran tersebut, dan membahas permasalahan yang ada.

Adapun syarat seorang pramusaji dalam melakukan *up-selling* dalam menawarkan menu yang harus dipenuhi yaitu harus menguasai produk yang ada di menu dan melakukan pendekatan dengan tamu. Pramusaji harus paham dengan menu yang mereka miliki. Mereka harus benar-benar mengetahui semua menu yang dia jual agar informasi kepada tamu lebih jelas dan mendapatkan informasi lebih detail agar tamu juga merasa puas dengan pramusaji yang memberikan informasi penting dan manfaat tentang menu tersebut. kemudian pramusaji memperkenalkan diri kepada tamu, lalu pramusaji menawarkan menu favorit yang ada di tempatnya. Selalu melakukan pendekatan dengan tamu dengan memperkenalkan diri, lalu menawarkan menu terfavorit dan menu promo kepada tamu. Biasanya tamu lebih tertarik dengan pramusaji yang selalu menawarkan makanan yang sering dipesan oleh tamu lainnya atau menu terfavorit dalam restoran tersebut. Pramusaji selalu inisiatif dalam melakukan pendekatan dengan tamu.

Selalu menawarkan product food dan beverage yang terbaik, yang slow moving dan promo-promo yang ada. Ketika pramusaji menawarkan menu kepada tamu, harus dengan food and beverage yang terbaik sehingga para tamu merasa puas. Beranian diri untuk memulai pembicaraan dengan tamu dimulai dengan menanyakan order kemudian Offering food and beverage lainnya. Apabila kita mulai menawarkan menu kepada tamu, biasanya tamu akan bertanya-tanya

makanan apa yang terfavorit dalam restoran tersebut. Maka disitulah tugas sebagai pramusaji memberikan informasi atau memberikan saran kepada tamu tentang menu yang mereka sukai atau cita rasa yang sebenarnya mereka sukai. Pramusaji harus melakukan pembicaraan dengan tamu agar tamu juga merasa di perhatikan oleh pramusaji ketika di tawarkan menu. Anggap tamu sebagai teman kita tanpa mengurangi batas-batas kesopanan. Selalu melakukan pendekatan dengan tamu dengan melakukan pembicaraan agar tamu merasa di perhatikan.

Dari penjelasan di atas tersebut, hasil penelitian tentang penerapan *up-selling* terhadap pramusaji dari hasil wawancara dengan Muh. Yusuf sebagai Manager Outlet Ticket's Café menyatakan bahwa *"Alhamdulillah sejauh ini mereka sudah menerapkan sistem up-selling dan sejauh ini harus lebih di kembangkan lagi biar tamu semakin ramai dan customer tiap hari datang ke ticket's café dan jujur saya belum puas sampai di situ tentunya saya harus lebih menerapkan system up-selling lagi ke pramusaji"*. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pramusaji di Ticket's Café sudah menerapkan *up-selling* tetapi sejauh ini pramusaji di Ticket's Café penerapannya tentang *up-selling* harus lebih dikembangkan lagi, tentunya sebagai atasan harus selalu memberikan arahan dan motivasi dalam menerapkan dan melakukan *up-selling* tersebut. Tidak berbeda jauh pernyataan dari hasil wawancara supervisor Ticket's Café yang bernama Yoyo' mendefinisikan pengertian *up-selling* merupakan sesuatu yang ditargetkan oleh pihak management untuk penjualan dari segi food and beverages.

Adapun target tertentu yang dinyatakan dalam hasil wawancara oleh Yoyo sebagai Supervisor Ticket's Café menyatakan bahwa *"Pasti ada , kita di targetkan oleh owner dan management 1 bulan itu kita di target 48jt"*. Pemberian target tersebut salah satu hal yang mendorong dan memotivasi seorang pramusaji dalam melakukan *up-selling*. Jadi untuk mencapai target tersebut, pramusaji harus benar-benar menjual lebih.

Dari pernyataan sebelumnya dari Muh. Yusuf sebagai Manager Outlet Ticket's Café tentang pentingnya menerapkan *up-selling* kepada pramusaji. Tidak berbeda jauh dengan pernyataan Yoyo sebagai Supervisor Ticket's Café yang menyatakan bahwa *up-selling* sangat penting di terapkan oleh pramusaji, karena setiap restoran maupun café diwajibkan untuk menerapkan *up-selling* karena *up-selling* bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih yang di jual secara komersial. Pramusaji merupakan orang yang terpenting dan orang yang di andalkan dalam melakukan *up-selling* tersebut. Pramusaji harus menawarkan menu-menu baru kepada semua tamu agar tamu lebih mengenal dan akhirnya tamu tersebut memesan menu yang di tawarkan. Tamu tersebut menerima komentar dari cita rasa makanan tersebut. Jadi disitulah pramusaji harus benar-benar di push (dorong) untuk menjual menu-menu tersebut.

Adapun cara mengarahkan pramusaji yang dinyatakan oleh Yoyo sebagai Supervisor Ticket's Café dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa dengan mencari tahu berita tentang menu yang kurang penjualannya. Bagaimana cara pramusaji menawarkan kepada tamu dengan meyakinkan tamu. Maka dari situlah sebagai atasan harus memberikan arahan dengan *mem-push* atau mendorong pramusaji tersebut untuk melakukan *up-selling*. Adapun syarat pramusaji dalam melakukan *up-selling* yaitu pramusaji harus menguasai dan memahami menu yang akan dia jual kepada tamu. Pramusaji harus menguasai lapangan dan menguasai pekerjaannya dari segi grooming, pelayanan dan kecepatan melayani. Terutama pengetahuan tentang makanan yang dia jual mulai dari segi harga dan cita rasa. Sebagai tambahan pramusaji harus memiliki teknik tersendiri dalam merayu tamu, senyum kepada semua orang. Pramusaji harus tetap memberi senyum kepada tamu yang datang agar tamu merasa di hargai dan tamu merasa senang pada saat di beri senyum. Melakukan yang terbaik dalam segala pramusaji lakukan.

Kemudian hasil wawancara dari Yoyo sebagai Supervisor Ticket's Café tentang penerapan *up-selling* terhadap pramusaji menyatakan bahwa "*Kalau untuk semuanya ke pramusaji saya akui belum tapi kita selalu melakukan training*

dari waktu ke waktu tentang pengenalan makanan tentang cara menservice tamu dan segala sesuatu yang berkaitan dengan ticket's café jadi keseluruhan tidaklah tapi kita kalau saya pribadi sebagai senior pramusaji saya mengerti sekali jadi itu saya terapkan betul-betul ke junior mungkin yang belum lama bekerja disini. Menurut saya sih kalau secara spesifik dari manager dan management sudah di terapkan Cuma penerimaan kita sebatas kemampuan dari teman-teman dan rekan-rekan pramusaji kan tidak sepenuhnya 100% masuk dan mensave kriteria tersebut.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pramusaji Ticket's Café secara spesifik dari pihak management sudah menerapkan *up-selling*. Tetapi untuk keseluruhan pramusaji belum maksimal, karena ada faktor internal. Faktor internal tersebut adalah kurangnya karyawan yang ada di Ticket's Café dan kembali pada kemampuan dari masing-masing pramusaji dalam menerapkan *up-selling*, apalagi pramusaji yang belum lama bekerja.

Dari hasil wawancara tersebut dari berbagai pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pramusaji di Ticket's Café secara spesifik dari pihak management sudah menerapkan *up-selling*. Tetapi untuk keseluruhan pramusaji belum maksimal, karena ada faktor internal. Faktor internal tersebut adalah kurangnya karyawan yang ada di Ticket's Café dan kemampuan dari masing-masing pramusaji yang berbeda-beda dalam menerapkan *up-selling*, apalagi pramusaji yang belum lama bekerja. Adapun cara atasan supervisor/Manager Outlet dalam mengarahkan pramusaji dalam melakukan *up-selling* yaitu dengan memberikan training bulanan dan memberikan briefing sebelum dan sesudah operasional. Jadi, atasan selalu memberikan arahan dan ketegasan dalam mengawasi bawahannya dan memberikan perhatian penuh terhadap bawahannya. Pramusaji harus selalu mengetahui dan cari tahu tentang makanan apa yang kurang penjualannya dan makanan apa yang sold out (habis) pada hari itu. Pramusaji selalu aktif dalam restoran agar tidak ada kesalahan dalam informasi. Maka dari itu pramusaji harus mempunyai strategi dalam melakukan

up-selling dan selalu di dorong untuk melakukan *up-selling* dengan meyakinkan tamu dan menawarkan menu dan menargetkan menu tersebut memang layak untuk di jual dengan cita rasa yang berselera.

Sebagai atasan selalu memberikan motivasi kepada pramusaji untuk melakukan *up-selling*. Salah satu sifat yang harus dimiliki oleh pramusaji adalah harus komunikatif dan agresif dalam menawarkan menu namun tetap sopan memperhatikan kenyamanan tamu. Pramusaji bisa melakukan *up-selling* atau tindakan meningkatkan penjualan menu pada saat taking order. Jika perlu, dari pihak management memberikan penghargaan atau *reward* bagi pramusaji yang bisa mendapatkan angka penjualan menu tertinggi setiap sebulannya. Untuk pendataan tersebut, bisa meminta bagi staff admin seperti checker untuk mencatat atau mendata penjualan menu dan siapa pemenangnya. Hal tersebut memotivasi pramusaji untuk selalu melakukan *up-selling*.

4.2.2 Teknik *Up-selling*

Hasil dari wawancara penelitian, adapun teknik *up-selling* pada Ticket's Café yang dinyatakan oleh beberapa informan adalah sebagai berikut:

1. Menjual Lebih

Hasil dari wawancara penelitian, adapun teknik *up-selling* pada Ticket's Café yang dinyatakan oleh Muh. Yusuf sebagai manager Outlet Ticket's Café menyatakan bahwa "*Teknik up-selling yang ada di ticket's café adalah menawarkan produk yang lebih mahal dan mendekati diri kepada customer agar customer merasa nyaman dan bahagia*". Hasil pernyataan tersebut menunjukkan bahwa teknik *upselling* yang ada di Ticket's Cafe yaitu dengan menawarkan produk yang lebih mahal dan mendekati diri kepada customer agar customer merasa nyaman.

Sedangkan dari hasil wawancara dari Yoyo sebagai Supervisor Ticket's Café menyatakan bahwa "*Teknik up-selling di ticket's café itu kita saling keterkaitan dari satu pihak ke pihak lain dari pekerjaan dari produk dapur dan dari waiter dari manager semuanya berkesinambungan jadi*

seperti kita dalam dapur kita selalu membuat promo-promo makanan baru, promosi, launching, menu baru. Baru kita push ke waiter kita laporkan ke management untuk waiter. Nah waiter lah yang bekerja dan bertugas untuk menawarkan menu-menu tersebut ke customer kita nah itulah disitu kita push dan termasuk teknik up-selling itu". Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semuanya saling keterkaitan dari satu pihak ke pihak lain dari pekerjaan dari produk dapur dan dari pramusaji semuanya berkesinambungan. Seperti seorang yang chef yang selalu membuat menu promo, menu baru dan lain sebagainya. Disitulah pramusaji harus di berikan arahan untuk bekerja dan bertugas menawarkan menu-menu tersebut ke customer dengan menggunakan teknik *up-selling*.

Pramusaji di Ticket's Café selalu selalu mengupayakan menjual produk yang mahal maupun murah tetap harus di tawarkan kepada tamu. Apalagi menjual produk yang lebih mahal diselingi dengan kuantitas dan kualitas dan cita rasa yang bagus pramusaji tidak ragu-ragu untuk menawarkan kepada tamu. Seberapa inisiatif mungkin pramusaji dalam mengambil perhatian terhadap tamu agar tamu memesan menu yang lebih mahal dan lebih menguntungkan.

2. Menawarkan Menu Extra

Selain menawarkan produk yang lebih mahal, cara teknik *up-selling* di Ticket's café adalah dengan menawarkan menu extra kepada tamu. Hasil wawancara tersebut dari Tyo sebagai Pramusaji Ticket's Café menyatakan bahwa pramusaji biasanya menawarkan setelah jangka waktu tertentu. Misalnya setelah tamu menikmati makanan Appetizer yaitu makanan pembuka kemudian di lanjutkan dengan makanan penutup. Pramusaji memiliki kesempatan untuk menawarkan menu dessert kepada tamu yang lebih berkesan dan lebih berbeda dari tempat-tempat lainnya. Hal tersebut sudah menawarkan menu extra atau menu tambahan kepada tamu. Selain

itu, pramusaji menawarkan menu-menu yang terfavorit dan selalu menawarkan menu-menu yang lain. Jadi selain menawarkan menu inti, pramusaji harus selalu menawarkan menu extra atau menu tambahan kepada tamu yang lebih bonafit atau yang lebih menarik sehingga tamu terkesan untuk memesan menu tersebut.

Adapun cara pramusaji di Ticket's Café dalam menentukan waktu yang tepat dalam melakukan *up-selling* dilihat dari pada saat pengunjung ramai biasanya pada saat weekend. Maka pada waktu tersebut pramusaji berkesempatan untuk mendorong dirinya dalam menjual dan menawarkan menu kepada tamu. Waktu terbaik pramusaji untuk melakukan *up-selling* adalah ketika pelanggan meminta pendapat mereka mengenai menu. Pramusaji dapat menyarankan apa pun yang tamu inginkan, sehingga pramusaji harus memahami mengenai menu masakan. Jika tidak, pramusaji bisa menawarkan 1 atau 2 *up-selling* tanpa mengganggu tamu. Hal ini penting untuk memperhalus teknik *up-selling* agar pelanggan atau tamu tidak merasa tertekan atau terpaksa yang bisa berakibat pada kehilangan pelanggan.

3. Membuat Saran

Selain menawarkan menu extra atau menu tambahan kepada tamu, dengan memberikan saran kepada tamu. Berdasarkan hasil wawancara dari Tyo sebagai Pramusaji Ticekt's Café menyatakan bahwa pramusaji memberikan saran kepada tamu tersebut dengan mengembalikan kepada tamu dengan memberikan pertanyaan. Misalnya, sebenarnya bagaimana cita rasa yang diinginkan oleh tamu seperti apa. Misalnya apakah tamu suka makanan Asian, western, lokal dan cita rasa tamu lebih cenderung rasa kemana baik itu manis, asin, atau pedas. Jadi pramusaji selalu merekomendasikan sesuai lidah atau sesuai cita rasa pelanggan. Jadi pramusaji harus bisa membaca karakter tamu agar pramusaji tahu bagaimana cara melakukan pendekatan dengan tamu.

Karena tamu yang berkunjung ke restoran atau café itu sangat berbeda-beda karakternya.

Memberikan saran yang berguna bagi tamu. Tindakan *up-selling* harus tampak seperti pelayanan yang baik pada menu promosi penjualan. Pramusaji harus tahu segala sesuatu tentang persembahan menu masakan, sehingga mereka dapat berlatih dalam menjual yang baik dan membuat saran yang tepat. Pramusaji harus memiliki pengetahuan yang signifikan dan teknik untuk membaca perilaku dan sinyal para tamu dan pelanggan. Dengan cara itu, pramusaji dapat menawarkan saran dengan makanan dan minuman tertentu, ataupun saran makanan penutup ketika mereka melihat pelanggan belum cukup siap untuk pergi. Teknik *up-selling* tersebut akan dilihat bukan sebagai taktik penjualan, tetapi sebagai layanan berkualitas.

4. Menunjukkan Antusiasme

Selain dari membuat saran yang berguna bagi tamu adapun cara menunjukkan antusiasme kepada tamu dengan hasil wawancara dari Tyo sebagai Pramusaji Ticket's Café yang menyatakan bahwa cara menunjukkan antusiasme kepada tamu adalah dengan meyakinkan kepada tamu bahwa makanan tersebut sangat enak. Pramusaji harus benar-benar mengetahui dan menguasai menu sebelum melakukan *up-selling*. Pramusaji harus lebih inisiatif dalam mengambil perhatian tamu agar tamu memesan menu dan tamu merasa puas dan merasa terkesan. Adapun syarat yang harus dimiliki oleh tamu sebelum melakukan *up-selling* yaitu pramusaji harus menguasai produk atau menu yang akan dia jual dan melakukan pendekatan dengan tamu. Pramusaji harus menguasai lapangan, menguasai tugas dan tanggung jawab pekerjaannya. Dapat dilihat dari segi grooming, pelayanan, kecepatan melayani, ketepatan melayani, pengetahuan tentang makanan dan minuman yang dijualnya mulai dari karakter harga dari cita rasa, semuanya harus dikuasai oleh pramusaji.

Agar tamu merasa mendapatkan informasi jelas tentang menu yang di tawarkan.

Pramusaji harus dilatih untuk membaca Bahasa tubuh dan sikap para pembeli, sehingga mereka dapat mengidentifikasi pelanggan yang mungkin merespon dengan baik untuk saran. Pelanggan yang lama melihat daftar menu atau tampak ragu-ragu tentang apa yang harus dipesan, atau ragu-ragu dengan cara apapun merupakan yang paling terbuka untuk pemberian saran mengenai menu. Rutin melatih pramusaji. Upayakan setiap pramusaji harus merasakan item menu dan menghafal bahan dan persiapan untuk semua hidangan. Pramusaji juga harus menyadari kombinasi makanan yang baik, seperti misalnya cocktail dan pasangan hidangannya, seperti apa yang bisa dan tidak tersedia pada waktu tertentu dan item yang paling menguntungkan untuk restoran.

Sebagai tambahan pramusaji harus memiliki pengetahuan dan tampak bersemangat mengenai menu sajian masakan harus ditampilkan saat memberikan layanan kepada semua pengunjung. Misalnya pramusaji tidak harus hanya meminta dan menawarkan makanan penutup. Sebaliknya pramusaji harus menyebutkan manfaat mendapatkan makanan penutup dan membuat makanan penutup menjadi menarik. Terkadang banyak orang benar-benar ingin sajian *up-selling* yang pramusaji tawarkan, tetapi mereka ragu-ragu, jadi yang tamu butuhkan adalah di yakinkan oleh pramusaji.

Dari beberapa pernyataan diatas dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, teknik *up-selling* di Ticket's Café yaitu dengan menawarkan produk yang lebih mahal, menawarkan menu extra atau menu tambahan kepada tamu, membuat saran dan menunjukkan antusiasme kepada tamu ketika menawarkan menu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pramusaji di Ticket's Café dari pihak management sudah menerapkan *up-selling*. Tetapi untuk keseluruhan pramusaji belum maksimal, karna ada faktor internal. Faktor internal tersebut adalah kurangnya karyawan yang ada di Ticket's Café dan kemampuan dari masing-masing pramusaji yang berbeda-beda dalam menerapkan *up-selling*. Untuk mengatasi hal tersebut harus didukung oleh bagaimana atasan tersebut memberikan arahan kepada bawahannya atau pramusaji di Ticket's Café tersebut dengan melakukan pelatihan secara khusus oleh pramusaji.

Cara teknik *up-selling* di Ticket's Café yaitu menjual produk yang lebih mahal dengan melakukan pendekatan kepada tamu, menawarkan menu tambahan kepada tamu, membuat saran dan menunjukkan antusiasme kepada tamu ketika menawarkan menu dengan cara meyakinkan kepada tamu tentang menu yang di tawarkan.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Bagi Ticket's Café.

Adapun saran-saran yang dikemukakan oleh penulis bagi staff/karyawan/pramusaji Ticket's Café yaitu:

1. Perlunya peningkatan secara maksimal dalam menerapkan teknik *up-selling*.
2. Sebagai atasan, selalu memberikan motivasi kepada bawahannya/pramusaji dengan memberikan target kepada pramusaji agar selalu melakukan *up-selling*.
3. Selalu menjaga komunikasi antara bawahan dan atasannya agar tidak terjadi kesalahan informasi.

5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat dan tetap berhubungan dengan *up-selling* di restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Utama, Rai. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [2] WA, Marsum. (2002). *Restoran dan Segala Permasalahannya*: Penerbit Andi.
- [3] *Food Service Today*. (2012). *Food Service dalam Memaksimalkan Up-selling*:
<http://foodservicetoday.co.id> diakses 29 Maret 2016
- [4] Hendarman, (2011). *Penelitian Dalam Mewujudkan Paradikma "Police and Planning Based Research"* : <http://staff.uny.ac.id> diakses 19 April 2016
- [5] Nurjanah, Maatini (2015). *Strategi Up-selling dalam Meningkatkan Volume Penjualan Makanan Appetizer di Restoran Lotus Hotel Maqna Gorontalo*:
<http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMFSB/article/view/5695> diakses 1 April 2016
- [6] Sharma, Kshitiz (2015). *Up-selling-a High Revenue Technique For Hotels*:
<https://scholar.google.co.id> diakses 1 April 2016
- [7] Kristina, Maria (2012). *Penerapan Metode Primavista Bagi Mahasiswa Praktek Instrumen Mayor (PIM) VI Piano di Jurusan Pendidikan Seni Musik*:
<http://eprints.uny.ac.id> diakses 29 Maret 2016
- [8] Goodman, Raymond. (2002). *F&B Service Management*: Erlangga.
<https://books.google.com> diakses 27 Maret 2016
- [9] Smith. (2015). *Up-selling Techniques in Restaurants*: Small Business.
<http://smallbusiness.chron.com/upselling-techniques-restaurants-20154.html> diakses 3 April 2016
- [10] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Sujarweni V. Wiratna, (2014), *Metodologi Penelitian*: Yogyakarta, Pustakabarupres

LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. Data Pribadi

Nama Lengkap : Nur Zulfiana
Tempat & tanggal lahir : Sinjai, 22 Mei 1995
Alamat Rumah : Jl. Muh. Yasin Limpo
Mala'lang Samata, Gowa
Telp : -
Hp : 082 293 929 190
Email : hotel_nurzulfiana@yahoo.com
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

2. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 76 Pussanti :2001-2007
SMP Negeri 2 Sinjai barat :2007-2010
SMA Negeri 1 Manipi :2010-2013

3. Pendidikan Non Formal

Training di Hotel AryaDuta Makassar : 2014
Training Segara Village Hotel Bali : Maret – Juli 2015
Training Aston Denpasar
Hotel & Convention Center : Agustus – Januari 2016
Hotel Horison Ultima Makassar : Praktek Management Mei 2016

Makassar, Juli 2016

Nur Zulfiana

Lampiran 2: Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara

1. Nama : Muh. Yusuf

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia: 35 tahun

Lama Bekerja: 3 bulan

Jabatan: Manager Outlet Ticket's café

a. Menurut anda, apa pengertian *up-selling* ?

Jawaban: "Up-selling adalah untuk meningkatkan revenue dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi"

b. Menurut anda, bagaimana teknik up-selling di Ticket's café

Jawaban: "Teknik up-selling yang ada di ticket's café adalah menawarkan produk yang lebih mahal dan mendekati diri kepada customer agar customer merasa nyaman dan bahagia."

c. Apakah *up-selling* sangat penting di terapkan kepada karyawan/pramusaji di Ticket's café ?

Jawaban: "Sangat penting diterapkan, karna kembali seperti yang saya katakan tadi pengertian up-selling itu adalah untuk mendapatkan keuntungan yang lebih yang di jual secara komersial dan tentunya resto dan café di wajibkan untuk menerapkan up-selling."

d. Bagaimana cara anda mengarahkan karyawan/pramusaji dalam melakukan up-selling ?

Jawaban: " memberikan training bulanan dan memberikan briefing sebelum dan sesudah operasional"

e. Apa saja syarat pramusaji dalam melakukan *up-selling* ?

Jawaban: "harus menguasai produk yang ada di menu dan melakukan pendekatan dengan tamu secara baik dan terhormat"

f. Menurut anda sejauh ini apakah pramusaji yang ada di ticket's café sudah menerapkan *up-selling* ?

Jawaban: "alhamdulillah sejauh ini mereka sudah menerapkan sistem up-selling dan sejauh ini harus lebih di kembangkan lagi biar tamu semakin ramai dan customer tiap hari datang ke ticket's café dan jujur saya belum puas sampai di situ tentunya saya harus lebih menerapkan system up-selling lagi ke pramusaji"

2. Nama : Yoyo

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia: 31 tahun

Lama bekerja: 6 bulan

Jabatan: Supervisor Ticket's Café

a. Menurut anda, apa pengertian *up-selling* ?

Jawaban: "up-selling itu adalah kalau kita dalam hotel atau dalam resto itu sesuatu yang di targetkan dalam hal ini kita berada dalam lingkungan Ticket's café berarti yang ditargetkan untuk penjualan di ticket's café dari semua segi FB dari food and beverages. Jadi apa yang di targetkan dari owner atau management untuk pemasukan saya dalam kurun waktu tertentu misalnya dalam pemasukan saya di target dalam satu minggu, 2 minggu ataupun perbulan"

b. Apakah di Ticket's café ada target tertentu ?

Jawaban: "pasti ada , kita di targetkan oleh owner dan management 1 bulan itu kita di target 48jt"

c. Menurut anda, bagaimana teknik up-selling di Ticket's café ?

Jawaban: "Teknik up-selling di ticket's café itu kita saling keterkaitan dari satu pihak ke pihak lain dari pekerjaan dari produk dapur dan dari waiter dari manager semuanya berkesinambungan jadi seperti kita dalam dapur kita selalu membuat promo-promo makanan baru, promosi, launching, menu baru. Baru kita push ke waiter kita laporkan ke management untuk waiter. Nah waiter lah yang bekerja dan bertugas untuk menawarkan menu-menu tersebut ke customer kita nah itulah disitu kita push dan termasuk teknik up-selling itu"

d. Apakah *up-selling* sangat penting di terapkan kepada karyawan/pramusaji di Ticket's café ?

Jawaban: “penting sekali, karena pramusaji atau waiter/s situ adalah ujung tanduk dari up-selling tersebut jadi selain dari chefnya punya menu-menu baru dan enak mereka tanpa bantuan dari waiter/ss atau pramusaji kita tidak berarti apa-apa karna tidak mungkin juga seorang chef kedepan untuk menawarkan menunya tersebut itulah makanya kita adalah seperti simbiosi mutualisme bekerja sama yang saling menguntungkan dari pramusaji menawarkan menu-menu baru tersebut untuk di tawarkan ke semua tamu agar tamu lebih mengenal dan akhirnya tamu pesan menu tersebut dan dia terima komentar dari cita rasa makan tersebut jadi situlah mereka harus betul-betul di push untuk menjual menu-menu tersebut dari menu chef dari ticket’s café tersebut.”

- e. Bagaimana cara anda mengarahkan karyawan/pramusaji dalam melakukan *up-selling* ?

Jawaban: “ kalau kita selalu ditanya apa up-selling itu biasanya kita minta berita maksudnya makan apa yang kurang penjualannya dan makanan apa yang kurang penjualannya nah dan situ yang kurang penjualannya bagaimana caranya kita menawarkan kepada tamu dengan meyakinkan tamu dan menawarkan makanan tersebut dan kita targetkan bahwa makanan tersebut memang layak dan masih layak untuk di jual dengan cita rasa yang enak atautkah rasa yang biasa-biasa saja sehingga kenapa permintaan dari customer turun atau kurang laku jadi saya selalu mengarahkan kepada pramusaji untuk mempush makanan-makanan yang kurang keluar kita lihat dari inventori penjualan log book penjualan jadi diharapkan pramusaji juga bisa menarik perhatian customer untuk membeli makanan tersebut .”

f. Apa saja syarat pramusaji dalam melakukan *up-selling* ?

Jawaban: “syarat seorang pramusaji standar lah dia minimal menguasai lapangan dia menguasai pekerjaannya sebagai pramusaji dari segi grooming, pelayanan, kecepatan melayani, ketepatan melayani, pengetahuan makanan yang dia jual minuman yang dia jual dari karakter harga dari cita rasa semuanya harus di ketahui terutama di Ticket’s café saya harus tahu makanan yang saya jual minuman yang saya jual mengetahui standar makanan ini ke arah mana mereka harus tahu itu yang utama kalau produk memang bagian dari kitchen. Kalau saya seorang pramusaji bagaimana merayu tamu untuk membeli makanan saya sebanyak-banyaknya dan tamu di harapkan tidak kecewa dengan produk yang saya jual.”

g. Menurut anda sejauh ini apakah pramusaji yang ada di ticket’s café sudah menerapkan *up-selling* ?

Jawaban: “kalau untuk semuanya ke pramusaji saya akui belum tapi kita selalu melakukan training dari waktu ke waktu tentang pengenalan makanan tentang cara menservice tamu dan segala sesuatu yang berkaitan dengan ticket’s café jadi keseluruhan tidaklah tapi kita kalau saya pribadi sebagai senior pramusaji saya mengerti sekali jadi itu saya terapkan betul-betul ke junior mungkin yang belum lama bekerja disini. Menurut saya sih kalau secara spesifik dari manager dan management sudah di terapkan Cuma penerimaan kita sebatas kemampuan dari teman-teman dan rekan-rekan pramusaji kan tidak sepenuhnya 100% masuk dan mensave kriteria tersebut.”

3. Nama : Tyo

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia: 25 tahun

Lama bekerja: 4 bulan

Jabatan: waiter

- a. Apakah sebelumnya atasan anda sudah mengarahkan tentang *up-selling* di ticket's café ?

Jawaban: "ya selalu, dari pihak manager saya selalu di beritahu ini makanan-makanan yang jarang laku ini makanan-makanan yang sold out ini makanan promo yang harus di push kesaya jadi dari pihak manager itu selalu di kasitau ke semua pramusaji kalau makanan ini sedang promo makanan ini harus di push makanan ini agak kurang kita di upayakan merayu tamu untuk membeli makanan makanan tersebut"

- b. Bagaimana cara anda menentukan waktu yang tepat dalam melakukan *up-selling* ?

Jawaban: "biasanya menurut saya waktu yang tepat untuk melakukan up-selling pada saat sibuk kita biasanya ada semacam sedikit pembicaraan ke orang dapur konten ya berisi tentang makanan jadi bagaimana sampai dimana sebenarnya produk tersebut jadi saya juga biasanya bertanya makanan apa yang sold out makanan apa yang dipush yang mau dijual jadi saat yang tepat menurut saya itu weekend biasanya pada saat weekend itu ramai jadi disitulah kesempatan saya untuk menawarkan makanan-makanan saya yang yang saya push ke customer saya .

- c. Apakah anda pernah menawarkan produk yang lebih mahal ketika menawarkan menu kepada tamu ?

Jawaban: "saya selalu upayakan berbagai macam menu entah murah entah mahal saya tetap tawarkan ke customer lebih-lebih

yang mahal dan jenis makanan yang lebih artistic seperti menu-menu baru meskipun agak mahal tapi kalau dengan di barengi dengan kuantitas dan kualitas dan cita rasa yang bagus saya tidak ragu-ragu dan tidak segan-segan untuk menawarkan ke customer saya”

d. Bagaimana cara anda menawarkan menu extra kepada tamu ?

Jawaban: “biasanya itu kalau saya tawarkan setelah jangka waktu tertentu jadi setelah tamu mungkin menikmati appetizer makanan pembuka terus dilanjutkan dengan makanan penutup kemudian saya lanjutkan dengan dessert dengan makanan penutupnya yang berkesan manis atau mungkin saya rasa tamu bisa mencicipi makanan yang lain yang lebih berkesan dan lebih berbeda dari tempat-tempat lain. jadi saya kembalikan lagi kepada kitchennya kalau dia mempunyai menu-menu baru atau menu-menu yang terfavorit saya sarankan ke customer biasanya saya tawarkan menu lain dan yang lain lagi. Jadi selain saya menawarkan menu inti saya biasanya menawarkan menu extra yang lebih bonafit atau yang lebih keren ”

e. Bagaimana cara anda membuat saran kepada tamu ?

Jawaban: “kalau saya memberikan saran kepada tamu saya kembalikan kepada tamu saya memberikan pertanyaan sebenarnya cita rasa customer itu suka makanan yang bagaimana misalnya Asian, Indonesian, atau western jadi saya menawarkan berbagai item menu yang ada di ticket’s café dan saya tanya cita rasanya tamu suka yang arah cenderung rasa manis, asin atau pedas jadi dari semua segi itu itulah yang saya sarankan kepada tamu jadi biar tamu menyesuaikan kalau memang tamu suka makanan pedas maka saya akan merekomendasikan untuk makanan yang sesuai dengan lidah customer saya ”

f. Bagaimana cara anda menunjukkan antusiasme kepada tamu ketika menawarkan menu ?

Jawaban: "itu sudah jadi tanggung jawab kita sebagai pramusaji jadi kita meyakinkan bahwa ini makanan terbaru kita dan makanan favorit kita dan wajib di coba jadi saya yakinkan kepada tamu bahwa makanan tersebut enak jadi saya berani meyakinkan dan pasti saya harus juga tahu ingrediants dan cita rasa makanan tersebut baru berani saya tawarkan ke tamu itulah antusias saya biar semua menu saya tetap laku"

Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara (foto)

1. Dokumentasi Wawancara dengan Manager Outlet Ticket's Café (MUH. YUSUF)



2. Dokumentasi Wawancara dengan Supervisor Ticket's Café (YOYO')



3. Dokumentasi Wawancara dengan Pramusaji Ticket's Café (TYO)



Lampiran 4: Objek Penelitian

1. Hotel Horison Ultima Makassar



2. Ticket's Café

