

LAPORAN STUDI KASUS
PENANGANAN GUEST PREFERENCE SEBAGAI BAGIAN DARI PELAYANAN PADA
DEPARTEMEN FOOD AND BEVERAGE SERVICE
DI HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BATAM

Disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan Mata Kuliah Pengalaman
Lapangan Industri (PLI)



Oleh :

Salwa Azzahra / 24135199

Dosen Pembimbing : Dr. Rian Surenda S.El.,M.M

Supervisor : Syamsu Rizal (Asst Outlet Manager)

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2026

LEMBAR PENGESAHAN FAKULTAS

**Laporan Ini Disampaikan untuk Memenuhi sebagian dari Persyaratan
Penyelesaian Pengalaman Lapangan Industri (PLI) I FPP-UNP Padang**

Semester Januari 2026 – Juni 2026

Oleh :

Salwa Azzahra

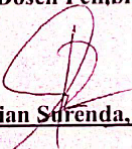
NIM : 24135199

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan

Departemen Pariwisata

Diperiksa dan Disahkan Oleh:

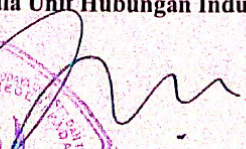
Dosen Pembimbing


Dr. Rian Surenda, S.EI, M.M

NIDN 0010039002

a.n. Dekan FPP-UNP

Kepala Unit Hubungan Industri



Vischa Mansvera Pratama, S.PD., M.Pd
NIP. 199502132022032020

HALAMAN PENGESAHAN DARI INDUSTRI

**Laporan Ini Disampaikan Untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan
Penyelesaian Magang Berdampak I**

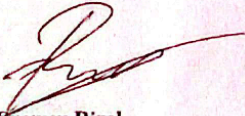
**FPP-UNP
Semester January-July 2026**

**Oleh :
Salwa Azzahra
NIM : 24135199**

**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata Dan perhotelan**

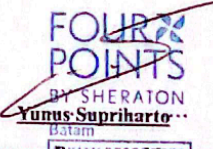
Diperiksa dan Disahkan oleh:

Pembimbing Dari Industri



Syamsu Rizal

Asst. Outlet Manager F&B Service



Yunus Supriharto
Human Resource Manager

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan Magang Berdampak I serta dapat menyelesaikan laporannya tepat waktu dan tanpa adanya halangan. Laporan ini dibuat berdasarkan kegiatan penulis selama menjalani Magang Berdampak I di Four Points by Sheraton Batam pada tanggal 05 Januari – 09 Juli 2026.

Pengalaman Magang Berdampak I ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi D4 Manajemen Perhotelan. Selain untuk menuntaskan program studi pada semester empat, pengalaman lapangan ini juga banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun non-akademik dan merupakan pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di bangku kuliah.

Dalam penyusunan laporan Pengalaman Magang Berdampak I ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par selaku Ketua Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Vischa Mansyera Pratama, M.Pd. selaku koordinator Unit Hubungan Industri Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.
4. Ibu Waryono, S.Pd., MM.Par selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) Jurusan Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.
5. Ibu Rahmi Fadilah, M.Pd. selaku koordinator Praktek Lapangan Industri Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.
6. Bapak Rian Surenda, E.El, M.M selaku Dosen Pembimbing
7. Bapak Yunus Supriharto selaku Human Resource Departement hotel Four Points by Sheraton Batam.
8. Bapak Syamsu Rizal selaku Manager Departemen food and beverage hotel Four Points by Sheraton Batam.
9. Bapak Deyan Sabar Christian Tambunan selaku Spv food and beverage hotel Four
10. Papa, Mama dan keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian, serta do'a yang tidak putus.

11. Seluruh staff dan dw food and beverage hotel Four Points by Sheraton Batam yang telah membantu selama proses magang.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa hasil laporan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas ketidak sempurnaan dan kesalahan yang mungkin telah dilakukan dalam pembuatan laporan ini. Kritik serta saran terkait laporan ini akan sangat membantu penulis untuk berkembang kedepannya.

Batam, 25 Maret 2026



Salwa Azzahra

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Studi Kasus	6
1.5 Manfaat Studi Kasus	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Hotel	10
2.1.2 Departemen <i>Food and Beverage Service</i>	12
2.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab Departemen <i>Food and Beverage Service</i>	13
2.1.4 <i>Guest Preference</i>	15
2.1.5 Penerapan <i>Guest Preference</i> sebagai Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE STUDI KASUS	

3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Dan Waktu PLI.....	25
3.3 Profil Organisasi Perusahaan / Industri.....	27
3.4 Subjek Dan Objek Studi Kasus.....	44
3.4.1 Subjek Studi Kasus.....	44
3.4.2 Objek Studi Kasus.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Observasi.....	45
3.5.2 Wawancara.....	46
3.5.3 Dokumentasi.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1 Kondensasi Data (<i>Data Condensation</i>).....	47
3.6.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	47
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>Conclusion Drawing and Verification</i>).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Studi Kasus.....	49
4.2 Temuan Studi Kasus.....	50
4.3 Analisis Permasalahan.....	51
4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori Dan Penelitian Terdahulu.....	53
4.5 Solusi Atau Rekomendasi Perbaikan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan PLI di Four Points By Sheraton Batam.....</i>	<i>27</i>
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Four Points By Sheraton Batam</i>	27
Gambar 3.2 <i>Struktur Four Points By Sheraton Batam</i>	43
Sumber : <i>Dokumen hasil olahan penulis</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 A. Pedoman Wawancara.....	62
Lampiran 2 B. Hasil Observasi.....	63
Lampiran 3 C. Gambaran Umum SOP Kerja.....	66
Lampiran 4 D. Dokumentasi Keterangan PLI.....	70
Lampiran 5 E. Surat Pengantar PLI.....	71
Lampiran 6 F. Loogbok.....	129
Lampiran 7 G. Lembar Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing.....	130
Lampiran 8 H. Lembar Konsultasi Dengan Supervisor.....	131
Lampiran 9 I. Data Pendukung Lainnya.....	132

ABSTRAK

Industri perhotelan saat ini menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga setiap hotel dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan tamu. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu adalah melalui penerapan *guest preference*, yaitu kemampuan hotel dalam mengenali, mencatat, serta memenuhi kebutuhan dan preferensi tamu secara konsisten. Studi kasus ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *guest preference* sebagai strategi meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen Food and Beverage Service di Four Points by Sheraton Batam, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya, serta memberikan rekomendasi perbaikan agar implementasinya semakin optimal.

Metode yang digunakan dalam studi kasus ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) pada tanggal 5 Januari hingga 9 Juli 2026 melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur dengan Supervisor Food and Beverage Service, serta dokumentasi terhadap aktivitas operasional yang berkaitan dengan penerapan *guest preference*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai praktik pelayanan di lapangan.

Hasil studi menunjukkan bahwa penerapan *guest preference* di Four Points by Sheraton Batam telah menjadi bagian dari standar pelayanan yang berorientasi

pada pengalaman tamu. Penerapan tersebut dilakukan melalui identifikasi preferensi tamu, komunikasi antardepartemen, pencatatan informasi tamu, serta pemberian pelayanan yang bersifat personal sesuai kebutuhan masing-masing tamu. Strategi ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan tamu, loyalitas pelanggan, serta citra hotel. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan informasi preferensi tamu baru, komunikasi yang belum sepenuhnya konsisten antarstaf, serta perlunya peningkatan pembaruan data preferensi tamu secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis, disimpulkan bahwa penerapan *guest preference* merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan tamu apabila didukung oleh koordinasi yang baik, kompetensi karyawan, sistem pencatatan data yang akurat, serta evaluasi pelayanan secara berkala. Oleh karena itu, hotel disarankan untuk memperkuat pelatihan mengenai pelayanan personal (*personalized service*), meningkatkan pemanfaatan sistem informasi tamu, memperkuat koordinasi lintas departemen, dan melakukan evaluasi secara rutin terhadap implementasi *guest preference*. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, menciptakan pengalaman menginap yang berkesan, serta memperkuat daya saing Four Points by Sheraton Batam di industri perhotelan.

Kata Kunci: Guest Preference, Kepuasan Tamu, Food and Beverage Service, Kualitas Pelayanan, Four Points by Sheraton Batam.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan akomodasi yang berkualitas. Persaingan yang semakin ketat antarhotel, baik hotel berbintang maupun nonberbintang, mendorong setiap pelaku industri untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan tamu. Dalam industri jasa, pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena produk yang ditawarkan tidak hanya berupa fasilitas fisik, tetapi juga pengalaman yang dirasakan oleh tamu selama menggunakan jasa hotel. Oleh karena itu, setiap hotel dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang profesional, konsisten, serta berorientasi pada kepuasan tamu.

Kepuasan tamu menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan suatu hotel. Tamu yang merasa puas tidak hanya akan kembali menggunakan jasa hotel, tetapi juga berpotensi memberikan rekomendasi positif kepada keluarga, teman, maupun melalui berbagai platform digital. Sebaliknya, tamu yang merasa tidak puas dapat memberikan ulasan negatif yang berpengaruh terhadap citra dan tingkat hunian hotel. Di era digital saat ini, penyebaran informasi mengenai pengalaman tamu berlangsung sangat cepat melalui media sosial maupun situs ulasan perjalanan, sehingga kualitas pelayanan menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan oleh pihak manajemen hotel.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu adalah melalui penerapan *guest preference*. *Guest*

preference merupakan upaya hotel dalam mengidentifikasi, mencatat, memahami, serta memenuhi kebutuhan, kebiasaan, dan keinginan tamu secara personal. Informasi mengenai preferensi tamu dapat berupa jenis makanan dan minuman yang disukai, pantangan makanan, pilihan tempat duduk, waktu pelayanan, alergi terhadap bahan tertentu, hingga kebiasaan tamu selama menginap. Data tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai dasar dalam memberikan pelayanan yang lebih personal sehingga tamu merasa diperhatikan dan dihargai.

Konsep *guest preference* sejalan dengan perkembangan industri perhotelan yang mengedepankan pelayanan berbasis personalisasi (*personalized service*). Saat ini, tamu tidak hanya mengharapkan pelayanan yang cepat dan tepat, tetapi juga pelayanan yang mampu menyesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masing-masing individu. Personalisasi pelayanan memberikan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing karena dibangun melalui pengalaman dan hubungan antara hotel dengan tamunya. Oleh sebab itu, penerapan *guest preference* menjadi salah satu strategi yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi hotel.

Dalam operasional hotel, Departemen Food and Beverage merupakan salah satu departemen yang memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan langsung kepada tamu. Departemen ini bertanggung jawab terhadap penyediaan makanan dan minuman dengan memperhatikan kualitas produk, kebersihan, keamanan pangan, ketepatan penyajian, serta kualitas pelayanan. Interaksi yang intens antara karyawan Food and Beverage dengan tamu menjadikan departemen ini sebagai salah satu ujung tombak dalam membangun kepuasan dan loyalitas tamu. Pelayanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada penyajian makanan dan minuman, tetapi juga pada kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan dan preferensi setiap tamu.

Penerapan *guest preference* pada Departemen Food and Beverage dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengingat menu favorit tamu, menyediakan alternatif makanan sesuai kebutuhan diet, memperhatikan pantangan makanan karena alasan kesehatan maupun agama, memberikan pelayanan sesuai kebiasaan tamu, hingga memberikan perhatian khusus pada tamu yang memiliki kebutuhan tertentu. Dengan adanya penerapan tersebut, tamu akan merasakan pengalaman pelayanan yang lebih personal sehingga tingkat kepuasan mereka dapat meningkat. Selain itu, pelayanan yang sesuai dengan preferensi tamu juga mampu menciptakan hubungan yang lebih baik antara tamu dan pihak hotel.

Meskipun demikian, penerapan *guest preference* dalam operasional sehari-hari tidak selalu berjalan secara optimal. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain keterbatasan komunikasi antarbagian, kurangnya pendokumentasian data preferensi tamu, tingginya tingkat pergantian karyawan (*turnover*), keterbatasan waktu pelayanan saat tingkat hunian tinggi, serta belum adanya standar operasional yang mengatur pengelolaan data preferensi tamu secara menyeluruh. Kondisi tersebut dapat menyebabkan informasi mengenai kebutuhan tamu tidak tersampaikan dengan baik kepada seluruh karyawan yang bertugas sehingga pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan tamu.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi telah memberikan peluang bagi hotel untuk mengelola data tamu secara lebih efektif melalui sistem manajemen hotel (*Property Management System*) maupun *Customer Relationship Management* (CRM). Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan setiap preferensi tamu terdokumentasi dengan baik sehingga dapat diakses oleh departemen terkait, termasuk Departemen Food and Beverage. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan dapat menjadi lebih konsisten, efektif, dan sesuai dengan

ekspektasi tamu pada setiap kunjungan.

Pada hotel bintang 4, standar pelayanan yang diterapkan umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan hotel kelas menengah. Tamu yang menginap di hotel bintang 4 memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas pelayanan, termasuk pelayanan makanan dan minuman. Mereka tidak hanya menilai kualitas produk yang disajikan, tetapi juga memperhatikan keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan staf dalam memahami kebutuhan tamu, serta perhatian terhadap detail-detail kecil yang dapat meningkatkan kenyamanan selama berada di hotel. Oleh karena itu, penerapan *guest preference* menjadi salah satu strategi yang sangat penting untuk memenuhi ekspektasi tersebut.

Keberhasilan penerapan *guest preference* tidak hanya memberikan dampak terhadap meningkatnya kepuasan tamu, tetapi juga berdampak pada loyalitas pelanggan, peningkatan citra hotel, serta keunggulan dalam persaingan bisnis. Tamu yang merasa mendapatkan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif, melakukan kunjungan ulang (*repeat guest*), serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hal tersebut tentunya memberikan keuntungan jangka panjang bagi hotel dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa penerapan *guest preference* memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada Departemen Food and Beverage. Namun demikian, efektivitas penerapan strategi tersebut perlu dianalisis secara lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana implementasinya telah mampu meningkatkan kepuasan tamu, faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaannya, serta upaya yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan penerapan *guest*

preference. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul "Penerapan Standar Guest Preference Terhadap Pelayanan pada Departemen Food and Beverage" penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen perhotelan sekaligus menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pihak hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan tamu secara berkelanjutan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Penerapan *guest preference* pada Departemen Food and Beverage belum dilakukan secara optimal sehingga belum seluruh kebutuhan dan preferensi tamu dapat terpenuhi dengan baik.
2. Pendokumentasian data preferensi tamu belum dilakukan secara konsisten, sehingga informasi mengenai kebiasaan, kebutuhan, dan keinginan tamu sulit dimanfaatkan sebagai acuan dalam memberikan pelayanan.
3. Koordinasi dan komunikasi antarpegawai maupun antardepartemen dalam menyampaikan informasi mengenai preferensi tamu belum berjalan secara efektif.
4. Kemampuan karyawan dalam mengenali, memahami, dan menerapkan *guest preference* masih beragam sehingga kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu belum sepenuhnya konsisten.

5. Tingginya ekspektasi tamu terhadap pelayanan di hotel bintang 4 menuntut adanya pelayanan yang lebih personal, namun penerapannya masih menghadapi berbagai kendala operasional.
6. Belum diketahui sejauh mana penerapan *guest preference* berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen Food and Beverage.
7. Masih terdapat faktor-faktor yang menghambat penerapan *guest preference*, seperti keterbatasan waktu pelayanan, tingginya tingkat hunian hotel, serta kurang optimalnya pemanfaatan data preferensi tamu dalam proses pelayanan.
8. Belum terdapat evaluasi yang komprehensif
9. mengenai efektivitas penerapan *guest preference* sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu pada Departemen Food and Beverage.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam?
3. Bagaimana penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam?

1.4 Tujuan Studi Kasus

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan studi kasus ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mendukung serta menghambat penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam.
3. Untuk menganalisis penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage* di Four Points by Sheraton Batam.
4. Untuk memberikan rekomendasi kepada pihak Four Points by Sheraton Batam dalam mengoptimalkan penerapan *guest preference* sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage*.

1.5 Manfaat Studi Kasus

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil studi kasus ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen perhotelan dan manajemen pelayanan (*hospitality management*), terutama yang berkaitan dengan penerapan *guest preference* dalam meningkatkan kepuasan tamu. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi ilmiah mengenai pentingnya pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan preferensi tamu sebagai salah satu strategi untuk menciptakan pengalaman menginap yang berkualitas.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian

bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti selanjutnya yang memiliki minat pada bidang pelayanan hotel, khususnya pada Departemen *Food and Beverage*. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian sejenis dengan objek, metode, maupun variabel yang berbeda sehingga mampu memberikan wawasan yang lebih luas mengenai implementasi *guest preference* dalam industri perhotelan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Four Points by Sheraton Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi manajemen Four Points by Sheraton Batam dalam menilai efektivitas penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage*. Melalui hasil penelitian ini, pihak hotel diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapan *guest preference*, sehingga dapat menyusun strategi dan kebijakan yang lebih tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan, memperkuat koordinasi antarbagian, serta mengoptimalkan pemanfaatan data preferensi tamu sebagai bagian dari pelayanan yang lebih personal. Dengan demikian, hotel diharapkan mampu meningkatkan kepuasan tamu, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

b. Bagi Departemen *Food and Beverage*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran

mengenai pentingnya penerapan *guest preference* dalam kegiatan operasional sehari-hari pada Departemen *Food and Beverage*. Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan tamu.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas pelayanan melalui penerapan standar pelayanan yang lebih konsisten, peningkatan komunikasi antarpegawai, serta optimalisasi pencatatan dan pemanfaatan data preferensi tamu. Dengan pelayanan yang lebih personal, diharapkan tamu memperoleh pengalaman yang lebih baik selama menikmati layanan makanan dan minuman di hotel.

c. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis memperoleh kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam kondisi nyata di dunia kerja, khususnya pada bidang operasional Departemen *Food and Beverage* di industri perhotelan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis mengenai penerapan *guest preference* sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan penulis dalam melakukan observasi, pengumpulan data, analisis, serta penyusunan karya ilmiah secara sistematis sesuai dengan kaidah akademik. Pengalaman tersebut diharapkan menjadi bekal yang bermanfaat bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja maupun dalam melakukan penelitian di masa mendatang.

d. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi pembaca, mahasiswa, maupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai *guest preference*, kualitas pelayanan, kepuasan tamu, maupun manajemen operasional Departemen *Food and Beverage*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan acuan dalam mengembangkan penelitian lanjutan dengan ruang lingkup yang lebih luas, metode penelitian yang berbeda, maupun objek penelitian pada hotel atau perusahaan jasa lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Hotel

Hotel merupakan salah satu jenis usaha jasa di bidang akomodasi yang menyediakan pelayanan penginapan bagi masyarakat umum dengan tujuan komersial. Selain menyediakan kamar sebagai tempat menginap, hotel juga menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan pendukung, seperti restoran, layanan makanan dan minuman (*food and beverage*), ruang pertemuan, layanan binatu (*laundry*), pusat kebugaran, kolam renang, serta berbagai fasilitas lainnya yang bertujuan memenuhi kebutuhan tamu selama menginap. Menurut Sulastiyono (2016), hotel

adalah suatu perusahaan yang dikelola secara komersial dengan menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta pelayanan lainnya kepada setiap tamu yang membutuhkan tempat tinggal sementara. Keberhasilan hotel sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu, karena industri perhotelan merupakan industri jasa yang menjual pengalaman, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan.

Sebagai bagian dari industri pariwisata, hotel memiliki fungsi yang sangat penting, tidak hanya sebagai penyedia akomodasi, tetapi juga sebagai penyedia berbagai layanan penunjang yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis. Hotel juga berfungsi sebagai tempat penyelenggaraan berbagai kegiatan, seperti rapat, seminar, konferensi, pameran, pernikahan, dan berbagai acara sosial lainnya. Dengan demikian, keberadaan hotel memberikan kontribusi yang besar terhadap perkembangan sektor pariwisata, peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta pertumbuhan ekonomi.

Hotel memiliki karakteristik yang membedakannya dengan usaha lainnya. Produk utama hotel berupa jasa sehingga bersifat tidak berwujud (*intangible*), di mana tamu lebih menilai kualitas pelayanan daripada produk fisik yang diterima. Selain itu, proses produksi dan konsumsi jasa berlangsung secara bersamaan (*inseparability*), sehingga interaksi antara tamu dengan karyawan menjadi faktor yang sangat menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan hotel juga memiliki tingkat variasi (*variability*) karena dipengaruhi oleh kemampuan, keterampilan, dan sikap setiap karyawan dalam melayani tamu. Di sisi lain, jasa hotel tidak dapat disimpan (*perishability*), sehingga kamar yang tidak terjual pada suatu hari tidak dapat dijual kembali pada hari berikutnya. Oleh karena itu, hotel

harus mampu mengelola operasional dan kualitas pelayanan secara efektif agar dapat memberikan pengalaman terbaik kepada tamu.

Hotel juga dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai aspek, seperti jumlah bintang, lokasi, tujuan kunjungan tamu, maupun lama menginap. Berdasarkan klasifikasi bintang, hotel dibedakan menjadi hotel bintang satu hingga hotel bintang lima yang menunjukkan tingkat fasilitas, pelayanan, dan kualitas yang dimiliki. Berdasarkan lokasi, hotel dapat berupa *city hotel*, *resort hotel*, *business hotel*, *airport hotel*, maupun *boutique hotel*, yang masing-masing memiliki karakteristik pelayanan sesuai dengan kebutuhan pasar yang dilayani.

Dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif, setiap hotel dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui penerapan standar operasional, inovasi layanan, serta pelayanan yang berorientasi pada kepuasan tamu. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memahami kebutuhan, harapan, dan preferensi tamu sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih personal dan mampu menciptakan pengalaman menginap yang berkesan. Dengan demikian, hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai penyedia pengalaman pelayanan yang berkualitas sehingga mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta keinginan tamu untuk kembali menggunakan jasa hotel di masa yang akan datang.

2.1.2 Departemen *Food and Beverage Service*

Departemen *Food and Beverage Service* (F&B Service) merupakan salah satu departemen operasional yang memiliki peran penting dalam industri perhotelan. Departemen ini bertanggung jawab memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu secara profesional sesuai dengan standar operasional hotel. Fokus utama departemen ini tidak hanya menyajikan makanan dan minuman, tetapi juga menciptakan pengalaman pelayanan yang berkualitas melalui keramahan, ketepatan,

kecepatan, serta kemampuan memahami kebutuhan dan preferensi tamu.

Menurut Soekresno dan Pendit (2018), *Food and Beverage Service* adalah bagian dari operasional hotel yang bertugas memberikan pelayanan kepada tamu dalam proses penyajian makanan dan minuman, mulai dari menerima tamu, memberikan informasi mengenai menu, mencatat pesanan, menyajikan makanan dan minuman, hingga menangani pembayaran serta memastikan kepuasan tamu setelah pelayanan diberikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan F&B Service menjadi salah satu faktor yang memengaruhi citra hotel secara keseluruhan.

Departemen *Food and Beverage Service* memiliki fungsi utama sebagai penyedia pelayanan makanan dan minuman di berbagai outlet hotel, seperti restoran, bar, lounge, *room service*, banquet, serta pelayanan pada berbagai acara khusus seperti rapat, seminar, konferensi, dan pesta pernikahan. Selain menjalankan fungsi operasional, departemen ini juga berperan dalam meningkatkan pendapatan hotel (*revenue generating department*) karena penjualan makanan dan minuman merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar setelah penjualan kamar.

Dalam pelaksanaannya, Departemen *Food and Beverage Service* memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab, antara lain menyambut tamu dengan ramah, mengarahkan tamu ke meja yang tersedia, memberikan rekomendasi menu, mencatat pesanan secara akurat, menyajikan makanan dan minuman sesuai standar pelayanan, memastikan kebersihan area pelayanan, menangani keluhan tamu secara profesional, serta membangun hubungan yang baik dengan tamu melalui pelayanan yang personal. Seluruh kegiatan tersebut dilakukan berdasarkan *Standard Operating Procedure* (SOP) dan standar pelayanan yang berlaku agar kualitas layanan tetap konsisten.

Sebagai industri jasa, keberhasilan Departemen *Food and Beverage*

Service sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia. Karyawan dituntut memiliki kompetensi teknis (*technical skill*), kemampuan komunikasi (*communication skill*), pengetahuan mengenai produk (*product knowledge*), etika pelayanan (*service etiquette*), kemampuan menjual (*selling skill*), serta kemampuan memahami kebutuhan dan preferensi tamu (*guest preference*). Kompetensi tersebut menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu.

Dalam perkembangan industri perhotelan yang semakin kompetitif, Departemen *Food and Beverage Service* tidak hanya berorientasi pada penyajian makanan dan minuman, tetapi juga pada pemberian pelayanan yang bersifat personal (*personalized service*). Pelayanan yang memperhatikan preferensi tamu, seperti mengingat menu favorit, kebutuhan diet tertentu, alergi makanan, pilihan tempat duduk, maupun kebiasaan tamu, akan memberikan nilai tambah yang membedakan suatu hotel dari pesaingnya. Oleh karena itu, penerapan *guest preference* dalam Departemen *Food and Beverage Service* menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan kepuasan tamu, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing hotel di industri perhotelan.

2.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab Departemen *Food and Beverage Service*

Departemen *Food and Beverage Service* (F&B Service) merupakan departemen operasional yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu. Tugas utama departemen ini adalah memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan standar operasional hotel agar tamu memperoleh pengalaman bersantap yang nyaman, aman, dan memuaskan. Keberhasilan pelayanan tidak hanya diukur dari kualitas makanan dan minuman yang disajikan,

tetapi juga dari sikap profesional, keramahan, kecepatan, ketepatan, serta kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan dan preferensi tamu.

Secara umum, tugas dan tanggung jawab Departemen *Food and Beverage Service* meliputi:

1. Menyambut tamu dengan ramah, sopan, dan profesional sesuai dengan standar pelayanan hotel.
2. Mengantar dan mengarahkan tamu ke meja yang telah disiapkan serta membantu tamu memperoleh tempat duduk yang nyaman.
3. Memberikan informasi mengenai menu, bahan makanan, metode pengolahan, serta memberikan rekomendasi menu sesuai dengan kebutuhan dan preferensi tamu.
4. Mencatat pesanan makanan dan minuman secara akurat menggunakan sistem yang berlaku di hotel.
5. Menyampaikan pesanan kepada bagian dapur (*Kitchen*) atau bar dengan jelas dan tepat waktu.
6. Menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan standar penyajian (*sequence of service*) serta memastikan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk sebelum disajikan kepada tamu.
7. Memastikan seluruh peralatan makan, peralatan minum, meja, kursi, dan area restoran selalu bersih, rapi, dan siap digunakan.
8. Memberikan pelayanan yang cepat, responsif, dan penuh perhatian selama tamu menikmati makanan dan minuman.
9. Menangani permintaan khusus (*special request*) maupun preferensi tamu, seperti pilihan tempat duduk, makanan tertentu, kebutuhan diet, atau alergi makanan, sesuai dengan kemampuan operasional hotel.

10. Menangani keluhan tamu secara profesional dengan memberikan solusi yang cepat dan tepat untuk menjaga kepuasan tamu.
11. Melakukan proses penagihan (*billing*) dan pembayaran sesuai prosedur hotel dengan tetap menjaga ketelitian dan keakuratan transaksi.
12. Menjalin komunikasi dan kerja sama yang baik dengan departemen lain, seperti *Kitchen*, Front Office, Housekeeping, dan Sales & Marketing, guna memastikan kelancaran pelayanan kepada tamu.
13. Menjaga kebersihan area kerja serta menerapkan standar higiene, sanitasi, dan keselamatan kerja selama operasional berlangsung.
14. Melaksanakan prosedur pembukaan (*opening duties*) dan penutupan operasional (*closing duties*) restoran sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP).
15. Berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu melalui pelayanan yang konsisten, profesional, serta berorientasi pada konsep *service excellence*.

Dengan menjalankan tugas dan tanggung jawab tersebut secara konsisten, Departemen *Food and Beverage Service* berperan penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi tamu akan meningkatkan kepuasan, memperkuat citra positif hotel, serta mendorong loyalitas tamu untuk kembali menggunakan layanan hotel pada masa mendatang.

2.1.4 Guest Preference

Guest preference merupakan salah satu konsep penting dalam industri perhotelan yang berfokus pada kemampuan hotel dalam mengenali, memahami, mencatat, dan memenuhi kebutuhan serta preferensi setiap tamu secara personal. Preferensi tamu mencakup

berbagai aspek, seperti pilihan makanan dan minuman, tempat duduk favorit, kebiasaan konsumsi, kebutuhan diet, alergi makanan, tingkat kepedasan, hingga cara pelayanan yang diinginkan. Penerapan *guest preference* bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih personal (*personalized service*), sehingga tamu merasa dihargai, diperhatikan, dan memperoleh pengalaman menginap maupun bersantap yang berkesan.

Dalam industri perhotelan modern, *guest preference* tidak hanya menjadi bagian dari pelayanan, tetapi juga merupakan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan membangun hubungan jangka panjang dengan tamu. Hotel yang mampu mengingat dan memenuhi preferensi tamu akan lebih mudah menciptakan kepuasan, meningkatkan loyalitas, serta mendorong tamu untuk kembali menggunakan layanan hotel. Oleh karena itu, penerapan *guest preference* menjadi salah satu bentuk implementasi *service excellence* yang membedakan kualitas pelayanan suatu hotel dengan hotel lainnya.

Pada Departemen *Food and Beverage Service*, penerapan *guest preference* dilakukan melalui berbagai cara, seperti mencatat menu favorit tamu, mengetahui alergi atau pantangan makanan, memahami kebutuhan diet tertentu, mengingat pilihan minuman, menyediakan tempat duduk sesuai kebiasaan tamu, hingga menyesuaikan gaya pelayanan dengan karakteristik masing-masing tamu. Informasi tersebut biasanya diperoleh melalui interaksi langsung dengan tamu, riwayat kunjungan sebelumnya, maupun sistem basis data hotel (*guest history*). Selanjutnya, informasi tersebut dimanfaatkan oleh karyawan sebagai acuan dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat, tepat, dan sesuai dengan harapan tamu.

Penerapan *guest preference* memberikan berbagai manfaat bagi hotel maupun tamu. Bagi tamu, pelayanan yang sesuai dengan preferensi pribadi akan meningkatkan rasa nyaman, dihargai, dan diperhatikan

sehingga pengalaman selama berada di hotel menjadi lebih menyenangkan. Sementara itu, bagi hotel, penerapan *guest preference* dapat meningkatkan kepuasan tamu, memperkuat citra positif perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong pembelian ulang (*repeat business*), menghasilkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif, serta meningkatkan daya saing hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

Namun, keberhasilan penerapan *guest preference* sangat bergantung pada kompetensi karyawan dalam membangun komunikasi yang baik dengan tamu, kemampuan mengamati kebutuhan tamu, ketelitian dalam mencatat informasi, serta koordinasi antarbagian agar preferensi yang telah dicatat dapat diwujudkan dalam pelayanan. Oleh karena itu, pelatihan karyawan, penerapan standar operasional prosedur (SOP), pemanfaatan sistem informasi tamu, dan budaya pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan implementasi *guest preference*.

Dengan demikian, *guest preference* bukan sekadar mengingat kebiasaan tamu, tetapi merupakan strategi pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan individu setiap tamu. Melalui pelayanan yang personal, konsisten, dan sesuai dengan harapan tamu, hotel dapat menciptakan pengalaman yang berkesan, meningkatkan kepuasan serta loyalitas tamu, dan pada akhirnya mendukung keberhasilan operasional serta keberlanjutan bisnis hotel.

2.1.5 Penerapan Standar *Guest Preference* Terhadap Pelayanan Pada Departemen Food And Beverage Service

Penerapan standar *guest preference* merupakan salah satu bentuk implementasi pelayanan yang berorientasi pada tamu (*guest-oriented service*) dalam industri perhotelan. Standar ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tamu memperoleh pelayanan yang sesuai

dengan kebutuhan, kebiasaan, dan preferensi pribadinya sehingga tercipta pengalaman menginap yang lebih personal, nyaman, dan berkesan. Dalam praktiknya, *guest preference* tidak hanya berfokus pada pemenuhan permintaan tamu pada saat tertentu, tetapi juga mencakup proses mengenali, mencatat, menyimpan, serta memanfaatkan informasi mengenai preferensi tamu sebagai dasar dalam memberikan pelayanan yang konsisten pada kunjungan berikutnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016), perusahaan jasa harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing. Dalam konteks industri perhotelan, konsep tersebut diwujudkan melalui pelayanan yang mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik setiap tamu. Dengan demikian, penerapan standar *guest preference* menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan kepuasan tamu karena pelayanan yang diberikan bersifat lebih personal dan sesuai dengan harapan mereka.

Departemen *Food and Beverage Service* merupakan salah satu departemen operasional hotel yang memiliki interaksi langsung dengan tamu dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman. Menurut Soekresno dan Pendit (2018), *Food and Beverage Service* bertanggung jawab memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu secara profesional, mulai dari penyambutan tamu, pengambilan pesanan, penyajian makanan dan minuman, hingga penanganan keluhan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan pada departemen ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan serta preferensi tamu.

Penerapan standar *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage Service* dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mengidentifikasi preferensi tamu melalui komunikasi maupun observasi, mendokumentasikan informasi tersebut dalam sistem hotel atau catatan

operasional, mengomunikasikan informasi kepada karyawan yang bertugas, kemudian menerapkan preferensi tersebut selama proses pelayanan berlangsung. Contoh penerapannya antara lain mengingat nama tamu, menawarkan menu favorit, menyediakan makanan sesuai kebutuhan diet atau alergi, menyesuaikan tingkat kematangan makanan, menyediakan tempat duduk sesuai keinginan tamu, serta memberikan pelayanan yang konsisten pada setiap kunjungan.

Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Sementara itu, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Dalam penerapan *guest preference*, dimensi empati dan keandalan menjadi aspek yang paling dominan karena karyawan dituntut untuk memahami kebutuhan setiap tamu serta memberikan pelayanan yang tepat, akurat, dan konsisten.

Penerapan standar *guest preference* memberikan berbagai manfaat bagi hotel maupun tamu. Bagi tamu, pelayanan yang sesuai dengan preferensi akan meningkatkan rasa nyaman, kepuasan, dan kepercayaan terhadap hotel. Tamu akan merasa dihargai karena kebutuhannya diperhatikan tanpa harus menyampaikan permintaan yang sama secara berulang. Sementara itu, bagi hotel, penerapan standar *guest preference* dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat citra perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong kunjungan ulang (*repeat guest*), serta menghasilkan ulasan dan rekomendasi positif dari tamu.

Namun demikian, keberhasilan penerapan standar *guest preference* dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kompetensi dan keterampilan komunikasi karyawan, kepatuhan terhadap standar

operasional prosedur (SOP), koordinasi antarpegawai dan antardepartemen, sistem pencatatan preferensi tamu, serta dukungan manajemen dalam membangun budaya pelayanan yang berorientasi pada tamu. Selain itu, pelatihan yang berkelanjutan dan evaluasi secara berkala juga diperlukan agar seluruh karyawan mampu menerapkan standar *guest preference* secara konsisten.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa penerapan standar *guest preference* merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Departemen *Food and Beverage Service*. Kemampuan karyawan dalam mengenali, memahami, mendokumentasikan, dan memenuhi preferensi tamu akan menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih personal, meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu, serta mendukung tercapainya pelayanan prima (*service excellence*) sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh hotel.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dalam memahami konsep, teori, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan penerapan *guest preference* serta hubungannya dengan kepuasan tamu di industri perhotelan. Beberapa penelitian yang relevan adalah sebagai berikut.

1. **Kandampully, Zhang, dan Bilgihan (2015)** dalam penelitian berjudul *Customer Loyalty: A Review and Future Directions with a Special Focus on the Hospitality Industry* menjelaskan bahwa pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan individu pelanggan (*personalized service*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) dengan menganalisis berbagai penelitian di bidang perhotelan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel yang mampu memahami preferensi pelanggan dan memberikan pelayanan yang personal memiliki peluang lebih besar dalam menciptakan kepuasan serta meningkatkan loyalitas tamu.

Penelitian tersebut menjadi dasar bahwa penerapan *guest preference* merupakan salah satu strategi pelayanan yang efektif dalam industri perhotelan.

2. **Kotler, Bowen, dan Makens (2017)** dalam buku *Marketing for Hospitality and Tourism* menjelaskan bahwa kepuasan tamu dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Salah satu pendekatan yang disarankan adalah memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing tamu. Meskipun merupakan kajian konseptual, buku ini menjadi rujukan penting dalam menjelaskan hubungan antara pelayanan yang dipersonalisasi, kepuasan tamu, dan loyalitas pelanggan pada industri perhotelan.

3. **Tjiptono (2019)** dalam bukunya *Strategi Pemasaran* menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diterima. Semakin baik pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi. Konsep ini mendukung penerapan *guest preference* sebagai strategi pelayanan yang mampu memberikan nilai tambah dan menciptakan pengalaman positif bagi tamu hotel.

4. **Ismayanti (2019)** dalam buku *Pengantar Pariwisata* menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan daya saing industri perhotelan. Hotel tidak hanya dituntut menyediakan fasilitas yang baik, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang profesional, cepat, ramah, dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Pelayanan yang berorientasi pada preferensi tamu akan meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan sehingga berdampak pada kepuasan dan loyalitas tamu.

Berdasarkan beberapa penelitian dan kajian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang bersifat personal melalui penerapan *guest preference* memiliki hubungan yang erat dengan

peningkatan kepuasan tamu. Persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan studi kasus ini terletak pada fokus pembahasan mengenai kualitas pelayanan, pemenuhan kebutuhan tamu, dan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun perbedaannya, penelitian ini secara khusus mengkaji bagaimana penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai implementasi *guest preference* dalam operasional pelayanan makanan dan minuman serta kontribusinya terhadap kualitas pelayanan hotel.

2.3 Kerangka Pemikiran

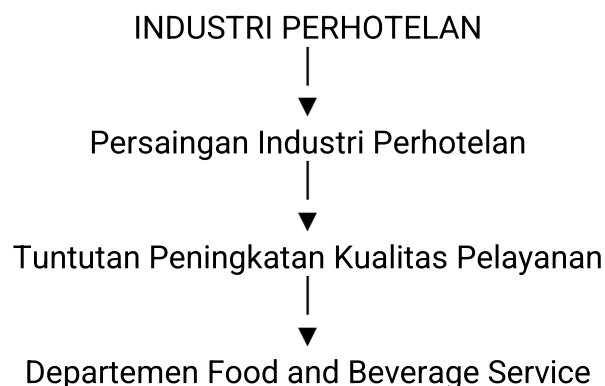
Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang sangat bergantung pada kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan tamu. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap hotel untuk tidak hanya menyediakan fasilitas yang lengkap, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan, harapan, serta preferensi setiap tamu. Kepuasan tamu menjadi salah satu indikator utama keberhasilan sebuah hotel karena tamu yang merasa puas cenderung memberikan ulasan positif, melakukan kunjungan ulang (*repeat guest*), serta merekomendasikan hotel kepada orang lain.

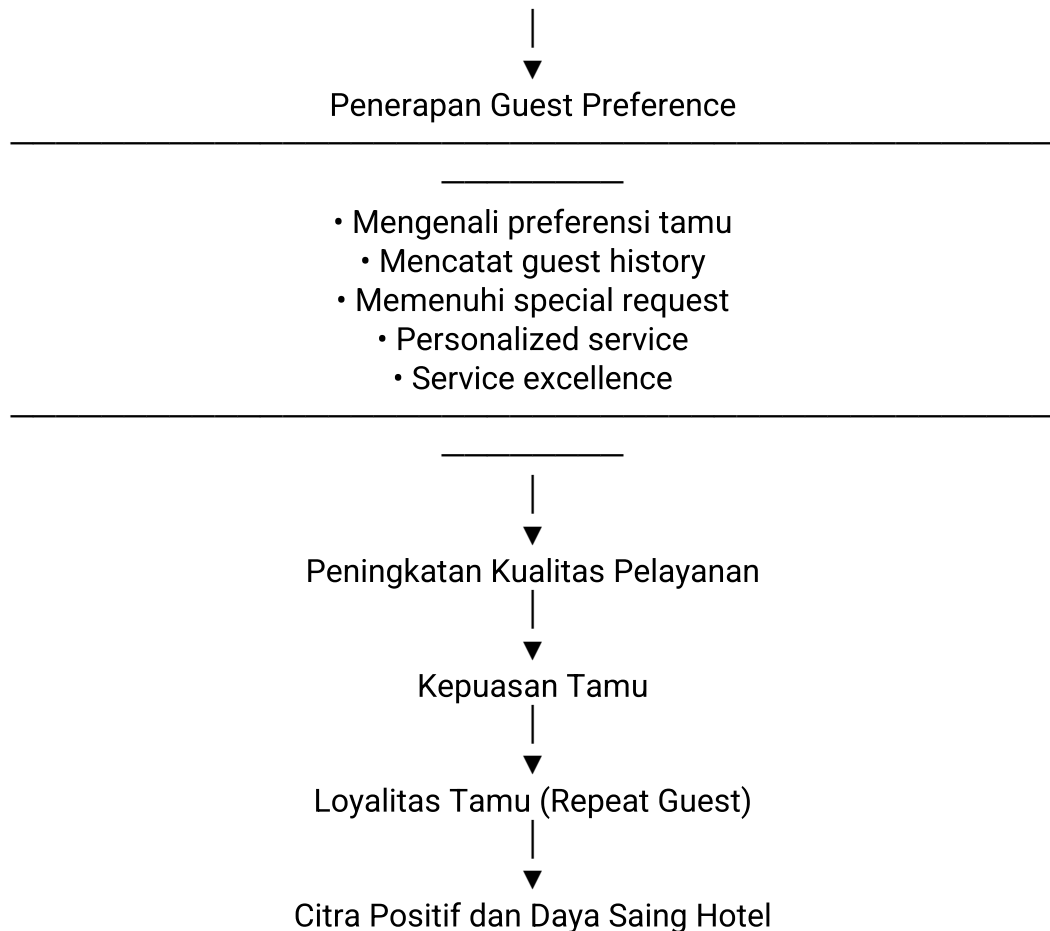
Salah satu strategi pelayanan yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu adalah *guest preference*. Konsep ini menekankan pentingnya kemampuan karyawan dalam mengenali, memahami, mencatat, dan memenuhi preferensi tamu secara personal. Pada Departemen *Food and Beverage Service*, penerapan *guest preference*

dilakukan melalui pemberian pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing tamu, seperti mengingat makanan dan minuman favorit, memperhatikan alergi atau pantangan makanan, memenuhi permintaan khusus, memberikan rekomendasi menu yang sesuai, serta menyediakan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional.

Penerapan *guest preference* tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih personal (*personalized service*) sehingga tamu merasa dihargai dan diperhatikan. Pengalaman positif tersebut akan meningkatkan kepuasan tamu, membangun loyalitas pelanggan, memperkuat citra hotel, serta meningkatkan kemungkinan tamu untuk kembali menggunakan layanan hotel pada masa mendatang.

Dalam penelitian ini, penerapan *guest preference* dipandang sebagai strategi utama yang diterapkan oleh Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam untuk meningkatkan kepuasan tamu. Keberhasilan strategi tersebut dipengaruhi oleh kompetensi karyawan, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP), komunikasi yang efektif, koordinasi antardepartemen, serta budaya *service excellence*. Apabila seluruh aspek tersebut diterapkan secara konsisten, maka pelayanan yang diberikan akan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan tamu sehingga tujuan hotel dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat tercapai.





Bagan tersebut menunjukkan bahwa penerapan *guest preference* merupakan strategi pelayanan yang dilakukan oleh Departemen *Food and Beverage Service* untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas pelayanan akan menghasilkan kepuasan tamu, yang kemudian berdampak pada loyalitas tamu, peningkatan kunjungan ulang (*repeat guest*), serta memperkuat citra dan daya saing Four Points by Sheraton Batam.

BAB III

METODE STUDI KASUS

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana penerapan *guest*

preference sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam. Penelitian kualitatif tidak berfokus pada pengukuran angka atau pengujian hipotesis, melainkan pada pemahaman terhadap suatu fenomena berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan melalui pengumpulan data secara langsung.

Menurut Creswell dan Creswell (2018), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna suatu fenomena sosial berdasarkan pandangan atau pengalaman individu maupun kelompok. Pendekatan ini menghasilkan data berupa kata-kata, hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta berbagai informasi yang diperoleh secara alami (*natural setting*). Dengan demikian, penelitian kualitatif sangat sesuai digunakan untuk mengkaji proses pelayanan yang melibatkan interaksi antara karyawan dan tamu dalam industri perhotelan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki suatu fenomena secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dengan konteksnya tidak dapat dipisahkan secara jelas. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses penerapan *guest preference*, faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaannya, serta dampaknya terhadap kepuasan tamu.

Penelitian ini berfokus pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam sebagai objek penelitian. Fokus kajian diarahkan pada penerapan *guest preference* dalam kegiatan operasional pelayanan makanan dan minuman, mulai dari proses mengenali preferensi tamu, mencatat informasi mengenai kebutuhan tamu, memberikan

pelayanan yang dipersonalisasi (*personalized service*), hingga mengevaluasi pengaruh penerapan strategi tersebut terhadap kepuasan tamu. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dengan narasumber yang terlibat dalam operasional pelayanan, serta dokumentasi yang berkaitan dengan pelaksanaan *guest preference* di hotel.

Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis, faktual, dan mendalam tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian. Peneliti berupaya mendeskripsikan kondisi nyata mengenai bagaimana strategi *guest preference* diterapkan dalam pelayanan sehari-hari di Departemen *Food and Beverage Service*, bagaimana respons tamu terhadap pelayanan tersebut, serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai implementasi *guest preference* di Four Points by Sheraton Batam. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak hotel dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, meningkatkan kompetensi karyawan, memperkuat penerapan *service excellence*, serta menyusun strategi pelayanan yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan preferensi tamu sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3.2 Lokasi Dan Waktu PLI

Penelitian ini dilaksanakan di Four Points by Sheraton Batam, yang berlokasi di Komplek Panorama Nagoya, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Four Points by Sheraton Batam merupakan salah satu hotel berbintang yang berada di bawah naungan Marriott International dan memiliki berbagai fasilitas penunjang, termasuk Departemen *Food and Beverage Service* yang menjadi lokasi utama pelaksanaan penelitian.

Pemilihan Four Points by Sheraton Batam sebagai lokasi penelitian

didasarkan pada kesesuaiannya dengan topik studi kasus, yaitu penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu. Departemen *Food and Beverage Service* dipilih karena merupakan salah satu departemen yang berinteraksi secara langsung dengan tamu dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman. Melalui interaksi tersebut, penerapan *guest preference* dapat diamati secara nyata, mulai dari proses mengenali kebutuhan tamu, mencatat preferensi, memenuhi permintaan khusus (*special request*), hingga memberikan pelayanan yang personal sesuai dengan standar operasional hotel.

Penelitian ini dilaksanakan selama kegiatan Praktik Lapangan Industri (PLI) yang berlangsung mulai 5 Januari 2026 sampai dengan 9 Juli 2026. Selama periode tersebut, peneliti ditempatkan di Departemen Food and Beverage Service (FBS) sehingga memiliki kesempatan untuk mengamati secara langsung proses operasional pelayanan, berinteraksi dengan karyawan dan tamu, serta memperoleh data yang relevan mengenai penerapan *guest preference* dalam kegiatan pelayanan sehari-hari.

Pelaksanaan penelitian selama masa PLI memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi operasional di lapangan. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan operasional Departemen *Food and Beverage Service*, serta dokumentasi yang mendukung proses penelitian. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai implementasi *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu di Four Points by Sheraton Batam.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan PLI di Four Points By Sheraton Batam

No	Kegiatan	Keterangan
1	Kedatangan Ke Industri	04 Januari 2026
2	Orientasi Pengenalan Area Kerja, Sejarah Dan Pengelola Hotel.	05 Januari 2026
3	Praktik Kerja Langsung Di FBS	06 Januari – 09 Juli 2026
4	Pengumpulan Data Observasi, Wawancara, Dokumentasi	Sepanjang Pelaksanaan PLI
5	Evaluasi Dan Penyusunan Laporan Studi Kasus	Minggu Terakhir Pelaksanaan PLI

3.3 Profil Organisasi Perusahaan / Industri

a. Profil Umum Four Points By Sheraton Batam



Gambar 3.1 *Four Points By Sheraton Batam*

Hotel Four Points by Sheraton Batam merupakan hotel berbintang empat yang berada di bawah naungan Marriott International, salah satu perusahaan perhotelan terbesar di dunia yang mengelola berbagai merek

hotel internasional. Sebagai bagian dari jaringan Marriott International, Four Points by Sheraton Batam menerapkan standar pelayanan global yang berfokus pada kualitas layanan, kepuasan tamu, serta profesionalisme dalam setiap aspek operasional hotel.

Hotel ini berlokasi di Komplek Panorama Nagoya, Sungai Jodoh, Kecamatan Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau. Lokasinya yang strategis berada di pusat kawasan bisnis dan pariwisata Kota Batam, dekat dengan Nagoya Hill Shopping Mall, Harbour Bay Ferry Terminal, serta berbagai pusat kuliner dan hiburan. Posisi tersebut menjadikan hotel sebagai pilihan akomodasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, terutama tamu yang berasal dari Singapura dan Malaysia.

Four Points by Sheraton Batam resmi beroperasi pada 8 Oktober 2020 dan hadir dengan konsep hotel modern yang mengutamakan kenyamanan, fungsionalitas, serta pelayanan berkualitas. Hotel ini menawarkan berbagai fasilitas yang mendukung kebutuhan tamu bisnis maupun wisata, seperti kamar dan suite yang nyaman, Evolution Restaurant, The Lounge, ruang pertemuan (meeting room), ballroom, kolam renang, pusat kebugaran (fitness center), spa, layanan kamar, akses internet nirkabel (Wi-Fi), serta area parkir yang luas.

Dalam menjalankan operasionalnya, Four Points by Sheraton Batam memiliki beberapa departemen utama, antara lain Front Office, Housekeeping, Food and Beverage Service, Food and Beverage Product (Kitchen), Sales and Marketing, Human Resources, Finance, Engineering, dan Security. Departemen Food and Beverage Service bertanggung jawab memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada tamu di restoran, lounge, maupun pada kegiatan banquet seperti rapat, seminar, konferensi, dan acara sosial lainnya.

Sebagai salah satu merek di bawah Marriott International, Four Points by Sheraton mengusung konsep pelayanan yang sederhana, nyaman, dan dapat diandalkan. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam core value Four Points, yaitu memberikan pengalaman menginap yang berkualitas melalui pelayanan yang ramah, fasilitas yang lengkap, kenyamanan bagi tamu, serta kemudahan dalam setiap perjalanan. Filosofi merek Four Points dikenal dengan slogan "Travel Reinvented", yang menekankan pengalaman menginap yang praktis tanpa mengurangi kualitas pelayanan.

Selain itu, sebagai bagian dari Marriott International, seluruh karyawan

Four Points by Sheraton Batam juga menerapkan budaya perusahaan yang dikenal dengan Marriott's Core Values, yaitu:

- Put People First, yaitu mengutamakan kepedulian terhadap tamu maupun sesama karyawan.
- Pursue Excellence, yaitu selalu memberikan pelayanan terbaik dan terus meningkatkan kualitas kerja.
- Embrace Change, yaitu mampu beradaptasi terhadap perubahan dan terus melakukan inovasi.
- Act with Integrity, yaitu bekerja secara jujur, bertanggung jawab, dan menjunjung tinggi etika profesional.
- Serve Our World, yaitu memberikan dampak positif bagi masyarakat, lingkungan, dan komunitas sekitar.

Penerapan nilai-nilai tersebut menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan yang profesional, menjaga keamanan dan kenyamanan tamu, serta menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan sesuai dengan standar internasional Marriott International. Hal ini juga menjadi dasar dalam pelaksanaan kegiatan operasional, termasuk pelayanan di area restoran dan banquet, sehingga kualitas layanan yang diberikan tetap konsisten dan sesuai dengan harapan tamu.

1. Struktur Organisasi Industri

Secara umum struktur organisasi merupakan kerangka yang memperlihatkan sejumlah tugas dan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan fungsi-fungsi serta wewenang dan tanggung jawab langsung atas pekerjaan yang di bebaskan padanya.

Adapun yang menjadi struktur organisasi di bagian *Human Resources Department Four Points by Sheraton Batam* adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 Struktur Four Points By Sheraton Batam

Sumber : Dokumen hasil olahan penulis

Berikut uraian struktur organisasi Departement Human Resources di Four Points By Sheraton Batam:

- a. Hotel Manager bertanggung jawab atas mengembangkan sistem operasional hotel dan mekanisme yang mendukung sistem tersebut sesuai Sistem Operasional Properti, bertanggung jawab atas seluruh administrasi hotel secara hemat dan efisien, mengadakan koordinasi dan rapat umum dengan seluruh staff hotel secara rutin, mengembangkan dan mempertahankan standar kinerja tertinggi oleh staff hotel, mempertahankan produk hotel secara inovatif dan kreatif agar menjadi yang terbaik dan dikenal oleh para tamu.
- b. Human Resources Manager yang bertanggung jawab atas semua keputusan, promosi, memberi peringatan, mutasi dan pemberhentian karyawan, rekrutmen, pelatihan dan pengembangan karyawan, mengurus administrasi kepegawaian di perusahaan seperti mengelola gaji, pensiun, dan tunjangan serta menjaga kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan karyawan.
- c. Human Resources Trainee bertugas dalam membantu pekerjaan

Human Resources Manager.

3.4 Subjek Dan Objek Studi Kasus

3.4.1 Subjek Studi Kasus

Subjek dalam studi kasus ini adalah pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam penerapan *guest preference* pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam. Subjek dipilih berdasarkan keterlibatan dan pemahamannya terhadap proses pelayanan yang diberikan kepada tamu, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam mengenai pelaksanaan *guest preference* dalam operasional sehari-hari.

Subjek utama dalam penelitian ini terdiri atas Supervisor Food and Beverage Service sebagai narasumber utama yang memberikan informasi mengenai kebijakan, standar operasional, serta penerapan *guest preference* di Departemen *Food and Beverage Service*. Selain itu, staf Food and Beverage Service juga menjadi subjek penelitian karena berperan secara langsung dalam memberikan pelayanan kepada tamu, mulai dari menyambut tamu, menerima pesanan, memenuhi permintaan khusus (*special request*), hingga memberikan pelayanan yang sesuai dengan preferensi tamu. Untuk melengkapi data penelitian, beberapa tamu hotel yang menerima pelayanan dari Departemen *Food and Beverage Service* juga dapat dijadikan sumber informasi guna memperoleh gambaran mengenai pengalaman dan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan.

Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dalam penerapan *guest preference*. Dengan demikian, informasi yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya mengenai pelaksanaan strategi tersebut dalam meningkatkan kepuasan tamu.

3.4.2 Objek Studi Kasus

Objek dalam studi kasus ini adalah penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam. Objek penelitian difokuskan pada bagaimana proses penerapan *guest preference* dilakukan dalam kegiatan operasional pelayanan makanan dan minuman, mulai dari mengenali kebutuhan dan preferensi tamu, mencatat informasi mengenai *guest history*, memenuhi permintaan khusus, memberikan pelayanan yang bersifat personal (*personalized service*), hingga mengevaluasi pengaruh penerapan strategi tersebut terhadap kepuasan tamu.

Selain itu, penelitian ini juga mengkaji faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapan *guest preference*, seperti kompetensi karyawan, penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP), koordinasi antardepartemen, komunikasi dengan tamu, serta budaya *service excellence* yang diterapkan di Four Points by Sheraton Batam. Dengan mengkaji aspek-aspek tersebut, studi kasus ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas

penerapan *guest preference* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pihak hotel dalam mengembangkan strategi pelayanan yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan harapan tamu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat, lengkap, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang disesuaikan dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Penggunaan beberapa teknik tersebut bertujuan agar data yang diperoleh lebih komprehensif, sehingga mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang berlangsung di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) di Departemen *Food and Beverage Service* Four Points by Sheraton Batam pada periode 5 Januari sampai 9 Juli 2026.

Melalui observasi, penulis mengamati secara langsung proses pelayanan yang diberikan kepada tamu, mulai dari penyambutan tamu, pemberian informasi menu, pencatatan pesanan, penyajian makanan dan minuman, penanganan permintaan khusus (*special request*), hingga penerapan *guest preference* dalam memberikan pelayanan yang lebih personal. Selain itu, penulis juga mengamati interaksi antara karyawan dengan tamu, koordinasi antarkaryawan, penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP), serta implementasi *service excellence* dalam operasional sehari-hari. Hasil observasi kemudian dicatat secara sistematis sebagai data pendukung dalam penelitian.

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang

memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar penulis memperoleh informasi yang lebih mendalam sekaligus memberikan keleluasaan kepada narasumber untuk menjelaskan pengalaman dan pendapatnya.

Narasumber utama dalam penelitian ini adalah Supervisor Food and Beverage Service, karena memiliki tanggung jawab dalam mengawasi operasional pelayanan serta memahami penerapan *guest preference* di departemen tersebut. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan beberapa staf *Food and Beverage Service* yang terlibat langsung dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Melalui wawancara tersebut, penulis memperoleh informasi mengenai prosedur pelaksanaan *guest preference*, manfaat yang dirasakan, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan tamu.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih akurat.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi profil Four Points by Sheraton Batam, struktur organisasi Departemen *Food and Beverage Service*, Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, foto kegiatan operasional (sesuai ketentuan hotel), formulir atau catatan pelayanan yang diizinkan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penerapan *guest preference*. Selain itu, penulis juga menggunakan buku, jurnal ilmiah, dan literatur yang relevan sebagai referensi dalam memperkuat pembahasan penelitian.

Penggunaan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi secara bersamaan bertujuan untuk memperoleh data yang lengkap, valid, dan saling melengkapi (*triangulasi*). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengorganisasikan, mengolah, menginterpretasikan, dan menyimpulkan data yang telah diperoleh selama penelitian sehingga menghasilkan informasi yang mampu menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Model ini dipilih karena mampu menganalisis data secara sistematis dan berkesinambungan sejak proses pengumpulan data hingga diperoleh kesimpulan penelitian yang valid.

Analisis data dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara bertahap untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan *guest preference* sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam. Adapun tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.6.1 Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengelompokkan, serta merangkum data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap ini, penulis menyeleksi data yang berkaitan dengan fokus penelitian, yaitu penerapan *guest preference* dalam operasional Departemen *Food and Beverage Service*. Data yang memiliki keterkaitan dengan proses pelayanan, penerapan *service excellence*, pemenuhan preferensi tamu, kendala yang dihadapi, serta dampaknya terhadap kepuasan tamu dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut, sedangkan data yang tidak relevan disisihkan. Proses kondensasi data bertujuan agar data yang diperoleh menjadi lebih terarah, sistematis, dan mudah dipahami.

3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap selanjutnya adalah penyajian data (*data display*). Data yang telah dikondensasi kemudian disusun dalam bentuk uraian naratif, tabel, matriks, maupun bagan sehingga memudahkan penulis dalam memahami hubungan antar data dan menemukan pola-pola yang muncul selama penelitian. Penyajian data dilakukan berdasarkan tema-tema penelitian, seperti proses penerapan *guest preference*, bentuk pelayanan yang diberikan kepada tamu, faktor pendukung dan penghambat dalam

penerapan *guest preference*, serta pengaruhnya terhadap kepuasan tamu. Penyajian data yang sistematis membantu penulis dalam melakukan interpretasi terhadap hasil penelitian sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih jelas dan mudah dipahami.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, penulis menginterpretasikan seluruh data yang telah dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian diverifikasi secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Verifikasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan berbagai teknik pengumpulan data sehingga kesimpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Untuk menjaga keabsahan data, penulis menerapkan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber, seperti *Supervisor Food and Beverage Service* dan staf *Food and Beverage Service*. Penerapan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (*credibility*) terhadap hasil penelitian sehingga data yang diperoleh lebih objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Melalui tahapan analisis data tersebut, penulis dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana penerapan *guest preference* dilaksanakan pada Departemen *Food and Beverage Service* di Four Points by Sheraton Batam, faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya, serta kontribusinya dalam meningkatkan kepuasan tamu. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat penerapan *service excellence*, serta membangun loyalitas tamu melalui pelayanan yang lebih personal.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Studi Kasus

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang sangat mengutamakan kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan tamu. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap hotel untuk tidak hanya menyediakan fasilitas yang lengkap, tetapi juga mampu memberikan

pengalaman menginap yang berkesan melalui pelayanan yang personal (personalized service). Salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh hotel berbintang adalah penerapan guest preference, yaitu upaya mengenali, mencatat, mengingat, dan memenuhi kebutuhan maupun preferensi tamu selama menggunakan layanan hotel.

Four Points by Sheraton Batam, sebagai salah satu hotel berbintang yang berada di bawah naungan Marriott International, berkomitmen memberikan pelayanan sesuai dengan standar internasional yang berorientasi pada kepuasan tamu. Dalam operasionalnya, khususnya pada Departemen Food and Beverage Service (FBS), penerapan guest preference menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Informasi mengenai preferensi tamu, seperti pilihan tempat duduk, jenis makanan dan minuman, alergi makanan, cara penyajian, hingga kebiasaan tamu saat bersantap, menjadi acuan bagi karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat, tepat, dan sesuai harapan tamu.

Selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) pada periode 5 Januari–9 Juli 2026 di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam, penulis mengamati bahwa penerapan guest preference telah menjadi bagian dari budaya pelayanan sehari-hari. Setiap karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan tamu, berkomunikasi secara efektif, serta bekerja sama dengan departemen lain agar preferensi tamu dapat dipenuhi secara konsisten. Penerapan strategi tersebut tidak hanya meningkatkan kenyamanan tamu, tetapi juga memperkuat citra hotel sebagai penyedia layanan yang profesional dan berorientasi pada pengalaman pelanggan.

Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan informasi mengenai tamu baru, kurang optimalnya pencatatan preferensi tamu tertentu, serta perbedaan tingkat pemahaman dan pengalaman antar karyawan dalam menerapkan personalized service. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi tamu apabila tidak didukung oleh komunikasi dan koordinasi yang baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, studi kasus ini difokuskan pada penerapan guest preference sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan tamu di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam. Studi ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana

proses penerapan guest preference dilakukan, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaannya, serta menganalisis dampaknya terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan tamu. Hasil studi kasus diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya penerapan guest preference dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas, meningkatkan loyalitas tamu, serta menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pihak hotel dalam mengembangkan standar pelayanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan tamu.

4.2 Temuan Studi Kasus

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) pada periode 5 Januari–9 Juli 2026, wawancara dengan supervisor dan staf Food and Beverage Service, serta dokumentasi yang diperoleh di Four Points by Sheraton Batam, ditemukan bahwa penerapan guest preference telah menjadi salah satu strategi pelayanan yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu. Penerapan tersebut dilakukan melalui identifikasi kebutuhan tamu, komunikasi antarkaryawan, serta pemberian pelayanan yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing tamu.

Temuan pertama menunjukkan bahwa staf Food and Beverage Service berupaya mengenali preferensi tamu sejak awal interaksi. Informasi mengenai kebiasaan atau kebutuhan tamu diperoleh melalui komunikasi langsung, riwayat kunjungan tamu, maupun informasi yang disampaikan oleh departemen lain. Preferensi yang sering diperhatikan meliputi pilihan makanan dan minuman, tingkat kematangan makanan, kebutuhan diet khusus, alergi makanan, pilihan tempat duduk, hingga cara penyajian makanan dan minuman. Penerapan ini membuat tamu merasa lebih diperhatikan karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Temuan kedua menunjukkan bahwa komunikasi dan koordinasi antarstaf menjadi faktor utama dalam keberhasilan penerapan guest preference. Informasi mengenai preferensi tamu disampaikan pada saat briefing sebelum operasional dimulai maupun melalui komunikasi langsung selama pelayanan berlangsung. Dengan adanya koordinasi yang baik, seluruh staf dapat memberikan pelayanan yang konsisten meskipun tamu dilayani oleh karyawan yang berbeda.

Temuan ketiga menunjukkan bahwa penerapan guest preference

memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan. Tamu yang menerima pelayanan sesuai preferensinya cenderung memberikan respons positif, merasa lebih nyaman, serta menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Beberapa tamu juga memberikan apresiasi secara langsung kepada staf atas perhatian yang diberikan terhadap kebutuhan mereka. Kondisi tersebut menjadi indikator bahwa pelayanan yang bersifat personal mampu meningkatkan pengalaman tamu selama berada di restoran hotel.

Selain memberikan dampak positif, studi kasus ini juga menemukan beberapa kendala dalam penerapan guest preference. Salah satu kendala yang sering ditemui adalah keterbatasan informasi mengenai tamu yang baru pertama kali berkunjung sehingga staf memerlukan waktu untuk mengenali kebutuhan dan preferensi tamu tersebut. Selain itu, pada saat tingkat hunian hotel tinggi atau restoran berada pada kondisi ramai, staf harus melayani banyak tamu secara bersamaan sehingga terdapat kemungkinan beberapa detail preferensi tamu belum dapat dipenuhi secara optimal.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa pengalaman kerja dan kemampuan komunikasi setiap staf turut memengaruhi keberhasilan penerapan guest preference. Staf yang telah memiliki pengalaman lebih lama umumnya lebih cepat mengenali karakter tamu, lebih percaya diri dalam berkomunikasi, serta lebih mampu memberikan pelayanan yang personal. Sebaliknya, staf baru masih memerlukan arahan dari supervisor agar mampu menerapkan standar pelayanan sesuai dengan ketentuan hotel.

Secara keseluruhan, hasil studi kasus menunjukkan bahwa penerapan guest preference di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam telah berjalan dengan baik dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan tamu. Keberhasilan strategi ini didukung oleh kompetensi karyawan, komunikasi yang efektif, koordinasi antardepartemen, serta komitmen hotel dalam memberikan pelayanan sesuai standar Marriott International. Meskipun demikian, masih diperlukan upaya penyempurnaan, terutama dalam pendokumentasian preferensi tamu, peningkatan pelatihan bagi karyawan, serta penguatan koordinasi agar pelayanan yang diberikan dapat semakin konsisten dan mampu memenuhi harapan seluruh tamu.

4.3 Analisis Permasalahan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam, diketahui bahwa penerapan *guest preference* telah dilaksanakan sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. Meskipun secara umum implementasinya berjalan dengan baik, masih ditemukan beberapa permasalahan yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan strategi tersebut.

Permasalahan pertama adalah keterbatasan informasi mengenai preferensi tamu, khususnya tamu yang baru pertama kali mengunjungi hotel. Pada kondisi ini, karyawan belum memiliki data atau riwayat preferensi yang dapat dijadikan acuan dalam memberikan pelayanan yang lebih personal. Akibatnya, staf harus mengidentifikasi kebutuhan tamu secara langsung melalui komunikasi pada saat pelayanan berlangsung. Kondisi tersebut memerlukan kemampuan observasi, komunikasi, dan pelayanan yang baik agar tamu tetap memperoleh pengalaman yang memuaskan meskipun informasi awal masih terbatas.

Permasalahan kedua berkaitan dengan konsistensi pencatatan dan penyampaian informasi mengenai preferensi tamu. Tidak semua preferensi tamu terdokumentasi secara lengkap atau diperbarui setelah pelayanan selesai. Akibatnya, informasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan pada kunjungan berikutnya terkadang tidak tersedia secara optimal. Selain itu, apabila komunikasi antarkaryawan kurang efektif, terdapat kemungkinan informasi mengenai kebutuhan khusus tamu tidak tersampaikan kepada seluruh staf yang bertugas, sehingga pelayanan yang diberikan menjadi kurang konsisten.

Permasalahan ketiga muncul pada saat tingkat hunian hotel atau jumlah tamu restoran mengalami peningkatan. Pada kondisi operasional yang padat, staf dituntut untuk melayani banyak tamu dalam waktu yang bersamaan. Tingginya beban kerja dapat menyebabkan perhatian terhadap detail preferensi setiap tamu berkurang. Meskipun standar operasional tetap dijalankan, pelayanan yang bersifat personal membutuhkan waktu, ketelitian, dan koordinasi yang lebih baik agar tetap dapat diberikan kepada seluruh tamu tanpa mengurangi kualitas pelayanan.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan perbedaan pengalaman dan kompetensi setiap karyawan dalam menerapkan *guest preference*.

Karyawan yang telah memiliki pengalaman kerja lebih lama umumnya lebih mudah mengenali karakter tamu, memahami kebutuhan mereka, serta mampu memberikan pelayanan yang lebih personal. Sebaliknya, karyawan baru masih memerlukan bimbingan dan pendampingan agar mampu menerapkan standar pelayanan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Perbedaan kemampuan tersebut dapat memengaruhi konsistensi kualitas pelayanan apabila tidak didukung dengan pelatihan dan evaluasi yang berkelanjutan.

Selain faktor internal, karakteristik tamu yang beragam juga menjadi tantangan dalam penerapan *guest preference*. Setiap tamu memiliki kebutuhan, kebiasaan, budaya, dan harapan pelayanan yang berbeda. Oleh karena itu, staf dituntut memiliki kemampuan beradaptasi, komunikasi interpersonal, serta pemahaman terhadap standar pelayanan internasional agar mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi masing-masing tamu.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan dalam penerapan *guest preference* di Four Points by Sheraton Batam bukan disebabkan oleh tidak adanya standar pelayanan, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor operasional, pengelolaan informasi, koordinasi antarkaryawan, serta perbedaan kompetensi sumber daya manusia. Meskipun demikian, berbagai permasalahan tersebut masih dapat diminimalkan melalui peningkatan pelatihan mengenai *guest preference*, optimalisasi pencatatan dan pembaruan data preferensi tamu, penguatan komunikasi antardepartemen, serta evaluasi pelayanan secara berkala. Dengan upaya tersebut, penerapan *guest preference* diharapkan dapat berjalan lebih efektif, konsisten, dan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang berkualitas sehingga kepuasan serta loyalitas tamu terhadap Four Points by Sheraton Batam terus meningkat.

4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori Dan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama pelaksanaan Praktik Lapangan Industri (PLI) di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam, diketahui bahwa penerapan *guest preference* telah menjadi salah satu strategi pelayanan yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan tamu. Temuan studi menunjukkan bahwa staf berupaya memberikan pelayanan yang bersifat personal dengan mengenali, mengingat, serta memenuhi kebutuhan dan preferensi tamu selama menggunakan layanan restoran

hotel. Penerapan tersebut dilakukan melalui komunikasi yang baik dengan tamu, koordinasi antarstaf, serta pemanfaatan informasi mengenai kebiasaan maupun kebutuhan khusus tamu.

Hasil studi kasus ini sejalan dengan teori *guest preference* yang menyatakan bahwa preferensi tamu merupakan informasi mengenai kebutuhan, kebiasaan, serta keinginan tamu yang perlu dipahami oleh penyedia jasa untuk menciptakan pelayanan yang lebih personal. Menurut Kandampully, Zhang, dan Bilgihan (2015), personalisasi pelayanan merupakan salah satu strategi penting dalam industri perhotelan karena mampu menciptakan pengalaman yang berkesan, meningkatkan nilai pelayanan, serta membangun hubungan jangka panjang antara tamu dan hotel. Dengan memahami preferensi tamu, karyawan dapat memberikan pelayanan yang lebih tepat, cepat, dan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga kualitas pelayanan menjadi lebih optimal.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan penerapan *guest preference*. Informasi mengenai preferensi tamu disampaikan melalui proses briefing, koordinasi antarstaf, maupun komunikasi langsung selama operasional berlangsung. Kondisi tersebut sesuai dengan konsep *service excellence* yang menjelaskan bahwa pelayanan prima tidak hanya bergantung pada kemampuan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh kerja sama tim, komunikasi yang efektif, serta konsistensi dalam memberikan pelayanan. Apabila komunikasi berjalan dengan baik, maka informasi mengenai kebutuhan tamu dapat diterapkan secara konsisten oleh seluruh karyawan sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

Selain itu, hasil studi menunjukkan bahwa tamu memberikan respons positif ketika preferensi mereka diperhatikan dan dipenuhi oleh staf Food and Beverage Service. Pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan tamu menciptakan rasa nyaman, dihargai, dan diperhatikan sehingga meningkatkan kepuasan selama menikmati layanan restoran. Kondisi ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yaitu kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja pelayanan dengan harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan jasa yang sama pada masa mendatang.

Meskipun demikian, hasil studi juga menemukan beberapa kendala dalam penerapan *guest preference*, seperti keterbatasan informasi mengenai tamu baru, perbedaan pengalaman kerja antarstaf, serta tingginya beban operasional pada waktu tertentu. Kendala tersebut menyebabkan pelayanan yang bersifat personal belum dapat diberikan secara maksimal kepada seluruh tamu. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan koordinasi, pembaruan data preferensi tamu secara berkala, serta pelatihan yang berkesinambungan agar seluruh karyawan memiliki pemahaman yang sama mengenai pentingnya penerapan *guest preference*.

Hasil studi kasus ini juga memiliki kesesuaian dengan beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa penerapan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan tamu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemampuan hotel dalam mengenali preferensi tamu, memberikan pelayanan yang personal, serta membangun komunikasi yang baik akan meningkatkan kualitas pengalaman tamu (*guest experience*). Pengalaman positif tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong tamu untuk memberikan ulasan yang baik, merekomendasikan hotel kepada orang lain, serta melakukan kunjungan kembali (*repeat guest*).

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil studi kasus di Four Points by Sheraton Batam menunjukkan kesamaan bahwa *guest preference* merupakan strategi pelayanan yang efektif dalam meningkatkan kepuasan tamu. Namun, studi ini memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai implementasi *guest preference* pada Departemen Food and Beverage Service, terutama dalam proses pelayanan restoran. Fokus tersebut menunjukkan bahwa penerapan *guest preference* tidak hanya penting pada bagian Front Office atau Guest Relations, tetapi juga memiliki peranan yang sangat besar dalam operasional Food and Beverage Service karena interaksi antara staf dan tamu berlangsung secara langsung selama proses pelayanan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa teori mengenai *guest preference*, *service excellence*, dan kepuasan tamu memiliki keterkaitan yang kuat dengan hasil studi kasus yang dilakukan di Four Points by Sheraton Batam. Penerapan *guest preference* terbukti mampu meningkatkan kualitas pelayanan melalui pendekatan yang lebih personal, memperkuat hubungan antara tamu dan hotel, serta memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik. Dengan dukungan

sumber daya manusia yang kompeten, komunikasi yang efektif, serta evaluasi pelayanan secara berkelanjutan, strategi *guest preference* dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif hotel dalam meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan citra positif perusahaan di tengah persaingan industri perhotelan.

4.5 Solusi Atau Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, analisis permasalahan, serta pembahasan yang telah dilakukan, penerapan *guest preference* di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam pada dasarnya telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap kepuasan tamu. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar implementasi *guest preference* dapat berjalan lebih efektif, konsisten, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa solusi dan rekomendasi perbaikan sebagai berikut.

Pertama, hotel perlu mengoptimalkan sistem pencatatan dan pembaruan data preferensi tamu. Setiap preferensi yang disampaikan atau diamati selama proses pelayanan, seperti pilihan makanan dan minuman, tingkat kematangan makanan, alergi, kebutuhan diet khusus, pilihan tempat duduk, maupun kebiasaan tamu lainnya, sebaiknya didokumentasikan secara lengkap dan diperbarui secara berkala. Data tersebut dapat menjadi acuan bagi seluruh departemen dalam memberikan pelayanan yang lebih personal pada kunjungan berikutnya sehingga tamu merasa dihargai dan diperhatikan.

Kedua, diperlukan peningkatan koordinasi dan komunikasi antarstaf maupun antardepartemen. Informasi mengenai preferensi tamu hendaknya disampaikan secara jelas melalui briefing sebelum operasional dimulai, pergantian shift, maupun koordinasi langsung saat pelayanan berlangsung. Dengan komunikasi yang efektif, seluruh karyawan memiliki informasi yang sama mengenai kebutuhan tamu sehingga pelayanan dapat diberikan secara konsisten tanpa bergantung pada individu tertentu.

Ketiga, hotel disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan (*training*) secara berkala mengenai penerapan *guest preference*, *service excellence*, komunikasi interpersonal, serta penanganan kebutuhan khusus tamu. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional seluruh karyawan, khususnya staf baru, sehingga mereka mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar Marriott International serta memenuhi ekspektasi tamu.

Keempat, supervisor perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara rutin terhadap penerapan *guest preference* di area operasional. Evaluasi dapat dilakukan melalui observasi langsung, pemberian umpan balik kepada karyawan, penilaian kualitas pelayanan, serta analisis komentar dan tingkat kepuasan tamu. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan langkah perbaikan dan pengembangan pelayanan di masa mendatang.

Kelima, hotel perlu memperkuat budaya pelayanan yang berorientasi pada tamu (*guest-oriented service culture*). Seluruh karyawan hendaknya memiliki kesadaran bahwa setiap tamu memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda. Oleh karena itu, pelayanan tidak hanya berfokus pada penyelesaian tugas operasional, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang baik dengan tamu melalui sikap ramah, empati, komunikasi yang sopan, serta perhatian terhadap detail kebutuhan tamu.

Keenam, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan informasi tamu perlu terus ditingkatkan. Integrasi data preferensi tamu dengan sistem informasi hotel akan memudahkan setiap departemen dalam mengakses informasi yang relevan secara cepat dan akurat. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan menjadi lebih efisien, konsisten, dan sesuai dengan riwayat preferensi tamu pada setiap kunjungan.

Melalui penerapan rekomendasi tersebut, diharapkan implementasi *guest preference* di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam dapat semakin optimal. Peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan tamu tidak hanya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga memperkuat citra hotel sebagai penyedia jasa perhotelan yang profesional, berkualitas, dan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang berkesan sesuai dengan standar internasional Marriott International.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi kasus mengenai **Penerapan Standar Guest Preference Terhadap Pelayanan di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam**, dapat disimpulkan bahwa penerapan *guest preference* merupakan salah satu strategi pelayanan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus menciptakan kepuasan tamu. Strategi ini diwujudkan melalui kemampuan karyawan dalam mengenali, memahami, mengingat, dan memenuhi kebutuhan maupun preferensi tamu selama menikmati pelayanan di restoran hotel. Pelayanan yang bersifat personal tersebut mampu memberikan pengalaman yang lebih berkesan sehingga tamu merasa dihargai, diperhatikan, dan memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penerapan *guest preference* di Departemen Food and Beverage Service Four Points by Sheraton Batam telah dilaksanakan dengan cukup baik sesuai standar pelayanan yang diterapkan oleh hotel. Karyawan berupaya memberikan pelayanan yang ramah, profesional, serta memperhatikan setiap kebutuhan tamu melalui komunikasi yang efektif, koordinasi antarstaf, dan pemanfaatan informasi mengenai preferensi tamu. Kondisi tersebut memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan tamu, serta mendukung terciptanya hubungan yang baik antara tamu dengan pihak hotel.

Meskipun demikian, studi kasus ini juga menemukan beberapa kendala yang masih perlu menjadi perhatian, antara lain keterbatasan informasi mengenai tamu yang baru pertama kali berkunjung, belum optimalnya pendokumentasian preferensi tamu, tingginya aktivitas operasional pada waktu-waktu tertentu, serta adanya perbedaan tingkat pengalaman dan kompetensi antar karyawan. Kendala tersebut berpotensi memengaruhi konsistensi pelayanan apabila tidak didukung dengan komunikasi yang efektif, koordinasi yang baik, serta evaluasi pelayanan secara berkelanjutan.

Hasil pembahasan yang dikaitkan dengan teori *guest preference*,

service excellence, dan kepuasan tamu menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fasilitas hotel, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan tamu. Semakin baik penerapan *guest preference*, semakin besar pula peluang hotel dalam meningkatkan kepuasan tamu, membangun loyalitas pelanggan, memperoleh ulasan positif, serta memperkuat citra Four Points by Sheraton Batam sebagai hotel yang mampu memberikan pelayanan berkualitas sesuai standar Marriott International. Oleh karena itu, penerapan *guest preference* perlu terus dipertahankan dan dikembangkan sebagai bagian dari upaya peningkatan mutu pelayanan secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil studi kasus yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

1. Bagi Four Points by Sheraton Batam

Pihak hotel diharapkan terus meningkatkan penerapan *guest preference* melalui pengelolaan data preferensi tamu yang lebih terstruktur dan selalu diperbarui. Selain itu, koordinasi antar departemen perlu terus diperkuat agar setiap informasi mengenai kebutuhan tamu dapat tersampaikan secara cepat dan akurat. Hotel juga disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan secara berkala mengenai *service excellence*, komunikasi pelayanan, dan penanganan kebutuhan khusus tamu sehingga seluruh karyawan memiliki pemahaman dan kemampuan yang sama dalam memberikan pelayanan yang personal dan konsisten.

2. Bagi Karyawan Departemen Food and Beverage Service

Karyawan diharapkan senantiasa meningkatkan profesionalisme, kemampuan komunikasi, ketelitian, serta kepedulian terhadap kebutuhan tamu. Selain memberikan pelayanan sesuai standar operasional, karyawan juga perlu membangun hubungan yang baik dengan tamu melalui sikap ramah, responsif, dan proaktif dalam mengenali preferensi tamu. Dengan demikian, pengalaman tamu selama menikmati layanan di restoran akan menjadi lebih berkesan dan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas mereka.

3. Bagi Penulis

Studi kasus ini memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam

memahami penerapan *guest preference* secara langsung di dunia kerja. Penulis diharapkan dapat terus meningkatkan kompetensi, pengetahuan, dan keterampilan di bidang pelayanan perhotelan sehingga mampu menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan maupun Praktik Lapangan Industri sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja profesional.

4. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian atau studi kasus selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pembahasan mengenai *guest preference* dengan objek penelitian yang lebih luas, baik pada departemen lain maupun pada hotel dengan karakteristik yang berbeda. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih beragam serta jumlah informan yang lebih banyak diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji hubungan *guest preference* dengan loyalitas tamu, kualitas pelayanan, pengalaman tamu (*guest experience*), maupun citra hotel sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2020). Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi. PT RajaGrafindo Persada.
- Fandy, T. (2019). Strategi pemasaran (Edisi 4). Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). Services marketing: People, technology, strategy (9th ed.). World Scientific.
- Marriott International. (2026). Four Points by Sheraton Batam. <https://www.marriott.com/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rangkuti, F. (2021). Measuring customer satisfaction: Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). Service management: Mewujudkan layanan prima (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). Pemasaran jasa (Edisi 2). Andi.
- Yusuf, A. M. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan. Kencana.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (8th ed.). McGraw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1 A. Pedoman Wawancara

A. Identitas Informan

Keterangan	Isi
Insial Informan	D T
Jabatan	Supervisor FBS
Tempat	Four Points By Sheraton Batam
Tanggal	1 Juli 2026

B. Pedoman Wawancara

N o	Pertanyaan	Tujuan
1	Apa yang dimaksud dengan <i>guest preference</i> menurut Bapak/Ibu di Four Points by Sheraton Batam?	Mengetahui pemahaman narasumber mengenai konsep <i>guest preference</i> yang diterapkan di hotel.
2	Bagaimana proses mengidentifikasi preferensi tamu sebelum maupun selama tamu mendapatkan pelayanan?	Mengetahui cara hotel memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan preferensi tamu.
3	Apa saja jenis <i>guest preference</i> yang paling sering ditemukan di Departemen Food and Beverage Service?	Mengidentifikasi bentuk-bentuk preferensi tamu yang sering dilayani oleh staf F&B Service.
4	Bagaimana prosedur pencatatan dan penyimpanan data <i>guest preference</i> tamu?	Mengetahui sistem pengelolaan informasi preferensi tamu agar

		dapat digunakan kembali pada kunjungan berikutnya.
5	Siapa saja yang bertanggung jawab dalam mengelola dan memperbarui data <i>guest preference</i> tamu?	Mengetahui pembagian tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan data preferensi tamu.
6	Bagaimana koordinasi antar departemen dalam memenuhi <i>guest preference</i> tamu?	Mengetahui bentuk kerja sama antar departemen untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan preferensi tamu.
7	Apa manfaat penerapan <i>guest preference</i> bagi kualitas pelayanan di Four Points by Sheraton Batam?	Mengidentifikasi dampak positif penerapan <i>guest preference</i> terhadap kualitas pelayanan hotel.
8	Bagaimana pengaruh penerapan <i>guest preference</i> terhadap kepuasan tamu menurut pengalaman Bapak/Ibu?	Mengetahui hubungan antara penerapan <i>guest preference</i> dengan tingkat kepuasan tamu.
9	Apakah terdapat pelatihan khusus bagi karyawan mengenai penerapan <i>guest preference</i> ?	Mengetahui upaya hotel dalam meningkatkan kompetensi karyawan terkait pelayanan berbasis preferensi tamu.
10	Apa saja kendala yang sering dihadapi dalam menerapkan <i>guest preference</i> ?	Mengidentifikasi hambatan yang muncul selama proses penerapan <i>guest preference</i> .
11	Bagaimana cara tim mengatasi kendala tersebut agar pelayanan tetap optimal?	Mengetahui strategi penyelesaian masalah yang diterapkan oleh hotel.
12	Apakah tamu memberikan tanggapan atau	Mengetahui respons

	umpan balik setelah preferensinya berhasil dipenuhi?	tamu terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan preferensi mereka.
13	Apakah terdapat contoh kasus ketika penerapan <i>guest preference</i> berhasil meningkatkan kepuasan atau loyalitas tamu?	Menggali contoh nyata sebagai bukti penerapan <i>guest preference</i> di lapangan.
14	Bagaimana cara hotel mengevaluasi keberhasilan penerapan <i>guest preference</i> ?	Mengetahui metode evaluasi yang digunakan untuk mengukur efektivitas penerapan <i>guest preference</i> .
15	Menurut Bapak/Ibu, apa rekomendasi yang dapat dilakukan agar penerapan <i>guest preference</i> di Four Points by Sheraton Batam menjadi lebih optimal?	Mengumpulkan saran dan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas penerapan <i>guest preference</i> di masa mendatang.

Lampiran 2 B.Hasil Observasi

No.	Aspek yang Diobservasi	Hasil Observasi
1	Pemahaman karyawan mengenai <i>guest preference</i>	Berdasarkan hasil observasi, staf Food and Beverage Service memahami bahwa <i>guest preference</i> merupakan bagian dari pelayanan personal yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan kebiasaan tamu agar memperoleh pengalaman yang lebih baik selama berada di hotel.
2	Proses identifikasi preferensi tamu	Staf melakukan identifikasi preferensi tamu melalui komunikasi langsung saat menerima pesanan, riwayat kunjungan tamu, informasi dari reservasi, serta arahan dari supervisor apabila tamu merupakan pelanggan tetap (<i>repeat guest</i>) atau anggota Marriott Bonvoy.
3	Jenis <i>guest preference</i> yang sering ditemukan	Preferensi yang paling sering dijumpai meliputi pilihan tempat duduk, jenis minuman, tingkat kematangan makanan, pantangan makanan karena alergi atau agama, serta permintaan khusus saat sarapan maupun acara tertentu.

- | | | |
|----|---|--|
| 4 | Pencatatan preferensi tamu | Informasi mengenai preferensi tamu dicatat oleh staf sesuai prosedur operasional dan disampaikan kepada supervisor agar dapat digunakan kembali ketika tamu melakukan kunjungan berikutnya. |
| 5 | Tanggung jawab pengelolaan data | Supervisor bersama staf operasional bertanggung jawab memastikan informasi preferensi tamu tersampaikan kepada seluruh tim yang berkepentingan sehingga pelayanan dapat diberikan secara konsisten. |
| 6 | Koordinasi antar departemen | Terlihat adanya koordinasi antara Departemen Food and Beverage Service, Front Office, Kitchen, dan departemen lain dalam memenuhi permintaan khusus tamu melalui komunikasi langsung maupun briefing sebelum operasional dimulai. |
| 7 | Penerapan pelayanan berdasarkan preferensi tamu | Staf memberikan pelayanan sesuai preferensi tamu, seperti menyajikan minuman favorit tanpa harus diminta kembali, menyediakan menu sesuai kebutuhan diet, serta menyiapkan tempat duduk yang diinginkan tamu. |
| 8 | Dampak terhadap kepuasan tamu | Tamu terlihat memberikan respons positif terhadap pelayanan yang bersifat personal. Beberapa tamu menyampaikan ucapan terima kasih secara langsung dan menunjukkan kepuasan atas perhatian yang diberikan oleh staf. |
| 9 | Pelatihan karyawan | Karyawan mendapatkan pengarahan melalui briefing harian dan pelatihan internal mengenai standar pelayanan Marriott, komunikasi dengan tamu, serta pentingnya mengenali preferensi tamu untuk meningkatkan kualitas pelayanan. |
| 10 | Kendala penerapan <i>guest preference</i> | Selama observasi masih ditemukan beberapa kendala, seperti tamu baru yang belum memiliki riwayat preferensi, perubahan permintaan secara mendadak, serta informasi preferensi yang belum selalu tersampaikan secara lengkap kepada seluruh staf. |
| 11 | Upaya mengatasi kendala | Supervisor menginstruksikan staf untuk selalu melakukan konfirmasi kepada tamu, meningkatkan komunikasi antardepartemen, serta melakukan briefing agar seluruh anggota tim mengetahui |

	permintaan khusus yang harus dipenuhi.
12 Respons tamu terhadap pelayanan	Sebagian besar tamu menunjukkan kepuasan setelah preferensinya dipenuhi. Hal ini terlihat dari interaksi yang lebih akrab dengan staf, ucapan apresiasi, serta kesediaan tamu untuk kembali menggunakan layanan restoran hotel.
13 Contoh penerapan <i>guest preference</i>	Penulis mengamati seorang tamu langganan yang langsung disiapkan kopi favoritnya serta tempat duduk yang biasa digunakan tanpa perlu meminta kembali. Tamu memberikan apresiasi kepada staf atas perhatian tersebut.
14 Evaluasi penerapan <i>guest preference</i>	Evaluasi dilakukan melalui briefing harian, laporan supervisor, umpan balik tamu, serta peninjauan kembali terhadap kualitas pelayanan apabila terdapat keluhan maupun permintaan khusus dari tamu.
15 Upaya peningkatan pelayanan	Hotel terus berupaya meningkatkan penerapan <i>guest preference</i> melalui pelatihan berkala, peningkatan komunikasi antardepartemen, pembaruan data preferensi tamu, dan penerapan standar pelayanan Marriott secara konsisten.

Lampiran 3 C. Gambaran Umum SOP Kerja Di Four Points By Sheraton Batam

1. Kehadiran dan Disiplin Kerja

- * Karyawan wajib hadir sesuai jadwal kerja (*shift*) yang telah ditentukan.
- * Melakukan absensi sesuai sistem perusahaan sebelum memulai pekerjaan.
- * Datang tepat waktu dan mempersiapkan area kerja sebelum operasional dimulai.
- * Ketidakhadiran, izin, atau keterlambatan harus dilaporkan kepada atasan sesuai prosedur perusahaan.

2. Standar Grooming dan Penampilan

- * Menggunakan seragam kerja sesuai ketentuan perusahaan.
- * Menggunakan name tag selama bertugas.
- * Menjaga kebersihan diri, kerapian rambut, kebersihan kuku, serta

penampilan yang profesional.

- * Mematuhi standar grooming yang telah ditetapkan perusahaan untuk menjaga citra hotel.

3. Etika dan Perilaku Kerja

- * Bersikap ramah, sopan, profesional, dan menghormati tamu maupun rekan kerja.

- * Menjaga kerahasiaan informasi perusahaan dan data tamu.

- * Mematuhi kode etik perusahaan.

- * Menjaga sikap profesional selama berada di lingkungan kerja.

4. Pelaksanaan Tugas

- * Melaksanakan pekerjaan sesuai job description masing-masing.

- * Mengikuti arahan atasan serta SOP departemen.

- * Menyelesaikan pekerjaan secara teliti, tepat waktu, dan bertanggung jawab.

- * Melaporkan setiap kendala kepada atasan untuk segera ditindaklanjuti.

5. Pelayanan kepada Tamu (*Guest Service*)

- * Memberikan pelayanan sesuai standar Marriott International.

- * Menyambut tamu dengan ramah dan sopan.

- * Memberikan informasi secara jelas dan membantu kebutuhan tamu.

- * Menangani keluhan tamu sesuai prosedur atau meneruskannya kepada pihak yang berwenang apabila diperlukan.

6. Komunikasi dan Kerja Sama

- * Menjalinkan komunikasi yang baik dengan rekan kerja maupun departemen lain.

- * Melakukan koordinasi dalam pelaksanaan pekerjaan.

- * Membangun kerja sama tim (*teamwork*) untuk mendukung kelancaran operasional hotel.

7. Keselamatan dan Keamanan Kerja (K3)

- * Mematuhi prosedur keselamatan dan kesehatan kerja yang berlaku.
- * Menggunakan peralatan kerja sesuai fungsinya.
- * Menjaga kebersihan area kerja.
- * Melaporkan kondisi yang berpotensi membahayakan keselamatan kerja kepada atasan.

8. Penggunaan Fasilitas Perusahaan

- * Menggunakan fasilitas perusahaan secara bertanggung jawab.
- * Menjaga aset perusahaan dari kerusakan maupun penyalahgunaan.
- * Tidak menggunakan fasilitas perusahaan untuk kepentingan pribadi tanpa izin.

9. Pengembangan Kompetensi

- * Mengikuti pelatihan (*training*) yang diselenggarakan perusahaan.
- * Berpartisipasi dalam program pengembangan kompetensi dan evaluasi kinerja.
- * Meningkatkan pengetahuan serta keterampilan sesuai bidang pekerjaan.

10. Penyelesaian Pekerjaan dan Pergantian Shift

- * Memastikan seluruh pekerjaan telah diselesaikan sebelum meninggalkan area kerja.
- * Melakukan *handover* kepada karyawan pada shift berikutnya apabila diperlukan.
- * Memastikan area kerja tetap bersih, rapi, dan siap digunakan untuk operasional berikutnya.

Prinsip Umum Pelaksanaan SOP

Dalam pelaksanaan operasional sehari-hari, seluruh karyawan diharapkan

menerapkan prinsip-prinsip berikut:

- * Profesionalisme.
- * Integritas.
- * Disiplin.
- * Tanggung jawab.
- * Kerja sama tim (*teamwork*).
- * Berorientasi pada kepuasan tamu (*guest satisfaction*).
- * Kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur perusahaan.

Lampiran 5 D. Dokumentasi Kegiatan PLI



Greeter



Set Up Table



Pass Around Drink Menu



Townhall



Badminton



Fun Run



Auting Batch Januari – Juli 2026