

**PENGARUH KREATIFITAS BARTENDER/BARTENDRESS  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MINUMAN  
DI DAHANA LOUNGE BAR NOVOTEL HOTEL & SUITES SURABAYA**

Oleh

**T. Wurdiana**

**A. Solikhin**

**D. Asmara**

*(Dosen pada Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta)*

**ABSTRAK**

Hotel merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam industri pariwisata yang menyediakan beraneka ragam fasilitas yang dapat menarik minat para tamu untuk berkunjung dan menginap. Salah satu outlet yang menghasilkan pendapatan terbesar dari sektor penjualan minuman adalah *bar*.

Kreatifitas *Bartender/Bartendress* mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan hasil penjualan minuman, di samping itu cara penyajian minuman merupakan faktor penunjang yang dapat menarik minat tamu untuk berkunjung, serta beberapa atraksi yang ditampilkan oleh para *Bartender/Bartendress* berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman di suatu *bar*.

Dalam peningkatan sumber pendapatan, peranan *Bartender* maupun *Bartendress* sangat diperlukan dalam mengelola dan menciptakan resep minuman baru serta mampu menciptakan daya tarik dalam peningkatan terhadap jumlah minuman yang terjual.

**Kata Kunci: Pengaruh kreativitas, tingkat penjualan minuman.**

**PENDAHULUAN**

**Latar belakang**

Pariwisata merupakan salah satu aset sebuah negara, karena jika sebuah negara memiliki sektor pariwisata yang bagus dan maju maka hal tersebut akan menambah pendapatan dan devisa negara itu sendiri. Bagus dan majunya sektor pariwisata itu sendiri bergantung pada manajemen kepariwisataannya. Aktivitas dan interaksi manusia dengan lingkungannya melalui penghayatan, keinginan serta harapan sehingga menimbulkan suatu rasa yaitu kepuasan juga merupakan bagian dari pariwisata. Dan untuk menunjang kegiatan pariwisata, dibutuhkan fasilitas-fasilitas

seperti obyek wisata, tempat tinggal wisatawan seperti hotel, tempat-tempat singgah sementara seperti restoran, transportasi serta dokumen perjalanan yang dibutuhkan. Kemajuan industri perhotelan dapat dilihat perkembangannya dari tingkat hunian kamar, jumlah kamar yang terjual, rata-rata lamanya tamu menginap serta perkembangan jumlah hotel. Keberhasilan suatu hotel dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari bagaimana hotel tersebut berusaha memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada pelanggannya. Oleh sebab itu, setiap hotel dituntut untuk selalu melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap mutu pelayanan

dan harga jasa yang ditawarkan sehingga apa yang menjadi harapan dan kebutuhan para pelanggan dapat terpenuhi. Peningkatan berbagai fasilitas dan jasa pelayanan perhotelan ternyata mempertajam persaingan di kalangan para pengelola hotel dalam usaha menjangkau konsumen dan mempertahankan konsumen. Persaingan yang terjadi tidak hanya menyangkut seberapa tinggi tingkat produktivitas perusahaan dan seberapa rendahnya tingkat harga produk maupun jasa, namun lebih pada kualitas produk dan jasa tersebut, kenyamanan, kemudahan, serta ketepatan dan kecepatan waktu dalam pencapaiannya.

Kualitas pelayanan dalam dunia bisnis saat ini merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh semua perusahaan agar perusahaan tersebut tetap bertahan. Kualitas pelayanan semata-mata ditentukan oleh karyawan yang mempunyai *skill* yang baik, sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dicapai dengan memberikan produk yang sudah dihasilkan dengan kualitas yang baik serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Mempunyai konsumen yang puas merupakan hal yang penting bagi industri karena industri ini mempunyai tingkat kompetisi yang tinggi. Konsumen yang puas dapat mendorong adanya pembelian ulang yang pada akhirnya dapat membuat konsumen menjadi setia dan dapat mempromosikan (*word of mouth*) pelayanan yang telah didapat kepada calon konsumen lain sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pihak hotel.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas maka penulis mengangkat judul "Kreativitas *Bartender/Bartendress* terhadap tingkat penjualan minuman di

Dahana Lounge Bar Novotel Hotel & Suites Surabaya."

### **Perumusan Masalah**

Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh pembuatan resep terhadap tingkat penjualan minuman?
2. Bagaimana pengaruh cara penyajian minuman terhadap tingkat penjualan minuman?
3. Bagaimana atraksi pembuatan minuman dapat mempengaruhi terhadap tingkat penjualan minuman?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tiga tujuan, diantaranya:

1. Untuk mengetahui pembuatan resep minuman berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman.
2. Untuk mengetahui cara penyajian minuman berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman.
3. Untuk mengetahui atraksi pembuatan minuman berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman.

## **LANDASAN PUSTAKA**

### **Definisi Pariwisata**

Pariwisata dijadikan cabang ilmu tersendiri dan dijabarkan pertama kali adalah negara Swiss. Sejak tahun 1914, dua Universitas di Swiss yaitu *Bern University* dan *St.Gallen University* mengembangkan pariwisata sebagai ilmu pengetahuan. Di negara Yugoslavia di kota Dubrounik pada tahun 1920 pernah didirikan sebuah lembaga ilmiah kepariwisataan. "Pada hakekatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergian

adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar” (Gamal Suwartoro. Dasar -dasar Pariwisata 2001: 3).

Menurut Undang-Undang RI No.9 tahun 1990: Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Selanjutnya disebutkan bahwa jasa pariwisata/menyediakan dan mengusahakan obyek daya tarik wisata, usaha sarana, pariwisata dan usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut Pakar Pariwisata, Nyoman S. Pendit dalam bukunya “Pariwisata sebagai sebuah studi, Analisa dan Informasi” di mana mendefinisikan: “Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan Bergeraknya manusia dan benda yang membawa dinamika di dalam kehidupan”. Menurut pakar pariwisata, (Nyoman S. Pendit, 1996: 47) mendefinisikan: “Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau individu dalam kegiatannya tersebut bertujuan melepaskan kepenatan setelah rutinitas dalam bekerja dan kegiatan itu hanya bersifat sementara.

### **Definisi Hotel**

1. Pengertian Hotel Menurut Agus Sulastiyono  
Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial (Agus Sulastiyono, 1996: 6).
2. Pengertian Hotel Menurut Sugiarto dan Sulastiningrum  
Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan bagi penginapan makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam surat keputusan. (Sugiarto dan Sulartiningrum, 1998: 5)

### **Pengertian Food and Beverage Department**

Menurut Soekresno (2000: 57), *Food and Beverage* adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makan dan minum, serta kebutuhan yang terkait dari para tamu yang tinggal maupun tidak di hotel tersebut, dan dikelola secara komersial serta profesional. *Food and Beverage Department* bertanggung jawab menyediakan, menjual, dan menyajikan dengan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Menurut Richard Sihite (2000: 1), *Food and Beverage* adalah bagian penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman“. Tujuan utama

dari *Food and Beverage Department* adalah menciptakan pelanggan untuk itu diperlukan adanya kerjasama antar bagian. Supaya dapat menciptakan *Excellent Service* dan memberikan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan.

### **Pengertian *Food and Beverage Service***

Menurut Richard Sihite (2000: 16), *Food and Beverage Service* adalah bagian yang bertanggung jawab atas pelayanan makanan dan minuman di hotel. *Food and Beverage Service* merupakan wajah dan nafas dari sebuah hotel, dikatakan wajah karena di bagian depan hotel dipasang spanduk atau reklame yang berisi kegiatan di *Food and Beverage Service* seperti di *banquet* dan promosi dari *restaurant* dan lain-lain. Dikatakan nafas karena apabila *room* tidak ada pendapatan atau hotel dalam keadaan *low season* maka *Food and Beverage Service* masih ada pendapatan dari *event* di *banquet*, *restaurant* dan lain-lain. Salah satu tujuan dari *Food and Beverage Service* adalah membuat tamu merasa puas dengan pelayanan serta kedisiplinan karyawan.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari:

#### 1. Kreativitas *Bartender/Bartendress*

Kreatifitas merupakan suatu bidang kajian yang kompleks yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Perbedaan definisi kreativitas yang dikemukakan oleh banyak ahli merupakan definisi yang saling melengkapi. Sudut pandang para ahli terhadap kreativitas menjadi

dasar perbedaan dari definisi kreativitas. Definisi kreativitas tergantung pada segi penekanannya, kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu dimensi *person*, *press* dan *product*.

Pengertian kreativitas menurut Haefele (1962) dalam Munandar, 1999; yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial.

Tingkat Kreativitas *Bartender/Bartendress* terdiri dari:

#### a. Pembuatan Resep Minuman

Pembuatan resep minuman adalah suatu proses kreasi seorang *Bartender/Bartendress* dalam mengolah suatu bahan minuman yang biasa menjadi lebih menarik dengan menggunakan standar resep tertentu yang telah ditetapkan dimana takaran dan metodenya harus benar dan tepat, karena berpengaruh terhadap citarasa minuman campuran dan kepuasan tamu, baik itu minuman *cocktail* maupun minuman *mocktail*. Tujuan dari pembuatan resep-resep minuman tersebut yaitu sebagai daya tarik untuk para tamu agar sering datang berkunjung karena adanya resep-resep minuman baru tersebut yang dapat meningkatkan Revenue di Bar.

#### b. Cara Penyajian Minuman

Cara Penyajian minuman adalah tata cara atau proses menyuguhkan minuman yang dalam tampilannya disuguhkan semenarik mungkin agar dapat mengundang minat tamu untuk datang dan menikmatinya, diawali

dari *display* awal minuman tersebut, *garnish*, sampai dengan cara menyajikan di atas meja tamu.

- c. Atraksi Pembuatan Minuman (*Juggling/Working Flair*)  
Seorang *Bartender* atau *Bartendress* harus mempunyai keahlian dalam melempar botol atau dengan kata lain, adalah *juggling*. Atraksi ini dilakukan di hadapan tamu langsung sambil menikmati minuman yang telah disuguhkan. *Juggling* bisa dilakukan misalnya dengan melempar *shaker* ke arah belakang atau punggung si *Bartender*, ditangkap, dilempar lagi ke atas dengan kondisi di udara memutar sampai minuman tersebut tercampur dengan baik.

Variabel dependen terdiri dari:

1. Tingkat Penjualan Minuman

Tingkat penjualan minuman yaitu jumlah minuman yang terjual setiap harinya dan dianalisis sekurang-kurangnya dalam jangka waktu satu bulan, apakah dalam waktu satu bulan tersebut mengalami kenaikan atau penurunan sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh hotel.

Tingkat penjualan minuman terdiri dari:

- a. Jumlah minuman yang terjual  
Jumlah minuman yang terjual sama artinya dengan kuantitas suatu barang, sedangkan kuantitas tersebut sendiri dapat diartikan sebagai tolak ukur terhadap jumlah. Semakin banyak jumlah minuman yang terjual maka akan semakin mempengaruhi tingkat pendapatan hotel tersebut.
- b. Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode dengan keadaan yang semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi dalam suatu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Tingkat pendapatan ini sangat dipengaruhi oleh jumlah minuman yang terjual, semakin banyak minuman yang terjual maka akan meningkatkan jumlah pendapatan.

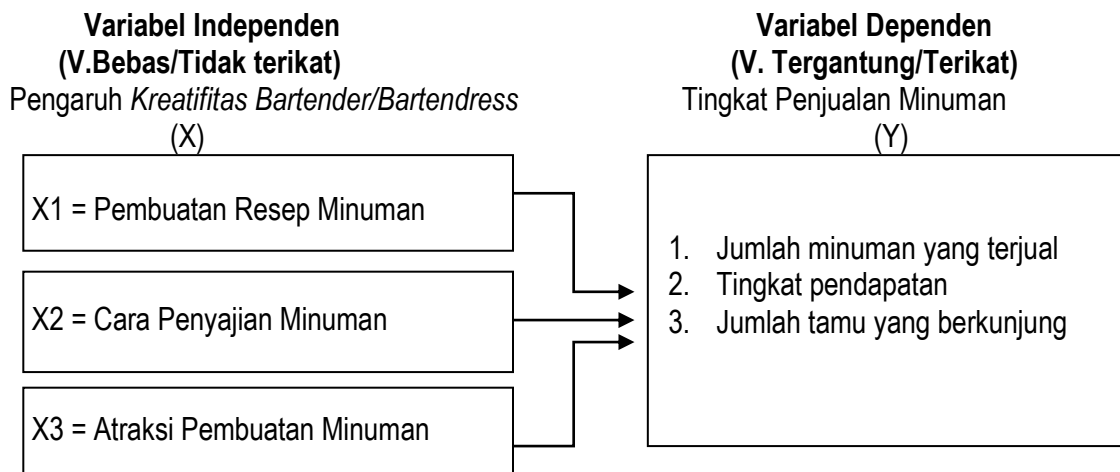
- c. Jumlah tamu yang berkunjung  
Jumlah dapat diartikan sebagai bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu. Dalam hal ini jumlah tamu yang berkunjung dapat diartikan sebagai keseluruhan hasil dari banyaknya kunjungan tamu di hotel tersebut, jumlah tamu yang berkunjung setiap harinya tidak dapat diprediksi dan ditentukan, semakin baik dan menarik tingkat pelayanan yang diberikan maka semakin banyak peluang untuk mendapatkan jumlah tamu yang berkunjung.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran intinya berusaha menjelaskan keterkaitan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Keterkaitan dua variabel tersebut

dilengkapi dengan teori atau penelitian terdahulu yang dilakukan seorang pakar atau peneliti. Kerangka pemikiran disajikan hubungan antara keseluruhan variabel dilengkapi dengan bagan yang

menggambarkan hubungan antar variabel. (skripsi-tesis-disertasi: kerangka pemikiran, <http://tesis-disertasi.blogspot.com/2008/04/kerangka-pemikiran.html>)



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan gambar di atas dapat diperoleh penjelasan mengenai pengaruh kreatifitas *Bartender/Bartendress* sebagai variabel independen (pembuatan resep minuman, cara penyajian minuman, atraksi pembuatan minuman) berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman sebagai variabel dependen (jumlah minuman yang terjual, tingkat pendapatan, jumlah tamu yang berkunjung).

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu datang langsung ke lokasi untuk mengambil dan mencari data yang kemudian data tersebut digabung dengan data yang telah diperoleh sebelumnya. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai data yang diperoleh. (Metodologi penulisan Tugas Akhir

Pengelolaan Sekolah Dasar (<http://sekolah-dasar.blogspot.com/2009/04/metodologi-penulisan-tugas-akhir.html>)

### Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis dalam penelitian. (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2009: 127). Dan dalam penelitian ini penulis mengambil populasi 37 orang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian yang digunakan untuk tujuan penelitian populasi atau aspek-aspeknya (Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2009: 127).

Cara pengambilan sampel menggunakan sampling dengan tujuan (*purposive sampling*), cara yang dilakukan untuk memilih dan mengambil sampel secara benar dari populasi sehingga dapat digunakan

sebagai wakil yang benar atau dapat mewakili dari populasi tersebut. Tujuannya agar tidak terjadi *misscommunication* antara peneliti dan responden.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dari populasi *Food and Beverage Service Department* yang berjumlah 37 orang, terdiri dari 20 orang di *Restaurant*, 7 orang di *Banquet*, 10 orang di *Lounge Bar*, dan diambil sampel sebanyak 10 orang di bagian *Lounge Bar* sesuai dengan orang-orang atau para karyawan yang dapat mewakili populasi.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **1. Pengertian Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain. (Young, dikutip oleh Koentjaraningrat, 1991: 23, Definisi operasional variabel penelitian, defoter.blogspot.com).

#### **2. Pengertian Pengukuran Variabel**

Pengukuran variabel adalah proses menentukan jumlah atau intensitas informasi mengenai orang, peristiwa, gagasan atau obyek tertentu serta hubungannya dengan masalah atau peluang bisnis. Dengan kata lain, menetapkan angka atau tabel terhadap karakteristik atau atribut dari suatu obyek atau setiap jenis fenomena atau peristiwa yang menggunakan dari suatu obyek atau setiap jenis fenomena atau peristiwa

yang menggunakan aturan-aturan tertentu yang menunjukkan jumlah dan atau kualitas dari faktor-faktor yang diteliti. (pengukuran variabel-dalam penelitian, www.indonusa.ac.id)

### **Definisi Operasional**

#### **1. Definisi Operasional dari Variabel Independen (X)**

Kreativitas *Bartender/Bartendress* yaitu kreativitas merupakan suatu bidang kajian yang kompleks yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Perbedaan definisi kreatifitas yang dikemukakan oleh banyak ahli merupakan definisi yang saling melengkapi.

Variabel independen (X) meliputi:

- a) Pembuatan Resep Minuman
- b) Cara Penyajian Minuman
- c) Atraksi Pembuatan Minuman

#### **2. Definisi Operasional dari Variabel Dependen (Y)**

Tingkat Penjualan Minuman yaitu jumlah minuman yang terjual setiap harinya dan dianalisis sekurang-kurangnya dalam jangka waktu satu bulan, apakah dalam waktu satu bulan tersebut mengalami kenaikan atau penurunan sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh hotel.

Variabel dependen (Y) meliputi:

- a) Jumlah Minuman Yang Terjual
- b) Tingkat Pendapatan
- c) Jumlah Tamu Yang Berkunjung

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Metode observasi**

Metode observasi langsung adalah metode pengumpulan data atau informasi-informasi yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap gejala-gejala yang terjadi di lokasi penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian ini,

sehingga mendapat informasi tentang fakta lapangan.

Metode observasi tidak langsung adalah pengumpulan data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan lokasi penelitian (metode penelitian, [http://www.geocities.com/raihan\\_rosse/Metodologi PENELITIAN.htm](http://www.geocities.com/raihan_rosse/Metodologi PENELITIAN.htm)).

2. Metode wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data atau informasi dengan cara melakukan tanya jawab terhadap seseorang dengan kegiatan-kegiatan yang relevan. Wawancara adalah alat utama untuk mendapatkan informasi sebanyak dan seakurat mungkin. Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengadakan wawancara dengan *Manager Food and Beverage Department, Outlet Manager, Supervisor*, pada Novotel Surabaya Hotel & Suites.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan kepustakaan yang bertujuan untuk mengetahui berbagai pengetahuan dan karya yang pernah dicapai oleh peneliti-peneliti terdahulu (Sugiyarto, 2001: 19).

4. Kuesioner (daftar pertanyaan)

Adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem

yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada ([www.ilkom.unsri.ac.id/dosen/hartini/materi/VI\\_kuesioner.pdf](http://www.ilkom.unsri.ac.id/dosen/hartini/materi/VI_kuesioner.pdf)).

### Sumber Data

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh dari sumber asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian, data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian.

2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari data yang sudah diolah seperti buku, majalah, yang isinya memuat tentang bahan yang digunakan sebagai penunjang penelitian, serta dokumentasi hotel dan lain-lain. Data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung berhubungan dengan responden yang diselidiki dan merupakan pendukung bagi penelitian yang dilakukan.

### Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar hingga ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja. Analisis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu merupakan deskripsi yang luas berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Untuk mengolah data dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kv = \frac{\sum F}{\sum N} \times 100 \%$$

Keterangan

KV = Presentase jawaban

$\sum F$  = Frekuensi jawaban responden



$\sum N$  = Jumlah total responden  
(Teknik Analisis Data dan pemaknaan Hasil Temuan (Aflahchintya 23's weblog, <http://aflahchintya23.wordpress.com/2008/02/27/teknikanalisis-analisis-data-dan-pemaknaan-hasil-temuan>)

## HASIL PENELITIAN

### Sejarah Singkat Novotel Hotel & Suites Surabaya

PT. Ometraco Realty bekerjasama dengan PT. Griyamas Mukti Sejahtera mendirikan Novotel Hotel & Suites Surabaya pada bulan Februari tahun 1994. Hotel ini berlokasi pada sebuah lahan yang telah dibeli dari PT. Unilever, tepatnya di Jl. Ngagel 173-175 Surabaya. Ada tiga tahap peresmian atau pembukaan Novotel Hotel & Suites Surabaya, yaitu:

- 1) *Trial Opening* pada 17 Mei 1995.
- 2) *Soft Opening* pada 3 Juni 1995.
- 3) *Grand Opening* pada 12 Oktober 1995.

Hotel ini beroperasi di bawah pimpinan ACCOR Group, yaitu jaringan internasional manajemen hotel yang berpusat di negara Prancis. Nama "Novotel Hotel & Suites Surabaya" diambil atas persetujuan PT. Griyamas Mukti Sejahtera dan ACCOR Indonesia di bawah ACCOR Asia Pasific, Novotel Hotel & Suites Surabaya menjadi Novotel yang pertama yang beroperasi di Indonesia dengan konsep "A Resort in the City".

### Lokasi Novotel Hotel & Suites Surabaya

Novotel Hotel & Suites Surabaya merupakan salah satu hotel berbintang empat (\*\*\*\*) yang terletak di pusat kawasan bisnis Surabaya, dekat dengan daerah Rungkut Industri, Novotel Hotel &

Suites Surabaya berlokasi di Jl. Ngagel 173-175, Surabaya.

### Klasifikasi Kamar yang tersedia di Novotel Hotel & Suites Surabaya

Novotel Hotel & Suites Surabaya adalah hotel berbintang empat (\*\*\*\*) dan diklasifikasikan sebagai hotel dengan 138 kamar yang terdiri dari:

- a. 73 Kamar Kelas Standar (*Superior Rooms*)
- b. 55 Kamar Kelas Mewah (*Deluxe Rooms*)
- c. 6 Kamar Keluarga (*Suites Rooms*)
- d. 4 Kamar Keluarga Eksekutif (*Executive Suites*)

Kamar-kamar sudah dilengkapi dengan:

- *Individually controlled air conditioner*
- *DD long distance call*
- *15 channel television with in house and satellite news*
- *Mini Bar*

Novotel Hotel & Suites Surabaya juga memiliki 70 *Suites Apartment* yang terdiri dari:

- a. 42 *Apartment* Satu Kamar Tidur (*Suites One Bedroom*)
- b. 20 *Apartment* Dua Kamar Tidur (*Suites Two Bedroom*)
- c. 10 *Apartment* Tiga Kamar Tidur (*Suites Three Bedroom*)
- d. 1 Rumah Inap dengan 4 Kamar Tidur (*Penthouse*)

*Apartment* sudah dilengkapi dengan:

- *Individually controlled air conditioner*
- *DD long distance call*
- *15 channel television with in house and satellite news*
- *Kitchen* dengan semua perlengkapannya

### Departemen yang ada di Novotel Hotel & Suites Surabaya

1. *General Manager*  
*General Manager* sebagai pimpinan puncak di Novotel Hotel & Suites

Surabaya memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bersama-sama *department head* merencanakan anggaran pendapatan dan anggaran belanja.
  - b. Mengendalikan anggaran belanja atau pengeluaran tiap-tiap departemen.
  - c. *Check* dan *control* seluruh *operation* atau *service* setiap hari.
  - d. Meneliti *financial statement* yang dibuat oleh *accounting department* dan menyampaikan laporan kepada direksi.
  - e. Menandatangani surat-surat yang ke luar maupun ke dalam atas nama perusahaan dan meneliti surat-surat yang masuk terutama yang ada hubungannya dengan *operation hotel*.
  - f. Mengadakan hubungan baik dengan *manager-manager* lain, *travel agency*, pemerintahan dan pimpinan perusahaan lain.
2. *Manager on Duty*  
Adalah jabatan *manager operational* yang dilakukan oleh setiap *manager* secara bergantian setiap harinya. Adapun tugas dan tanggung jawabnya sebagai berikut:
- a. Bertugas antara pukul 17.00 sampai pukul 24.00.
  - b. Bertanggung jawab atas semua operasional hotel pada malam hari.
3. *Front Office Department*  
Departemen ini memiliki tugas dan kewajiban sebagai berikut:
- a. Bertanggung jawab langsung kepada *General Manager*.
  - b. Memeriksa dan mengontrol pemakaian *stationary* di setiap *section*.
  - c. Membuat *forecast* atau *competitor room sales (weekly atau monthly)*.

- d. Memeriksa *bill* yang aktif, mungkin ada yang lebih dari yang sudah ditentukan oleh manajemen.

4. *Housekeeping Department*

Departemen ini berkewajiban menjaga kebersihan semua area hotel, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Bertugas dalam menangani kebersihan kamar dan penyediaan atau inventarisasi kamar.
- b. Bertanggung jawab atas kebersihan hotel, baik area yang sudah ada di dalam maupun di luar hotel.

5. *Laundry Department*

Departemen ini memiliki tugas menjaga kebersihan setiap linen staf maupun menyediakan jasa pencucian bagi para tamu, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

- a. Bertugas mencuci pakaian seragam hotel, maupun juga pakaian para tamu hotel yang menginap.
- b. Bertanggung jawab atas penyediaan sprei, handuk untuk setiap kamar hotel.

6. *Food & Beverages Department*

*Food & Beverages Department* berkewajiban menangani semua makanan dan minuman yang ada di hotel, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

- a. Membawahi beberapa *outlet* yaitu restoran, *bar*, *cook*, dan lain sebagainya.
- b. Mengawasi dan mengkoordinir serta menjamin pelaksanaan tugas-tugas di bidang makanan dan minuman.

7. *Sales & Marketing Department*

Departemen ini berkewajiban melakukan promosi serta penjualan

semua produk hotel, adapun tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Menyusun program kerja dan *budget plan* untuk *Sales & Marketing Department*.
  - b. Membuat *monthly sales report* mengenai aktivitas *promotion* dan *monthly banquet revenue*.
  - c. Membina dan mengembangkan hubungan baik dengan tamu, *airline officer*, *press*, perusahaan-perusahaan, *travel agent*, instansi pemerintahan, organisasi-organisasi sosial terutama yang dianggap potensial dan produktif.
  - d. Mengadakan *market competitor survey* secara teratur.
  - e. Mengatur kegiatan sales dalam mencari sasaran obyek penjualan dengan target yang sudah ditentukan oleh manajemen.
8. *Accounting Department*  
Departemen ini berkewajiban melakukan kontrol terhadap hotel, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:
- a. Membantu manajemen dalam bidang administrasi dan keuangan untuk mencapai target yang telah ditentukan.
  - b. Mengatur dan mengendalikan pembiayaan operasi hotel dengan skala prioritas klasifikasi kepentingannya hingga mencapai efisiensi.
  - c. Memonitor, mengecek dan pengendalian harga.
  - d. Secara rutin mengadakan pengecekan laporan dari *front office cashier*, *income audit* dan *general cashier* serta *outlet* lainnya.
  - e. Mengawasi dan memonitor secara rutin jalur pemasukan dan

pengeluaran uang dari tamu atau pihak luar.

- f. Bertanggung jawab terhadap manajemen.

#### 9. *Engineering Department*

Departemen ini berkewajiban menjaga serta melakukan perawatan terhadap semua *property* hotel, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas penggunaan listrik, air bersih dan *air conditioner* (AC) untuk seluruh hotel.
- b. Penyediaan peralatan *sound system* untuk acara seminar atau *banquet*.
- c. Bertanggung jawab atas *lift* yang digunakan oleh para tamu hotel maupun *lift* yang digunakan oleh para karyawan.

#### 10. *Human Resources Department*

Departemen ini bertugas mengawasi serta membina kelangsungan kinerja para staf hotel, adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

- a. Memasukkan ke dalam buku catatan mengenai gaji karyawan, perubahan gaji karyawan, daftar gaji karyawan.
- b. Menyiapkan gaji tenaga harian dan gaji dokter.
- c. Mengisi laporan penyampaian waktu kerja atau libur yang dikirim ke Departemen Tenaga Kerja.
- d. Menyiapkan *forecast meal* untuk karyawan.
- e. Membuat *personal strength*.
- f. Menyiapkan daftar karyawan yang mendapat THR.

### Fasilitas Hotel

#### 1. *Janggala Restaurant*

*Janggala Restaurant* menyediakan berbagai ragam masakan untuk

- buffet, breakfast, lunch, dinner* dengan pilihan menu *international, Thailand, seafood barbeque*, masakan Indonesia, hingga *international barbeque*.
2. *Dahana Longue Bar*  
*Dahana Longue Bar* berlokasi di *lobby* hotel menyediakan berbagai jenis *beverages* sangat tepat sebagai tempat bersantai sekaligus jamuan untuk teman maupun relasi bisnis.  
 Opening hour : 07.00 – 23.00 wib.
  3. *Splash Bar*  
*Splash Bar* berlokasi di samping kolam renang menyediakan berbagai jenis *beverages* bernuansakan *resort* yang sangat nyaman sebagai tempat melepas lelah.
  4. *Room Services*  
*Room services* selalu menyediakan *door knob menu breakfast* dengan menu *A'la carte* yang disajikan untuk menu makan pagi (*breakfast*), makan siang (*lunch*), makan malam (*dinner*), dan makanan ringan tengah malam (*supper*). Menu utamanya adalah *Western, Europe, dan Asia*.
  5. *La Chocolatine*  
*La Chocolatine* merupakan *cake shop* atau toko roti yang menjual produk-produk *pastry, cake, bakery, cookies, bread, dan French pastry*.
  6. *Meeting Room Function*  
 Novotel Hotel & Suites Surabaya memiliki 2 ruang *meeting* dalam skala besar dan 3 ruang *meeting* dalam skala kecil.
    - a. Ruang *meeting* dalam skala besar antara lain:
      1. Brawijaya *ballroom* dengan luas 27m x 12m, yang terbagi menjadi:
        - Brawijaya I dengan luas 8m x 12m
        - Brawijaya II dengan luas 12m x 12m
        - Brawijaya III dengan luas 8m x 12m
      2. Penthouse dengan luas 8m x 10m yang berlokasi di *apartement*.
    - b. Ruang *meeting* dalam skala kecil antara lain:
      1. Jayabaya *Room* dengan luas 4m x 6m
      2. *Board Room* dengan luas 4m x 6m
  7. *Health Club and Swimming Pool*  
 Fasilitas ini diperuntukkan bagi tamu hotel dengan *operation hour* pukul 06.00-22.00 dengan fasilitas antara lain *body building, gym, aerobic, sauna, Jacuzzi, cold plunge, squash, massage, table tennis, petanque, water slide*. *Swimming pool* diperuntukkan sebagai fasilitas *publish* bagi tamu hotel yang menginginkan kenyamanan dan melepas lelah setelah bekerja.
  8. *Laundry and Dry Cleaning Service*  
 Fasilitas ini diperuntukkan bagi tamu hotel yang ingin membersihkan serta mencuci baju. Novotel Hotel & Suites Surabaya menyediakan fasilitas ini 24 jam.
  9. *Jogging Track and Tennis Court*  
 Fasilitas ini berlokasi di belakang *apartment*, lokasi yang nyaman bagi para tamu hotel untuk mencoba olah raga tennis atau hanya sekedar lari pagi.
  10. *Foreign Exchange*  
 Fasilitas ini disediakan bagi *foreigner* agar mereka dapat mengeluarkan uang mereka, Fasilitas ini berada di *lobby* hotel tepatnya di *front desk*.
  11. *Business Center*  
 Keberadaan fasilitas ini sangat penting untuk mengakomodir kepentingan tamu hotel antara lain korespondensi, *ticketing*, sampai fasilitas internet. Fasilitas ini melayani

tamu hari Senin sampai Jum'at pukul 07.00 sampai pukul 23.00 dan hari Sabtu sampai Minggu dari pukul 08.00 sampai 16.00.

12. *Drug Store*

Melayani kebutuhan tamu hotel terhadap obat-obatan, kebutuhan pendukung hingga pernak-pernik dan kerajinan tangan. Fasilitas ini melayani tamu hotel setiap hari dari pukul 07.00 sampai pukul 22.00.

13. *Beauty Salon*

Fasilitas ini disediakan bagi tamu hotel yang ingin memanjakan sekaligus merawat diri namun tidak perlu ke luar hotel.

14. *Dolfi Kids Club*

Fasilitas ini diperuntukkan bagi tamu hotel yang menginap bersama anak-anak mereka sehingga anak-anak dapat bermain bersama staf hotel. *Dolfi Kids Club* juga menyediakan fasilitas bermain yang banyak yang membuat anak-anak menjadi nyaman dan gembira, fasilitas ini beroperasi hari Senin sampai Jum'at pukul 09.00 sampai pukul 17.00, hari Sabtu pukul 08.00 sampai pukul 16.00 dan hari Minggu pukul 09.00 sampai pukul 16.00.

15. *Parking Area*

Fasilitas ini diperuntukkan untuk mempermudah tamu hotel dalam mengatur dan menempatkan mobil mereka.

16. *Car Rental*

Fasilitas ini diperuntukkan bagi tamu hotel yang ingin menyewa mobil untuk akomodasi baik untuk perjalanan dalam maupun luar kota.

### Macam-macam Jenis Bar

Menurut barang yang jual, kelengkapan pelayanan serta bentuk dari *bar*, maka *bar* dapat digolongkan menjadi beberapa macam atau jenis

sesuai dengan tempat dan fungsinya, yaitu:

1. *Main Bar*

Suatu *bar* di hotel, atau *bar* induk yang berfungsi sebagai penampung kegiatan seluruh *bar* yang ada di hotel. Dari *main bar* inilah segala kegiatan yang menyangkut administrasi, operasional serta seluruh kegiatan *bar* lainnya. Merupakan suatu kebiasaan, bahwa *main bar* merupakan tempat atau pos dari *bar manager*. Letak atau lokasi *main bar* di dalam hotel biasanya selalu berdekatan dengan lobi hotel.

2. *Home Bar* atau *Private Bar*

Suatu *bar* yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan di rumah si pemilik serta tidak melaksanakan transaksi dagang.

3. *Tavern Bar*

Salah satu bentuk *bar* di mana pelayannya sebagian besar terdiri dari kaum wanita. Bar ini merupakan bentuk yang paling kuno.

4. *Portable Bar*

Yaitu salah satu bentuk *bar* yang dapat dipindah-pindahkan sesuai kebutuhan, berguna untuk memenuhi kebutuhan pesta bagi yang memesan. Hampir tiap hotel yang berbintang mempunyai *bar* semacam ini, perlengkapan serta persediaan minumannya tergantung dari keperluannya.

5. *Sunken Bar* atau *Garden Bar*

Yaitu *bar* yang letaknya di alam terbuka atau di taman. Minuman yang disajikan seperti *soft drink*, *beer*, dan minuman beralkohol dengan jumlah terbatas dan ditambah berbagai macam *snack*.

6. *Service Bar*

*Bar* yang ada di dalam hotel, tetapi tidak langsung memberikan pelayanan kepada tamu karena tidak

ada *bar counter*, kecuali dengan perantara *Waiter/Waitress* atau para petugas hotel lainnya. *Bar* ini berfungsi membantu penyajian kebutuhan tamu yang ada di *coffee shop* bahkan yang di dalam kamar yang pemesanannya melalui *room service*.

7. *Cellar Bar*

Yaitu *bar* yang letaknya ada di *basement* gedung perkantoran atau hotel.

8. *Dancing Bar*

Yaitu *bar* selain menyediakan minuman kepada para tamu juga menyediakan tempat untuk melantai. Sudah barang tentu di iringi dengan musik, apakah itu berbentuk piringan atau *cassette* atau band.

9. *Host Bar*

*Bar* yang dipersiapkan untuk orang-orang tertentu (undangan). Semua minuman sudah dipesan oleh *host* atau sponsor, lazim disebut juga dengan sponsor bar.

10. *Cash Bar*

*Bar* yang dipersiapkan oleh hotel untuk suatu grup yang besar dan setiap tamu membayar masing-masing. Adapula yang menyebut dengan istilah *C.O.D* atau *Cash On Delivery*.

11. *Milk Bar*

Sebuah *bar* yang mengkhususkan menjual jenis-jenis *ice cream* selain menjual minuman yang beralkohol.

12. *Publik Bar*

*Bar* untuk umum selain berada di hotel, dapat pula berdiri sendiri. Misalnya di gedung-gedung perkantoran, paling banyak dikunjungi umum dan biasanya banyak terjual minuman bir.

13. *Snack Bar*

*Bar* selain menjual minuman juga tersedia menjual makanan ringan dan *snack*.

14. *Espresso Bar*

*Bar* ini terdapat di pelabuhan-pelabuhan udara atau laut. Menjual berbagai jenis minuman, tapi yang paling banyak kopi atau *ice cream*.

### Organisasi Bar

Karena berada di bawah pimpinan *Food and Beverage Department*, maka *bar* dipimpin oleh *Food and Beverage Manager*. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab karyawan *bar*.

1. Tugas dan Kewajiban *Bar Crew*

Karena ditentukan oleh besar kecilnya *bar* serta jumlah pengunjung *bar*, maka *main bar* dikelola oleh seorang *Waiter/Waitress* dengan dibantu oleh seorang *Bartender*.

Tugas dan kewajiban sebagai berikut:

- a) Melayani tamu
- b) Menjaga kebersihan area *bar*
- c) Sebagai *salesman*, dan
- d) Menjual produk minuman

2. *Bar operation*

*Bar* beroperasi dari jam 07.00 – 23.00 WIB, pada dasarnya kegiatan *bar* dibagi menjadi 3 tahap yaitu:

1. Masa persiapan (*prepare*)
  - a. Melibatkan daftar hadir pembagian tugas
  - b. Mempersiapkan peralatan dan perlengkapan *bar*
  - c. Membersihkan area *bar*
  - d. Mengecek minuman, baik yang beralkohol maupun yang *non alkohol*
  - e. Menempatkan minuman ke dalam rak agar mudah diambil.
  - f. Mengecek *spare part* minuman serta barang-barang yang berkurang agar di ambil di gudang.

2. Masa operation (*operational*)
  - a. Menyambut tamu dengan
  - b. ramah
  - c. Mencarikan tempat duduk
  - d. Menulis *order* sesuai dengan pesanan tamu jika perlu kita memberikan *alternative*
  - e. Menyajikan minuman sesuai dengan pesanan
3. Masa penutupan (*closing*)
  - a. Membersihkan meja dan
  - b. mengangkat gelas kotor
  - c. Membersihkan peralatan yang telah digunakan seperti *blender, mixer, shaker*, dan lain-lain.
  - d. Memisahkan botol-botol kosong dan membuat *requisition* untuk hari esok
  - e. Membuat laporan penjualan minuman (*beverage sales report book*)

### Deskripsi Permasalahan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kreatifitas *Bartender/Bartendress* terhadap tingkat penjualan minuman di Dahana Lounge Bar Novotel Hotel & Suites Surabaya.

1. Pengaruh pembuatan resep minuman terhadap jumlah minuman yang terjual di Dahana Lounge Bar Novotel Hotel & Suites Surabaya.

Pembuatan resep minuman sangat berpengaruh terhadap jumlah minuman yang terjual, semakin banyak kreasi minuman yang dibuat maka pengunjung dapat memilih jenis minuman yang diinginkan, serta dengan adanya inovasi resep minuman akan mengurangi tingkat kejenuhan terhadap minuman yang telah disediakan, dengan demikian pembuatan resep minuman juga

mempunyai andil besar terhadap tingkat pendapatan di hotel.

2. Pengaruh cara penyajian minuman terhadap tingkat pendapatan di Dahana Lounge Bar Novotel Hotel & Suites Surabaya

Cara penyajian minuman sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan, semakin kreatif seorang *Bartender/Bartendress* dalam menyajikan minuman maka akan membuat tampilan minuman tersebut menjadi menarik di mata tamu, dengan demikian akan mengundang kedatangan tamu untuk menikmati minuman tersebut, hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan karena tamu yang datang akan menjadi banyak karena penyajian minuman tersebut.

3. Pengaruh atraksi pembuatan minuman terhadap jumlah tamu yang berkunjung

Atraksi pembuatan minuman sangat berpengaruh terhadap jumlah tamu yang berkunjung, keahlian yang dimiliki seorang *Bartender/Bartendress* dalam sebuah atraksi pembuatan minuman sangat mempengaruhi terhadap jumlah tamu yang berkunjung, sebab suguhan atraksi yang ditunjukkan dapat menarik minat tamu untuk menikmati minuman di *bar* itu sendiri, tamu akan merasa terhibur dengan adanya suguhan atraksi-atraksi yang ditampilkan oleh para *Bartender/Bartendress* misalnya dengan peragaan *juggling*, pengunjung dapat menghabiskan uangnya bila mereka merasa puas akan pelayanan yang diberikan di *bar* tersebut.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1. Tanggapan Responden terhadap Pembuatan Resep Minuman  
N = 10**

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%	N	%
1.	Apakah dalam pembuatan resep minuman saudara sering mengalami kesulitan?	3	30%	2	20%	5	50%	10	100%
2.	Apakah resep minuman yang saudara buat diminati oleh para tamu?	7	70%	3	30%	0	0%	10	100%
3.	Apakah saudara dalam pembuatan resep minuman tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama ?	2	20%	3	30%	5	50%	10	100%
	Rata – rata		40%		27%		33%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan tabel 1 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh pembuatan resep minuman terhadap jumlah minuman yang terjual. Pertanyaan pertama tentang kesulitan dalam pembuatan resep 30% responden menjawab Ya, hal ini disebabkan karena sering kali mereka tidak menggunakan *standart recipe* yang ditetapkan. 20% responden menjawab Kadang-kadang karena mereka mengandalkan *feeling* dalam membuat minuman. 50% responden menjawab Tidak, hal ini dikarenakan mereka telah melaksanakan *standart recipe*. Pertanyaan kedua tentang resep yang diminati oleh tamu 70% responden menjawab Ya, angka ini sudah mewakili angka yang signifikan. 30% responden menjawab Kadang-

kadang, hal ini dikarenakan tingkat kejenuhan terhadap suatu minuman, 0% responden menjawab Tidak, sedangkan pertanyaan ketiga tentang lamanya waktu yang diperlukan dalam pembuatan resep 20% responden menjawab Ya, kurangnya *skill* yang dimiliki membuat tingkat waktu yang dibutuhkan dalam pembuatan minuman cukup lama. 30% responden menjawab menjawab Kadang-kadang, hal ini disebabkan tingkat kesamaan waktu dalam pemesanan minuman sehingga menyebabkan pembuatan minuman sedikit lama. 50% responden menjawab Tidak, angka ini sudah dapat dikatakan signifikan walaupun hanya separuh dari hasil pertanyaan, sehingga dapat diketahui bahwa pembuatan resep minuman berpengaruh terhadap jumlah minuman yang terjual.



**Tabel 2. Tanggapan Responden Terhadap Cara penyajian Minuman**  
N = 10

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Apakah Saudara dalam menyajikan minuman sering melakukan kesalahan, baik peralatan yang digunakan maupun metode pembuatan minuman?	2	20%	2	20%	6	60%	10	100%
2.	Apakah Saudara sebagai seorang <i>Bartender/Bartendress</i> juga menguasai cara-cara penyajian minuman sesuai dengan <i>standart</i> ?	8	80%	2	20%	0	0%	10	100%
3.	Apakah proses penyajian minuman yang saudara laksanakan sudah sesuai dengan <i>srtandart</i> didalam hotel ?	8	80%	2	20%	0	0%	10	100%
	Rata – rata		60%		20%		20%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh cara pembuatan minuman terhadap tingkat pendapatan. Pertanyaan pertama tentang kesalahan dalam penyajian minuman, 20% responden menjawab Ya, penyebabnya adalah minimnya peralatan yang ada di *bar*. 20% responden menjawab Kadang-kadang, hal ini dikarenakan *occupancy* yang tinggi. 60% responden menjawab Tidak, angka ini sudah menunjukkan angka yang signifikan dalam pengolahan data. Pertanyaan kedua tentang cara penyajian minuman sesuai dengan standar penyajian di dalam hotel 80% responden menjawab Ya, angka ini

menunjukkan angka signifikan dalam pengolahan data. 20% responden menjawab Kadang-kadang, hal ini dikarenakan kurangnya pelatihan yang diberikan oleh pihak hotel terhadap para *Bartender/Bartendress*, 0% responden menjawab Tidak. Sedangkan pertanyaan ketiga tentang proses penyajian minuman yang sesuai standar di dalam hotel 80% responden menjawab Ya, angka ini sudah mewakili angka yang signifikan dalam pengolahan suatu data. 20% responden menjawab Kadang-kadang, penyebabnya yaitu menyesuaikan situasi dan kondisi tabel dan jumlah tamu. 0% responden menjawab Tidak. Sehingga dapat diketahui bahwa cara penyajian minuman mempengaruhi tingkat pendapatan.

**Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Atraksi Pembuatan Minuman  
N= 10**

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%	N	%
1.	Apakah dalam proses atraksi pembuatan minuman yang saudara lakukan pernah mengalami kesalahan/kecelakaan?	3	30%	2	20 %	5	50%	10	100%
2.	Apakah anda sebagai seorang <i>Bartender/ Bartendress</i> menguasai teknik-teknik dalam atraksi pembuatan minuman?	10	100%	0	0 %	0	0%	10	100%
3.	Apakah atraksi yang saudara lakukan tersebut dapat menarik perhatian tamu yang berkunjung ?	8	80%	2	20%	0	0%	10	100%
	Rata – rata		70%		13 %		17%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan Tabel 3 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh atraksi pembuatan minuman terhadap jumlah tamu yang berkunjung. Pertanyaan pertama tentang kesalahan dalam atraksi pembuatan minuman 30% responden menjawab Ya, hal ini disebabkan kurangnya rasa tenang saat melakukan Atraksi. 20% responden menjawab Kadang-kadang, hal ini karena kurangnya latihan di hadapan umum sehingga mempengaruhi dalam pelaksanaan atraksi. 50% responden menjawab Tidak, karena sudah menguasai atraksi dan rasa tenang dalam proses tersebut. Pertanyaan kedua tentang penguasaan teknik-teknik dalam pembuatan minuman 100% responden menjawab Ya, karena

*Bartender/Bartendress* dituntut untuk dapat menguasai hal tersebut, dan angka ini angka yang sempurna dalam hasil pengolahan data, 0% responden menjawab Kadang-kadang, 0% responden menjawab Tidak, sedangkan pertanyaan ketiga tentang atraksi yang disuguhkan dapat menarik tamu berkunjung 80% responden menjawab Ya, angka ini sudah menunjukkan angka yang signifikan karena atraksi-atraksi yang disuguhkan beda dari atraksi-atraksi yang lainnya. 20% responden menjawab Kadang-kadang, tingkat kejenuhan pengunjung dalam menyaksikan berbagai atraksi di tempat lain sangat berpengaruh dalam hal ini. 0% responden menjawab Tidak. Sehingga dapat diketahui bahwa atraksi pembuatan minuman berpengaruh terhadap jumlah tamu yang berkunjung.

**Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Minuman yang Terjual  
N= 10**

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%	N	%
1.	Apakah jumlah minuman yang terjual setiap harinya sudah sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh hotel?	6	60%	2	20%	2	20%	10	100%
2.	Apakah menurut saudara dengan adanya promosi minuman baru akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan minuman di hotel?	8	80%	2	20%	0	0%	10	100%
3.	Apakah dalam <i>inventory</i> yang saudara laksanakan, minuman yang kurang diminati atau kurang laku perlu dilakukan inovasi agar minuman tersebut dapat diminati oleh tamu?	10	100%	0	0%	0	0%	10	100%
	Rata – rata		80%		13%		7%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan Tabel 4 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh jumlah minuman yang terjual terhadap pembuatan resep minuman. Pertanyaan pertama tentang pendapatan yang diperoleh sudah sesuai dengan target 60% responden menjawab Ya, ini dikarenakan meningkatnya minat tamu untuk menikmati minuman di *bar* karena adanya minuman baru ataupun promo harga minuman. 20% responden menjawab Kadang-kadang, karena tingkat pengunjung dalam mengkonsumsi minuman dipengaruhi

oleh *occupancy* hunian kamar dan *event* di dalam hotel. 20% responden menjawab Tidak, mahalnya minuman yang dijual di dalam hotel menyebabkan niat tamu untuk mengkonsumsi minuman di *bar* rendah. Pertanyaan kedua tentang pengaruh promosi yang dilakukan berpengaruh terhadap tingkat penjualan 80% responden menjawab Ya, dengan adanya promosi minuman maka tamu akan lebih mudah mengetahui minuman apa saja yang terjual di dalam *bar* tersebut. 20% responden menjawab Kadang-kadang, harga yang mahal di dalam hotel membuat sebagian besar tamu hotel tidak terpengaruh dengan promo minuman tersebut dan memilih

untuk menikmati minuman yang lebih murah di luar hotel. 0% responden menjawab Tidak. Sedangkan pertanyaan ketiga tentang inovasi minuman lama yang kurang diminati tamu 100% responden menjawab Ya, agar minuman

yang tidak laku tersebut dapat menjadi minuman favorit yang dicari tamu dengan adanya inovasi minuman lama ke minuman yang baru. 0% responden menjawab Kadang-kadang, 0% responden menjawab Tidak.

**Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Tingkat pendapatan  
N= 10**

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	N	%	N	%
1.	Menurut pendapat saudara apakah penciptaan minuman baru juga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan/ <i>revenue</i> hotel?	7	70%	2	20%	1	10%	10	100%
2.	Apakah menurut saudara dalam meningkatkan <i>revenue</i> di <i>bar</i> perlu diadakan promosi mengenai produk-produk yang di jual di <i>bar</i> ?	10	100%	0	0%	0	0%	10	100%
3.	Apakah frekuensi pendapatan yang di peroleh di <i>bar</i> setiap bulannya sudah sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh hotel?	10	100%	0	0%	0	0%	10	100%
	Rata – rata		90%		7 %		3%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan Tabel 5 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh tingkat pendapatan terhadap cara penyajian minuman. Pertanyaan pertama tentang penciptaan minuman baru berpengaruh terhadap pendapatan 70% responden menjawab Ya, minuman baru sering dicari oleh tamu karena ingin mencoba sesuatu yang lain, hal ini juga berpengaruh terhadap pendapatan hotel

tersebut. 20% responden menjawab Kadang-kadang, hal ini disebabkan karena sebagian menganggap minuman di hotel manapun sama. 10% responden menjawab Tidak, hal ini disebabkan mahalnya harga minuman yang dijual di hotel. Pertanyaan kedua tentang pengadaan promosi terhadap produk-produk yang dijual di *bar* 100% responden menjawab Ya, karena dengan adanya promosi tersebut tamu yang menginap mengetahui minuman apa saja yang disediakan di hotel tersebut. 0% responden menjawab Kadang-kadang,

0% responden menjawab Tidak. Sedangkan pertanyaan ketiga tentang pendapatan yang diperoleh sudah sesuai dengan target yang ditetapkan hotel 100% responden menjawab Ya, bahan minuman yang digunakan lebih murah

dibanding bahan makanan dan tingkat keuntungan yang diperoleh lebih besar sehingga keuntungan yang didapat juga lebih tinggi. 0% responden menjawab Kadang-kadang, 0% responden menjawab Tidak.

**Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Tamu yang Berkunjung  
N= 10**

No.	Kuesioner	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Apakah <i>stock</i> minuman yang tersedia di <i>bar</i> dapat memenuhi pesanan para tamu?	6	60%	2	20%	2	20%	10	100%
2.	Apakah jumlah <i>table</i> yang tersedia dapat menampung seluruh tamu apabila <i>occupancy</i> 100% ?	0	0%	0	0%	10	100%	10	100%
3.	Apabila <i>bar</i> dalam keadaan ramai apakah saudara pernah melakukan kesalahan dalam pembuatan minuman?	2	20%	2	20%	6	60%	10	100%
	Rata – rata		27%		13%		60%		100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Berdasarkan Tabel 6 tersebut di atas yang telah diberikan kepada responden sebanyak 10 orang yang merupakan sampel dari Dahana Lounge Bar, setelah diolah dan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh jumlah tamu yang berkunjung terhadap atraksi pembuatan minuman. Pertanyaan pertama tentang *stock* minuman yang tersedia sudah mencukupi 60% responden menjawab Ya, karena *inventory* yang dilakukan setiap harinya dapat diketahui kebutuhan minuman apa

yang diminati tamu dan dapat lebih diperbanyak jumlah *stock* minuman tersebut. 20% responden menjawab Kadang-kadang, jumlah tamu yang datang setiap harinya tidak dapat diprediksi dan pemesanan bahan minuman yang sering terlambat juga penyebab utama *stock* minuman terkadang tidak mencukupi. 20% responden menjawab Tidak, tamu yang berkunjung tidak dapat diprediksi sehingga *stock* minuman terkadang tidak mencukupi dalam mengatasi jumlah

tamu yang terkadang melampaui dari *occupancy* tamu yang menginap. Pertanyaan kedua tentang *table* yang tersedia apakah telah mencukupi bila dalam *high occupancy* 0% responden menjawab Ya, 0% responden menjawab Kadang-kadang, 100% responden menjawab Tidak, karena jumlah *table* hanya 7 *table* yang berkapasitas sekitar 26 orang dan ditambah 2 kursi di *bar counter* sehingga menjadi berkapasitas 28 orang itu tidak akan bisa menampung dalam kondisi *high occupancy*. Sedangkan pertanyaan ketiga tentang kesalahan pembuatan minuman saat *bar* ramai 20% responden menjawab Ya,

Sedikitnya jumlah staf yang *incharge* yaitu hanya 2 orang setiap *shift*nya tidak akan bisa melayani tamu pada saat *bar* ramai hal inilah yang menyebabkan sering terjadi kesalahan dalam pembuatan minuman. 20 % responden menjawab Kadang-kadang, kepanikan dalam melayani tamu yang banyak dan jumlah staf sedikit menyebabkan terjadi kesalahan dalam pembuatan minuman. 60% responden menjawab Tidak, sikap tenang serta *skill* yang dimiliki membuat tingkat kesalahan dalam membuat minuman tidak berpengaruh walaupun pada saat *bar* dalam keadaan ramai sekalipun.

**Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Prosentase Kreatifitas Bartender/Bartendress  
N= 10**

No.	Indikator	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Pembuatan resep minuman (X1)		40%		27%		33%		100%
2.	Cara penyajian minuman (X2)		60%		20%		20%		100%
3.	Atraksi pembuatan minuman (X3)		70%		13%		17%		100%
	Rata – Rata % (X)		57%		20%		23%		100%

Sumber: Hasil pengolahan variabel (X)

Berdasarkan Tabel 7 tersebut di atas yang telah diambil dari 10 orang responden, maka dapat dilihat bahwa 57% responden menjawab Ya, 20% responden menjawab Kadang-kadang, 23% responden menjawab Tidak.

Dengan demikian pembuatan resep minuman, cara penyajian minuman, dan atraksi pembuatan minuman mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pendapatan di Dahana Lounge Bar.

**Tabel 8. Rekapitulasi Hasil Prosentase Tingkat Penjualan Minuman  
N= 10**

No.	Indikator	Tanggapan							
		Ya		Kadang-kadang		Tidak		Total	
		n	%	n	%	n	%	N	%
1.	Jumlah Minuman yang Terjual (Y1)		80%		13%		7%		100%
2.	Tingkat Pendapatan (Y2)		90%		7%		3%		100%
3.	Jumlah tamu yang berkunjung (Y3)		27%		13%		60%		100%
4.	Rata – Rata % (Y)		66%		11%		33%		100%

Sumber: Hasil pengolahan variable (Y)

Berdasarkan Tabel 8 tersebut di atas yang telah diambil dari 10 orang responden, maka dapat dilihat bahwa 66% responden menjawab Ya, 11% responden menjawab Kadang-kadang, 33 responden menjawab Tidak. Dengan demikian adanya pengaruh positif antara kreatifitas *Bartender/Bartendress* terhadap tingkat penjualan minuman di *Dahana Lounge Bar*.

#### **Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan analisis penulis mengenai penelitian Pengaruh Kreatifitas *Bartender/Bartendress* terhadap Tingkat Penjualan Minuman di *Dahana Lounge Bar* Novotel Hotel & Suites Surabaya dapat dilihat bahwa tingkat kreatifitas sangat berpengaruh besar khususnya dalam peningkatan penjualan minuman terhadap pendapatan di dalam hotel.

Peran *Bartender* maupun *Bartendress* sangat penting dalam meningkatkan penjualan minuman di *bar*. Seorang *Bartender* maupun *Bartendress* harus memiliki *skill* yang mampu menciptakan sesuatu yang baru

sehingga dapat meningkatkan pendapatan di hotel tersebut.

Kreatifitas seorang *Bartender/Bartendress* mempunyai andil yang sangat besar dalam penjualan minuman di *bar*, tingkat kekreatifitasan inilah yang menjadi modal utama seorang *Bartender/Bartendress*, dengan kreatifitas yang dimiliki dalam menciptakan resep-resep minuman baru akan menjadikan suatu *bar* memiliki modal dan daya tarik untuk mengundang minat tamu untuk berkunjung.

Selain itu cara penyajian minuman di dalam hotel juga berpengaruh, semakin unik tampilan suatu minuman baik itu dari peralatan yang digunakan, *garnish* minuman bahkan cara penyajiannya juga berpengaruh besar dalam meningkatkan jumlah minuman yang terjual dalam hal peningkatan pendapatan di *bar*. Selain itu seorang *Bartender/Bartendress* juga dituntut untuk menguasai berbagai keahlian dalam kegiatan *bar* misalnya keahlian dalam pembuatan minuman ataupun keahlian dalam melakukan berbagai atraksi di dalam pembuatan minuman

seperti *juggling*. Peran akif tersebut sangatlah berpengaruh besar terhadap pendapatan di sebuah hotel, makin aktif serta kreatifnya seorang *Bartender* maupun *Bartendress* dalam menciptakan suatu kreasi minuman maka akan berpengaruh dalam meningkatkan jumlah tamu yang berkunjung, sehingga tingkat pendapatan yang diperoleh hotel secara otomatis akan meningkat.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil pengamatan, pengumpulan data serta pembahasan cara kerja *Bartender* maupun *Bartendress* dalam meningkatkan pendapatan hotel di Dahana Lounge Bar Novotel Hotel & Suites Surabaya maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pembuatan Resep Minuman Terhadap Tingkat Penjualan Berdasarkan data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa hasil yang didapat dari responden belum menunjukkan hasil yang signifikan yaitu lebih dari 60% sesuai hasil pengisian kuesioner yang telah dilaksanakan, hal tersebut dikarenakan kurang adanya pelatihan yang diberikan oleh manajemen dalam rangka pengembangan kualitas sumber daya manusia sehingga dalam hal ini masih banyak mengalami kesulitan-kesulitan dalam pembuatan resep minuman baru.
2. Cara Penyajian Minuman Terhadap Tingkat Penjualan Berdasarkan hasil yang didapat dari pengisian kuesioner yang diberikan kepada 10 responden dapat dilihat bahwa hasil yang diperoleh sudah menunjukkan angka signifikan yaitu

lebih dari 60%, *skill* yang dimiliki seseorang dapat menentukan keberhasilan suatu pekerjaan.

3. Atraksi Pembuatan Minuman Terhadap Tingkat Penjualan Berdasarkan data yang diperoleh dalam pengisian kuesioner yang telah diberikan kepada 10 responden, dalam hal ini atraksi pembuatan minuman dapat dilihat faktor yang belum menunjukkan angka signifikan yaitu kesalahan dalam proses atraksi, beberapa hal yang menyebabkan terjadinya kecelakaan dalam proses atraksi pembuatan minuman yaitu kurangnya rasa tenang dalam proses atraksi tersebut yang dapat menyebabkan terjadinya kecelakaan dalam proses atraksi.

### **Saran**

Penulis memberikan masukan atau saran yang dapat menjadikan pertimbangan bagi manajemen Novotel Hotel & Suites Surabaya, yaitu:

1. Dalam pembuatan minuman sebaiknya melaksanakan *standart recipe* yang telah ada agar kualitas minuman tetap terjaga dengan baik.
2. Seorang *Bartender/Bartendress* dituntut untuk lebih banyak mengetahui jenis minuman dan cara penyajiannya serta pelayanannya.
3. Lebih meningkatkan pelayanan.
4. Sering melakukan latihan di depan umum agar mengurangi tingkat kesalahan dalam pelaksanaan atraksi pembuatan minuman.
5. Penambahan jumlah karyawan agar kualitas pelayanan tetap terjaga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Balley, Kehneth D. *Methods of Sosial Second Research Edition*. London: Collier macmillan Publimer
- Berwandari, E.K. 1998. *Pendekatan Kualitatif dalam Psikologi Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3)* Fakultas UI. Jakarta
- Cooper Donaldr, Emoryc. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank, 1995. *Public Relations Edisi ke empat*. Jakarta: Erlangga
- Hutagalung, Lusiana A.S. 2003. *Pelayanan Bartender dalam Meningkatkan Pelayanan*. Fakultas Sastra. Medan
- Kosali, Rhenald, 1994. *Managemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Temprint
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran edisi 11*. Jakarta: PT Indeks
- Nawawi, H Hadari dan H Martini. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Pabundu Trika, Muh. 1997. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT Sun printing
- Pendit, Nyomans, 1994. *Ilmu pariwisata Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Prodrya Paramita
- Peter, Paul J dan Jery C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Rita, Silvia, Fariani dan Aryanto, Widodo. 2009. *Panduan Praktis Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia
- Sihite, Richard, 2000. *Food Service*. Surabaya: SIC