

IMPLEMENTASI *UPSELLING PROCEDURE* WAITER/WAITRES DI HOTEL JAYAKARTA LOMBOK

Oleh :

I Made Murdana

Dosen dpk pada Akademi Pariwisata Mataram

Abstract, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsistensi pelaksanaan upselling. Penelitian dilakukan dengan pendekatan metode deskriptif kuantitatif dengan skala liqert. Penentuan sampel dengan pendekatan populatif. Hasil yang diperoleh adalah melalui tabulasi data skala liqert. Prosedur *upsellig* dilakukan dengan tingkat konsistensi yang sangat baik yaitu keterlaksanaan indikator syarat prosedur sebesar 86%, sedangkan yang belum melaksanakan indikator syarat prosedur mencapai 14%. Dibutuhkan upaya sistematis dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja karyawan agar lebih optimal. Upaya sistematis tersebut dapat berupa Strategi penghargaan dengan pemeringkatan berdasarkan atas waktu, target ketercapaian contohnya "*Saler of The Day*", "*Saler of The Month*", dan "*Saler of The Year*"

Kata Kunci : *upselling, procedure, waiter/waitres*

PENDAHULUAN

Perkembangan pembangunan Wilayah Nusa Tenggara Barat dalam lima tahun belakangan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Perkembangan ini tidak dapat terlepas dari program pemerintah pusat dalam mencanangkan Nusa Tenggara Barat sebagai pusat percepatan ekonomi masyarakat dalam bidang pariwisata. Program Pemerintah Indonesia ini sangat populer dengan nama MP3EI (Master Plan Percepatan Pembangunan Ekonomi Indonesia). Program MP3EI bidang pariwisata meliputi daerah Bali, NTB dan NTT. Nusa Tenggara Barat di jadikan pusat program tersebut khususnya dalam bidang Pariwisata, Pertanian, dan Peternakan. Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah daerah NTB dan pemerintah pusat dalam mempercepat pembangunan adalah dengan optimalisasi pelaksanaan MICE (*meeting, incentive, conference, excbition*) baik dalam skala nasional, regional maupun internasional, dalam upaya lebih menemukenalkan NTB sebagai daerah yang sangat menarik.

Reaksi yang dilakukan dalam lebih mempopulerkan NTB adalah dengan optimalisasi dan konsistensi terhadap promosi daerah. *Banch marck* promosi daerah digulirkan mulai dari "*Visit Lombok Sumbawa*" selanjutnya "*Tambora Menyapa Dunia*". Dalam lebih menunjukan identitas pariwisata NTB di gelarnya Festival Pesona Tambora 2016. Pemerintah pusat konsent dalam percepatan inprastruktur dan fasilitas pendukung dalam memicu percepatan

pembangunan pariwisata di NTB dan Pulau Sumbawa sebagai maskot.

Pembangunan infrastruktur dan fasilitas pendukung mulai dari sarana aksesibilitas menuju destinasi pariwisata, dermaga-dermaga pelabuhan kapal-kapal pesiar wista, pengembangan atraksi wisata dan destinasi wisata, serta yang tidak kalah pentingnya ketersediaan akomodasi. Perkembangan pembangunan sarana akomodasi di NTB mengalami peningkatan yang sangat cepat. Jumlah kamar hotel setiap bulannya mengalami peningkatan. Hotel-Hotel bertaraf internasional berdiri dengan megah, baik resort maupun city hotel, seperti, Sheraton Internasional, Santika, Hotel Group Arcipilago Indonesia, Navotel, dan yang lainnya.

Industri perhotelan merupakan industry pendukung dalam pengembangan pariwisata. Industri perhotelan tidak dapat terlepas dari bagian bagian pendukung yang ada didalamnya, seperti *Departemen Front Office, Departement Food and Baverage, Accounting*, dan yang lainnya. *Departement Food and Baverage* merupakan departemen kedua sebagai *departement generating income*. Khususnya pada food and baverage service, merupakan front liner yang bertugas menyambut wisatawan yang datang ke outlet restaurant. Kemampuan komunikasi, performance, dan attitude karyawan sangat menentukan kesan pertama wisatawan. Selain itu pula nilai kommunikasi dan kemampuan pemasaran sangat

menentukan loyalitas dari tamu dan peningkatan penjualan produk yang ditawarkan.

Beberapa fenomena sering terjadi di hotel berkaitan dengan kemampuan komunikasi dan pengetahuan produk layanan, cenderung dianggap sebagai sesuatu yang kurang penting. Prosedur layanan wisatawan yang juga cenderung diabaikan, baik secara keseluruhan maupun sebagian-sebagian sehingga menyebabkan pendapatan menurun, kualitas layanan menjadi jelek, dan akhirnya turunnya reputasi restaurant tersebut. Kurangnya pemahaman karyawan terhadap produk yang dimiliki dan kemampuan berkomunikasi menyebabkan prosedur upselling terabaikan. Karyawan cenderung malas untuk menjelaskan sesuatu kepada wisatawan, melayani dengan seadanya, kurangnya kreatifitas, merupakan sederet fenomena yang sangat ironis ditengah persaingan global saat ini.

Perusahaan dan peneliti sewajarnya saling bahu membahu dalam mengkaji setiap prosedur yang ada, guna mengoptimalkan produk layanan. Salah satu kajian yang dapat dilakukan adalah mengkaji implementasi prosedur up-sealing untuk mengetahui consistensi pelaksanaan prosedur yang telah terstandar serta meningkatkan loyalitas konsumen dan meningkatkan penjualan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data bersumber dari observasi, dokumentasi dan angket. Subyek yang diamati dengan pendekatan populatif.

LANDASAN TEORITIK

Ada banyak upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan hotel melalui fungsi manajemen pemasaran khususnya, seperti mengoptimalkan komponen dalam marketing mix. Salah satunya dengan melakukan program upselling. Jika dilihat dari konsep promotion mix dapat dikatakan upselling merupakan bagian dari sales promotion, karena pada umumnya setiap produk yang di upsell harganya lebih murah dari harga normal (publish rate). Konsep upselling juga sesuai dengan konsep yield management, yang berupaya untuk memaksimalkan hasil dalam setiap kondisi makromikro hotel. Konsep Upselling yang dilakukan sebaiknya memberikan benefit pada tamu, karyawan dan manajemen, sehingga dapat memotivasi karyawan yang menjadi ujung tombak dalam program upselling ini. Selain itu program pelatihan juga perlu dilakukan, sehingga karyawan

betul-betul paham dan mampu melakukan standard operating procedure untuk melakukan upsell. Kondisi ini akan sangat membantu menghindari komplain dari tamu yang di prospek, dan juga waktu yang digunakan menjadi lebih efisien.

Adapun Standard Operating Procedure (SOP) upselling restaurant adalah sebagai berikut;

1. Tugas utama pelayan restoran adalah menyiapkan perlengkapan operasional restoran.
2. Saat wisatawan datang, menyambut dan melayani setiap tamu restoran, ucapkan salam (greeting) sesuai standar salam yang ada. "good morning, welcome in Restaurant?. How may I assist You?.."
3. Posisikan Postur tubuh dan gesture sesuai standar restaurant yang telah diatur .
4. Menawarkan dan mengarahkan tamu menuju tempat duduknya (sesuai standard)
5. Menawarkan bantuan "opening question" dan mempersilakan tamu dengan menu ala'carte...
6. Merekomendasikan wisatawan pada "menu special today" dan produk produk special yang lainnya dengan sopan. Contohnya: "*Apakah ibu mau memesan appetizer (hidangan pembuka) terlebih dahulu? Chef kami malam ini membuat **hidangan pembuka special Baked Crabmeat Béarnaise** (hidangan daging kepiting dengan saus Béarnaise) yang terbuat dari kuning telur dan rempah khusus.*". Jika wisatawan menolak server sudah siap dengan menu yang lain "Baik bu, **bagaimana dengan Caesar Chicken Salad**, kami khusus membuatnya di meja?"
7. Saat makanan pembuka tiba, Jelaskanlah tentang menu yang disuguhkan sambil merekomendasikan produk minuman yang dimiliki. Ucapkan magic word "enjoy your deliciuse food!" dan "Will there be anything else?"
8. Saat menu utama tiba, jelaskanlah sambil menawarkan menu yang lain yang berkaitan dengan menu yang disantapnya. Magic Word ""
9. Saat menu dissert, rekomendasikan produk disert yang lainnya pula dengan berbagai kelebihanannya dan ditambah magic word.
10. Saat wisatawan meninggalkan restaurant ucapkan magic word. "Thank you for visiting and enjoyed the delectiuse food in our luxurius restaurant! (Dahmer Sondra J, 2009, 71)

Upselling merupakan stragi yang sangat penting bagi restaurant dalam meningkatkan pendapatan. Program pelatihan-pelatihan karyawan

tentang upselling berguna untuk meningkatkan kemampuan karyawan, meningkatkan penjualan yang lebih banyak, serta memperbesar bisnis. “*Upselling is more than sales; it requires perception, knowledge and discretion*”. Upselling dapat terlihat seperti sales dan lebih dominan seperti *customer service*. Melalui effective techniques berpotensi untuk menghilangkan kebosanan dan menciptakan rasa nyaman pada konsumen. Beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam melaksanakan upselling di restaurant;

Offer More-Expensive Items

Umumnya teknik upselling restoran adalah untuk menawarkan produk yang lebih mahal dibandingkan dengan pesenan wisatawan (guest). Taktik ini merupakan taktik yang paling efektif. Servers biasanya menggunakan teknik ini dengan menawarkan dua jenis minuman yang berbeda tanpa wisatawan mengetahui bahwa salah satunya lebih mahal, contohnya, dalam upaya meningkatkan penjualan (bill), server harus memiliki pengetahuan tentang margin keuntungan dan harga dari setiap item pada menu yang di beli oleh konsumen.

Extras

Banyak restoran mengandalkan strategi sederhana untuk menjual lebih banyak dengan menawarkan item tambahan. Sebuah restoran makanan cepat saji mungkin menawarkan kepada pelanggan jika mereka ingin pilihan berukuran super atau jika mereka ingin kentang goreng dengan makanan yang mereka telah beli. Seorang pelayan mungkin akan menawarkan appetizer atau yang lainnya dalam sebuah *dinner*. Di beberapa restoran, ekstra makanan diresepkan oleh manajemen

Offer Specific Items

Pelanggan, jika mereka ingin makanan atau minuman tambahan, lebih efektif adalah mencoba menawarkan yang lebih khusus. Restoran biasanya memanfaatkan sebuah strategi untuk mengabaikan penolakan dari wisatawan. Strategi tersebut melalui pertanyaan, apakah mereka menginginkan sebuah hidangan special dessert dari chef restaurant dengan menyertakan penjelasan dari dessert tersebut. Hal ini umumnya sangat efektif ketika konsumen kelihatan bimbang akan pilihannya. Penjelasan kelesatan wakanan tersebut umumnya akan meyakinkan konsumen untuk menikmatinya.

Make Suggestions

Ketika seorang pelanggan berunding tentang apa yang harus mereka pesan atau meminta rekomendasi, pelayan restoran memiliki kesempatan untuk Upselling tanpa terlihat memaksakan atau menjengkelkan. Konsumen mungkin menunjukkan salah satu hidangan yang lebih mahal di menu ketika meminta saran atau rekomendasi kepada pelayan. Pelanggan mungkin menanyakan minuman untuk melengkapi hidanganannya. Dengan memberikan saran yang bermanfaat, pelanggan merasa dilayani dengan baik daripada sebagai target penjualan belaka.

Demonstrate Enthusiasm

Salah satu tehnik upselling yang paling efektif adalah pelayan mampu menunjukkan perhatian terhadap makanan yang ditawarkan. Dan Ketika pelayan mampu menunjukkan dan memberikan penjelasan produk secara lengkap tentang pengalamannya mengkonsumsi, ini akan lebih meyakinkan dibandingkan dengan hanya menawarkan produk yang lebih mahal (<http://smallbusiness.chron.com/upselling-techniques-restaurants-20154,07/07/2015>).

Pelayan atau *servers* adalah orang terpenting dalam operasional restoran. Sebagai staf pelayan (*waiter/waitress*) di restoran, Anda memiliki sejumlah tugas utama yang akan menentukan maju dan berkembangnya restoran tersebut. Karena tanpa pelayanan yang baik, mustahil pelanggan akan kembali ke restoran. Tugas utama pelayan restoran adalah menyiapkan perlengkapan operasi restoran, menyambut dan melayani setiap tamu restoran, menjual makanan dan minuman pada tamu, memastikan tamu yang datang merasa puas, serta menjaga kebersihan dan kerapuhan restoran.

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

Salah satu cara menjual makanan/minuman di restoran dikenal dengan istilah *up-selling* atau menjual lebih. *Up-selling* adalah proses menjual dengan teknik yang santun dan menarik.

Waiter/waitress yang baik **tahu caranya** menjual lebih. Menjual lebih adalah cara agar tamu/pelanggan **memesan sesuatu** lebih dari yang dipesan/ diinginkan pelanggan pada mulanya. Simak salah satu contoh berikut ini:

Tamu : “Saya mau makan steak.”

Pelayan : “Apakah bapak mau mencoba Tenderloin steak dengan saus jamur hitam?”

Tamu : “Boleh saya coba Tenderloin steak.”

Seorang waiter/waitress tidak hanya mengambil pesanan lalu pergi. Ketika tamu memesan steak, cobalah menawarkan tenderloin steak (harganya lebih mahal dari steak biasa dan dagingnya lebih empuk). Mungkin kalau waiter tidak menawarkan tenderloin steak, bisa jadi tamu akan memesan minute steak atau chicken steak yang harganya jauh lebih murah. Sebuah restoran adalah bidang usaha makanan dan minuman, namun tidak berarti waiter/waitress tidak dapat menjual lebih (*up-selling*) produk yang ada.

Contoh yang lain adalah restoran waralaba yang karyawannya selalu melakukan *up-selling* setiap saat dalam menemui tamu. Misalnya ketika tamu memesan French Fries, pelayan pasti menanyakan kepada pelanggannya apakah mau memesan yang besar? Atau kalau mau memesan burger, mereka akan menanyakan apakah mau ditambah extra cheese?

Inovatif ; Dalam mempraktikkan *upselling*, faktor manusia menjadi sangat dominan, oleh karena itu tiap staf haruslah mempunyai sedikitnya satu ide baru dalam tiap Minggu. Kenapa faktor manusia itu penting karena semua melibatkan manusia. Siapa yang menjual? Siapa yang jadi pembeli? Siapa yang membuat makanan/minuman? Siapa yang memiliki usaha kita? Untuk siapa kita bekerja/ mencari nafkah? Semuanya bermuara kepada manusia. Jadi kunci sukses dalam *selling* di restoran adalah pada setiap orang yang berada di dalam restoran tersebut.

Dasar-dasar Up-Selling; Dalam bisnis restoran melakukan *up-selling* harus dilakukan dengan cara yang lebih santun. Kunci *up-selling* adalah ketika waiter/waitress menawarkan sesuatu kepada pelanggannya dengan cara yang sopan sehingga tamu tidak merasa dipaksa. Contoh:

Pelayan : “Apakah ibu mau memesan appetizer (hidangan pembuka) terlebih dahulu? Chef kami malam ini membuat hidangan pembuka special Baked Crabmeat Béarnaise (hidangan daging kepiting dengan saus Béarnaise) yang terbuat dari kuning telur dan rempah khusus.”

Tamu : “Wah, itu kedengarannya enak, ya?”

Pelayan : “Iya Bu, hidangan ini spesial kreasi chef kami, khususnya untuk santap malam seperti sekarang.”

Tamu : “Baik kalau begitu saya mengikuti saran kamu.”

Bila tamu menolak?; Adakalanya tamu menolak atau berkeras tidak ingin menerima tawaran si pelayan. Misalnya bila tamu tidak mau pesan Baked Crabmeat Béarnaise, maka waiter harus sudah siap menawarkan hidangan pengganti lain. Misalnya:

Tamu : “Wah saya tidak suka hidangan seafood, saya alergi pada seafood.”

Pelayan : “Baik bu, bagaimana kalau Caesar Chicken Salad, kami khusus membuatnya di meja?”

Tamu : “Hmmm, boleh juga, Caesar Salad adalah kegemaran saya.”

Up-selling the Entrée ; Bisa juga tamu tidak mau pada tawaran yang disampaikan waiter. Karena tamu sudah tahu apa yang ingin dia pesan. Tetap saja waiter masih punya peluang untuk *up-selling*. Dengan teknik yang benar, pelayanpun masih punya peluang, seperti contoh ini:

Tamu : “Saya mau pesan Chicken Marsala.”

Pelayan : “Apakah ibu mau memulai makan malamnya dengan mencoba wild mushroom soup kami? Today’s soup is cream of wild mushroom (sup krim jamur segar).”

Tamu : “Kedengarannya enak juga supnya, kalau begitu boleh saya pesan supnya, sebelum makan Chicken Marsala.”

Up-selling vs Over-selling ; Sebagai waiter/waitress, Anda pasti diharapkan oleh atasan untuk bisa melakukan *up-selling* dalam bekerja di restoran, hal ini wajar dan memang semestinya demikian.

Pada umumnya tamu tidak keberatan bila ditawarkan atau disarankan menu atau minuman oleh waiter/ waitress. Namun banyak juga tamu menanyakan pendapat Anda sebagai pengambil pesanan tentang minuman atau makanan apa yang enak untuk dipesan. Yang Anda harus selalu ingat bahwa Anda hanya melakukan *up-selling* bukan *over-selling*.

Up-Selling Dessert; Pada akhir dari jamuan, waiter harus menawarkan dessert (hidangan penutup). Cara terbaik menawarkan dessert adalah dengan teknik penjelasan yang mengundang selera, misalnya:

Contoh yang baik: “Apakah ibu mau mencoba satu potong homemade chocolate cake di atasnya dengan potongan buah strawberry segar? Tiap hari banyak tamu yang memesannya.” Contoh yang

buruk: "Apakah ibu mau dessert?" (Anonimus, 2015)

PENERAPAN PROSEDUR UPSELLING RESTAURANT DI HOTEL THE JAYAKARTA LOMBOK BEACH RESORT & SPA

Dalam menganalisa implementasi prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok, dipresentasikan dalam prosedur baku yang disampaikan oleh Dahmer Sondra, dalam bukunya *restaurant service basic*. Berikut ini susunan prosedur masing-masing:

Indikator prosedur upselling restaurant

- 1) Apakah setiap bertugas telah menyiapkan perlengkapan operasional restoran ?.
- 2) Apakah Saat wisatawan datang, anda menyambutnya dan melayani setiap tamu restoran, dengan mengucapkan salam (greeting) sesuai standar salam yang ada?
- 3) Apakah saat menyambut tamu postur tubuh dan gesture sesuai standar restaurant yang telah diatur (mencakupkan kedua tangan di depan dada)?
- 4) Apakah anda menawarkan dan mengarahkan tamu menuju tempat duduknya?.
- 5) Apakah anda menawarkan bantuan "opening question" dan mempersilakan tamu dengan menu ala'carte ?
- 6) Sudahkah merekomendasikan "menu special today" dan produk produk special yang lainnya dengan sopan?
- 7) Apakah Saat makanan pembuka tiba, menjelaskan tentang menu yang disuguhkan sambil merekomendasikan produk minuman yang dimiliki?.
- 8) Apakah Saat menu utama tiba, menjelaskan sambil menawarkan menu yang lain yang berkaitan dengan menu yang disantapnya disertai dengan magic word ?.
- 9) Apakah Saat menu dessert, merekomendasikan produk disert yang lainnya pula dengan berbagai kelebihannya?.
- 10) Adakah Saat wisatawan meninggalkan restaurant anda mengucapkan magic word?

Dari masing-masing indikator prosedur upselling restaurant tersebut dituangkan dalam sebuah daftar pertanyaan untuk mengetahui tentang konsistensi implementasi upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok. Daftar pertanyaan tersebut dilakukan dengan metode angket, sehingga mengasilkan hasil tentang table tabulasi implementasi kegiatan.

Tabel tabulasi tersebut menjelaskan tentang sebaran jawaban masing-masing responden terhadap setiap pertanyaan yang ada dengan melakukan pilihan jawaban yang telah disediakan. Jawaban yang telah ditentukan kemudian akan dilakukan penghitungan. Setiap sebaran pertanyaan yang ada pada total responden, menghasilkan total jumlah jawaban untuk masing-masing pilihan jawaban yang tersedia. Total masing-masing pilihan jawaban dapat dibuatkan prosentase pada masing-masing jawaban atau hanya diprosentasekan secara umum

Tabel 1. Tabulasi Data Responden pada Implementasi prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok

Soal	RESPONDENT																				JUMLAH		% RATA-RATA	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	YA	TDK	YA	TDK										
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1	9,00	1,00										
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	8,00	2,00										
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1	9,00	1,00										
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0	10,00	0,00										
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1	9,00	1,00										
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0	10,00	0,00										
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	8,00	2,00										
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	8,00	2,00										
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	3	7,00	3,00										
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	8,00	2,00										
	8	2	8	2	9	1	9	1	10	0	8	2	86	14										
	Total Responden x Soal												100											
	Prosentase Re-Rata (%)												86	14										

Sumber : Hasil Tabulasi data, 2015

Berdasarkan table tabulasi:

Prosentase yang menjawab (Ya) adalah:

$$\frac{\sum \text{Persentase jawaban Ya}}{\sum \text{Total jawaban (Y+T)}} \times 100 = \frac{86}{100} \times 100 = 86\%$$

Untuk prosentase yang menjawab (Tidak) adalah:

$$\frac{\sum \text{Persentase jawaban Tidak}}{\sum \text{Total jawaban (Y+T)}} \times 100 = \frac{14}{100} \times 100 = 14\%$$

Berdasarkan pada perhitungan tabulasi data implementasi prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok, dengan jumlah responden sebanyak 10 orang staff *F&B service* dan pertanyaan dari indikator implementasi prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok sebanyak 10 pertanyaan, maka diperoleh hasil yang menjawab YA adalah sebanyak 86 item sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 14 item. Mengacu pada jawaban dalam perhitungan tabulasi data tersebut maka prosentase perolehannya adalah yang menjawab YA sebesar 86%, sedangkan yang menjawab tidak sebesar 14%.

Berdasarkan pada hasil yang telah di peroleh maka dapat di nyatakan bahwa penerapan prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta

Lombok dilakukan dengan konsistensi yang cukup tinggi. Tingkat implementasi prosedur upselling restaurant di Hotel Jayakarta Lombok telah mencapai rata-rata angka 86% terlaksana dengan baik. Namun masih ada 14% dari tingkat konsistensi pelaksanaan prosedur upselling, pada saat penelitian masih memiliki tingkat konsistensi yang agak rendah.

Tingginya tingkat konsistensi penerapan prosedur upselling tersebut kemungkinan besar salah satunya karena lama kerja (senioritas) dari para tenaga kerjanya. Hal ini perlu dibuktikan lebih lanjut, melalui penelitian-penelitian lanjutan.

PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan penerapan prosedur teknik upselling di restaurant Hotel Jayakarta Lombok:

1. Prosedur *upsellig* dilakukan dengan tingkat konsistensi yang sangat baik yaitu keterlaksanaan indicator syarat prosedur sebesar 86%, sedangkan yang belum melaksanakan indicator syarat prosedur mencapai 14%.
2. Dominannya karyawan menjawab (Ya) kemungkinan besar salah satunya karena senioritas (pengalaman kerja) dari para tenaga kerjanya. Hal ini perlu dibuktikan lebih lanjut, melalui penelitian-penelitian lanjutan.

b. Saran

1. Dengan perolehan tingkat penerapan yang sangat bagus, maka perlu ada upaya yang sistimatis untuk mempertahankannya dan meningkatkan kinerja karyawan menuju yang lebih optimal. Strategi-strategi tersebut bisa di programkan melalui strategi penghargaan (*rewarding*). Strategi penghargaan tersebut bisa dengan pemeringkatan berdasarkan atas

waktu, contohnya "*Saler of The Day*", "*Saler of The Month*", dan "*Saler of The Year*".

2. Pelatihan-pelatihan sumber daya manusia perlu dilakukan guna meningkatkan kemampuan staff, khususnya dalam kemampuan upselling tenaga kerja restoran

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimus. SK Menteri Perhubungan No. PM 10/PW 301/PHb 77 . Jakarta. Indonesia
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Bagyono. 2005. *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Catherine Devrye. 1997. *Good Service Good Bussiness*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. Indonesia.
- Dahmer Sondra J, 2009. *Restaurant Service Basic*. Jhon Wiley & Son. Canada. New Jersey.
- Hari, Minantyo. 2011. *Dasar-dasar pengolahan makanan*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Http Website. <http://smallbusiness.chron.com/upselling-techniques-restaurants-20154,07/07/2015>
- Sihite, Richard. 2000. *Food and Beverage Service (Tata Hidang)*. Jakarta :Gramedia Pustaka Umum.
- Joko, Subagyo. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Narbuko. 1999. *Metode Pengolahan Dan Analisa Data*. Jakarta : Rineka Cipta
- Walker John R. 2008. *The Restoran from Concept to Operation*. Jhon Wiley & Son. New Jersey. Canada

