
Pengaruh Menu Knowledge Pramusaji Terhadap Keterampilan Personal Selling Di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Agung Gita Subakti
agsubakti@binus.edu

Hotel Management Department, Faculty of Digital Communication and Hotel & Tourism, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

Article Info

Submitted 16 March 2022
Revised 23 March 2022
Accepted 24 April 2022

Keywords:

Waitress performance;
Menu Knowledge;
Personal Selling Skill;
Guest Satisfaction.

Kata Kunci:

Kinerja pramusaji;
Pengetahuan menu;
Keterampilan penjualan;
Kepuasan Tamu

D.O.I :

<https://doi.org/10.17509/jithor.v5i1.46492>

Abstract

The objective of this research is to determine the influence of waiter's/waitress' menu knowledge on his/her personal selling skill at Cinnamon Restaurant, Mandarin Oriental Hotel Jakarta. The quantitative method was used by collecting data from sample of 14 respondents who were the waiter/waitress of Cinnamon Restaurant, Mandarin Oriental Hotel Jakarta, and also using interviews and literature study. Analysis used in this research is descriptive analysis and simple linear regression analysis. The results of this research show that waiter's/waitress' menu knowledge has a positive influence on his/her personal selling skill. Conclusions of this research, there was a significant influence between waiter's/waitress' menu knowledge on his/her personal selling skill at Cinnamon Restaurant, Mandarin Oriental Hotel Jakarta of 87,5% with correlations coefficient of 0.936.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengetahuan menu pramusaji pada keterampilan penjualan di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental, Jakarta. Metode kuantitatif digunakan dengan mengumpulkan data dari sensus 14 responden yang merupakan pramusaji Cinnamon Restaurant, Jakarta, dan juga menggunakan wawancara dan studi literatur. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan menu pramusaji memiliki pengaruh positif pada keterampilan penjualan pribadinya. Kesimpulan dari penelitian ini, ada pengaruh signifikan antara pengetahuan menu pelayan / pelayan tentang keterampilan penjualan di Cinnamon Restaurant, Jakarta sebesar 87,5% dengan koefisien korelasi 0.936.

PENDAHULUAN

Salah satu industri pariwisata di Indonesia yang berkembang pesat sekarang ini adalah usaha restoran. Perkembangan usaha restoran dapat melalui penyediaan makanan khas daerah yang dapat berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan termasuk di ibu kota Indonesia yaitu Jakarta. Jakarta merupakan kota metropolitan yang sangat berkembang dengan berbagai jenis usaha dan bisnis yang mengikuti perkembangan zaman sekarang. Seperti yang dilansir oleh Tribunnews.com, riset terbaru

Qraved.com yaitu sebuah situs pencarian dan reservasi restoran terkemuka di Jakarta, pada tahun 2014, mencatat terjadi pergeseran tren dimana semakin banyak masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan makan di restoran dan tercatat juga kunjungan orang Indonesia ke restoran mencapai 380 juta kali dan menghabiskan total USD 1,5 miliar sepanjang tahun 2013. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia juga melakukan pencacahan usaha restoran/rumah makan di Indonesia pada tahun 2014 sebagai berikut:

Tabel 1 Profil Usaha Restoran/Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar di Indonesia Tahun 2014

Uraian	2014
Rata-Rata Jumlah Pekerja (orang)	26
Rata-Rata Pendapatan Perusahaan (milyar rupiah)	4,33
Rata-Rata Tempat Duduk Tersedia (buah)	118
Rata-Rata Jumlah Tamu/hari (orang)	183

Sumber: Statistik Restoran/Rumah Makan (2015)

Jika dilihat dari sisi sumber daya manusia, usaha restoran dan rumah makan berskala menengah dan besar tentunya memerlukan tenaga kerja yang cukup besar. Namun, berdasarkan data dari BPS Indonesia pada tahun 2014, terdapat 44,68% perusahaan restoran/rumah makan yang mempekerjakan sekitar 5-19 pekerja dan 43,10% yang mempekerjakan sekitar 20-49 pekerja.

Namun jika dilihat dari tingkat pendidikan pekerja Indonesia, hanya sekitar 9,20% pekerja restoran/rumah makan berskala menengah dan besar yang berpendidikan tinggi (diploma dan sarjana) dan sebagian besar pekerja yaitu 81,61% merupakan tamatan SMA dan 9,19% tamatan SMP ke bawah.

Melihat perkembangan restoran di Jakarta yang kompetitif namun rata-rata tingkat pendidikan pekerja di restoran/rumah makan yang masih rendah, peneliti pun tertarik untuk

meneliti salah satu restoran yang terletak di Jalan M.H. Thamrin, Jakarta Pusat, yaitu Restoran Cinnamon yang merupakan salah satu restoran di Hotel Mandarin Oriental Jakarta yang berupa *international all-day dining restaurant* yang menyediakan menu *à la carte* yang berupa masakan khas Asia.

Pemilihan lokasi di Restoran Cinnamon dikarenakan terdapat berbagai pilihan dari makanan pembuka hingga makanan penutup dengan makanan khas Asia seperti Indonesia, Jepang dan India dan makanan khas barat.

Restoran Cinnamon juga bergabung dengan *cake shop* yang menjual aneka roti dan kue dalam *slices* ataupun *whole* sehingga apabila ada konsumen yang mengunjungi *cake shop* ataupun memesan dari restoran akan dilayani oleh pramusaji Restoran Cinnamon.

KAJIAN LITERATUR

1) Menu Knowledge

mengenai menu knowledge adalah, “Staff must have sufficient knowledge of all the items on the menu and wine and drink lists in order to advise and offer suggestions to customers.” Berdasarkan pernyataan tersebut, penting bagi pramusaji untuk menerapkan pengetahuannya mengenai menu yang terdapat di restoran tersebut kepada konsumen dengan cara merekomendasikan berbagai pilihan makanan/minuman. Menu knowledge merupakan informasi, pengertian, atau kecakapan yang didapat dari pengalaman atau edukasi; atau kesadaran mengenai suatu makanan [Beach, \(2005\)](#) , Teknik ini dikenal sebagai personal selling. Dari pengalaman yang dialami, terbentuklah memori-memori yang menjadi saling terkait sehingga membentuk jaringan makna yang kemudian tersimpan dalam ingatan yang akhirnya disebut dengan menu knowledge [Peter dan Olson \(2008\)](#).

[Davis, Lockwood, Alcott dan Pantelidis \(2012\)](#) menjabarkan menu knowledge yang terdiri dari 4 komponen yaitu sebagai berikut:

a) Sales mix

Perbandingan penjualan dari setiap produk yang mana dapat mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan tergantung dari produk yang terjual apakah high-profit atau low-profit ([Hansen dan Mowen, 2014](#)). Pramusaji yang memahami sales mix dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi jenis menu yang memiliki kontribusi margin yang tinggi atau rendah dan tingkat penjualan yang tinggi atau rendah sehingga pramusaji dapat menetapkan strategi dalam penjualan seperti melakukan suggestive selling pada menu item yang memiliki nilai kontribusi margin dan tingkat penjualan yang tinggi

Seperti yang ditulis oleh [Cousins, Lillicrap dan Weekes \(2014\)](#) untuk meningkatkan pendapatan restoran.

b) Nutrisi

Masyarakat kini sudah mulai memperhatikan kesehatan dengan menilai nutrisi yang terkandung dalam suatu makanan yang dikonsumsinya dan cenderung mencari restoran yang dapat menyediakan mereka berbagai pilihan hidangan untuk mencapai diet yang seimbang atau sehat dengan informasi mengenai metode pengolahan seperti menggunakan metode rendah lemak atau garam sehingga penting bagi pramusaji dan manajemen restoran untuk memahami tren makanan yang berkembang saat ini.

c) Menu dan Hukum

Hukum mengatur mengenai tanggung jawab dari pihak restoran dalam menyampaikan informasi yang benar mengenai makanan dan minuman yang disediakan seperti bahan-bahan dan metode pengolahan serta accompaniments sehingga dapat memberikan rekomendasi yang sesuai dalam bentuk tertulis maupun lisan sehingga penting bagi pramusaji untuk memahami makanan dan minuman yang tersedia dalam menu secara jelas dan tepat.

d. Masalah dalam deskripsi makanan

Salah satu komponen dari menu knowledge berhubungan dengan cara mendeskripsi makanan yang akurat sebagai contoh ketika konsumen menanyakan mengenai berat dari hidangan daging steak yang terdapat dalam menu, pramusaji harus memastikan menyampaikan informasi yang benar yang mana apabila di menu tertera 160g berarti itu merupakan berat daging dalam keadaan mentah dikarenakan daging yang dimasak dapat menyusut beratnya hingga 40%.

Longenecker, Petty, Palich dan Hoy (2014) menyatakan bahwa *product knowledge* merupakan dasar dari penjualan yang efektif dikarenakan dengan adanya pengetahuan mengenai produk, seorang tenaga penjual dapat menjelaskan kelebihan dan kegunaan dari sebuah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seorang tenaga penjual harus mengetahui/memahami produk/jasa yang ditawarkan/dijualkan oleh perusahaan tersebut untuk dapat menjelaskan dan menawarkan secara jelas dan tepat kepada konsumen.

2) Personal Selling

Personal selling dengan menawarkan makanan/minuman yang terdapat dalam menu secara personal kepada konsumen dengan menyesuaikan kebutuhan para konsumen yang berkunjung ke restoran tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengenai personal selling adalah, "Face-to-face interaction with one or more prospective purchasers for the purpose of making presentations, answering questions, and procuring orders." John R. Walker (2014) berpendapat bahwa tugas dari seorang pramusaji adalah mempromosi dan menjual produk yang ditawarkan yang mana apabila dilakukan secara efektif akan meningkatkan pendapatan restoran dan kepuasan konsumen. Cousins, Lillcrap dan Weekes (2014) menyatakan bahwa salah satu atribut dari pramusaji selain *menu knowledge* adalah *sales ability* yaitu, "All members of staff reflect the image of the establishment. They are sales people and must therefore have a complete knowledge of all forms of food and drink and their correct service, and so be able to contribute to personal selling and merchandising." Berdasarkan pernyataan tersebut, tingkat *menu knowledge* dan ketrampilan *personal selling* pramusaji dapat mempengaruhi

image restoran yang dapat membawa dampak dalam pendapatan dan kepuasan konsumen sehingga *menu knowledge* dan ketrampilan *personal selling* pramusaji sangatlah penting.

Menurut Kotler dan Keller (2016), ada enam langkah dalam melakukan *personal selling*, yaitu:

1) *Prospecting and Qualifying*

Langkah pertama dalam penjualan adalah mengidentifikasi dan menilai konsumen yang berpotensi.

2) *Preapproach*

Langkah kedua yaitu tenaga penjual mencari informasi mengenai calon konsumen seperti tentang kebutuhan dan preferensinya.

3) *Presentation and Demonstration*

Langkah ketiga yaitu tenaga penjual menyampaikan produk kepada pembeli dengan menjelaskan berbagai informasinya menggunakan pendekatan *Features, Advantages, Benefits, dan Value (FABV)*. *Features* mendeskripsikan karakteristik fisik dari produk, *Advantages* mendeskripsikan mengapa fitur tersebut berguna bagi pembeli, *Benefits* mendeskripsikan manfaat secara ekonomi, teknis, sosial ataupun pelayanan serta *Value* mendeskripsikan nilai/harga dari produk yang ditawarkan.

4) *Overcoming Objections*

Langkah keempat yaitu tenaga penjual mengatasi masalah yang dihadapi konsumen yang tidak setuju dengan rekomendasi/penawaran

5) *Closing*

Langkah kelima yaitu melakukan konfirmasi pemesanan..

6) *Follow Up and Maintenance*

Memastikan kepuasan konsumen dan pembelian ulang. Setelah *closing*, tenaga penjual harus menyampaikan hal penting seperti waktu pengantaran, ketentuan pembelian, dan hal lain yang penting bagi konsumen.

Agung Gita Subakti: Pengaruh Menu Knowledge Pramusaji Terhadap Keterampilan Personal Selling Di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta

Melalui wawancara dengan Manajer dan Asisten Manajer Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta, beliau juga berpendapat bahwa tingkat menu knowledge seorang pramusaji dapat berpengaruh pada ketrampilan personal selling yang dimilikinya.

Semua pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon memiliki menu knowledge yang sesuai dengan benchmarking standard terutama para daily workers karena kurangnya komitmen dan motivasi.. Hal ini dapat dilihat dari keluhan dari konsumen sebelumnya mengenai menu knowledge seorang pramusaji yang mana pada saat konsumen menanyakan menu yang lebih sehat dan pramusaji menawarkan healthy sandwich yang terdapat daging kalkun.

Selain itu, berdasarkan hasil LQE (Legendary Quality Experience) dan MOQA (Mandarin Oriental Quality Assurance) terhadap kualitas pelayanan dan kinerja pramusaji Restoran Cinnamon pada bulan Juni 2015 menunjukkan bahwa pramusaji gagal memenuhi standar MOQA no. 18 yaitu memiliki pengetahuan makanan atau minuman yang baik serta menawarkan wine yang sesuai atau complement dengan hidangan tersebut kepada konsumen.

Dari sisi personal selling, beliau menyatakan bahwa tidak semua pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon dapat melaksanakan tugasnya dalam melakukan personal selling dengan baik. Ini terbukti dari hasil audit LQE (Legendary Quality Experience) dan MOQA (Mandarin Oriental Quality Assurance) terhadap kualitas pelayanan dan kinerja pramusaji Restoran Cinnamon pada bulan Juni 2015 menunjukkan bahwa pramusaji gagal mengikuti beberapa standar yaitu sebagai berikut:

- 1) Pramusaji mengambil inisiatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen atau memastikan konsumen tidak perlu mengulang kembali (Pillar of Service no. 5)
- 2) Menawarkan air mineral kepada konsumen saat konsumen bersantap di restoran. (MOQA no. 16)
- 3) Menawarkan refill kopi atau teh kepada konsumen. (MOQA no. 27)
- 4) Menawarkan tambahan (additional) minuman kepada konsumen dalam waktu 2 menit ketika minuman konsumen sudah habis. (MOQA no. 35)

Melihat hal tersebut, maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh Menu Knowledge Pramusaji Terhadap Keterampilan Personal Selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta” sebagai bahan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tingkat menu knowledge yang dimiliki oleh pramusaji Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta?
- 2) Bagaimana ketrampilan personal selling yang dimiliki oleh pramusaji Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta?
- 3) Apakah menu knowledge pramusaji mempengaruhi ketrampilan personal selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta?

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat menu knowledge yang dimiliki oleh pramusaji Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta, ketrampilan personal selling yang dimiliki oleh pramusaji Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta dan pengaruh menu knowledge pramusaji terhadap ketrampilan personal selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah desain penelitian deskriptif-kausalitas. Penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan. Sedangkan, desain penelitian kausalitas menurut Sanusi (2014) adalah, “Desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel.”

Jumlah sensus pada penelitian ini adalah 14 orang pramusaji yang terdiri dari 13 karyawan tetap/kontrak dan 1 daily worker di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta. Jumlah populasi yang diambil adalah jumlah karyawan tetap/kontrak dan daily workers yang masih/sedang bekerja di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta selama penelitian berlangsung. Tipe pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Teknik sampel yang akan digunakan adalah sampling jenuh atau sensus, dimana seluruh anggota populasi akan dijadikan sampel karena jumlah populasi 14 orang yang relatif kecil. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa, “Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.” Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Maka, sampel yang diteliti adalah sebanyak 14 orang pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

Teknik Pengumpulan data yaitu melakukan survei yang berbentuk wawancara dengan Manajer dan Asisten Manajer Restoran dan penyebaran kuesioner terhadap anggota sampel dengan skala Likert serta pengumpulan

data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai studi pustaka seperti textbooks, jurnal, maupun artikel referensi di media elektronik. Menurut Sanusi (2014) mengatakan bahwa skala Likert adalah, “Skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur”. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Jenis kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda.

Operasional variabel penelitian terbagi dalam dua variabel yaitu variabel independen/bebas yaitu menu knowledge pramusaji yang terbagi dalam 4 dimensi yang terdiri dari Sales Mix, Nutrisi, Menu dan Hukum, dan Masalah dalam Deskripsi Makanan sedangkan variabel dependen/terikat yaitu ketrampilan personal selling yang terbagi dalam 6 dimensi yang terdiri dari *Prospects and Qualifications, Pre-approach, Presentation and Demonstration, Overcoming Objections, Closing, dan Follow-up and Maintenance.*

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas instrumen penelitian dengan rumus korelasi Pearson Product Moment yaitu dengan cara mengorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya dengan rumus apabila $r > (df = n - 2; n = \text{jumlah sampel})$ maka dinyatakan valid dan uji reliabilitas instrumen penelitian dengan metode Alpha Cronbach, yaitu untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak memiliki pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau ‘tidak’, melainkan digunakan untuk menghitung

reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku dengan rumus apabila koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel. Siregar (2013). Uji validitas dan reliabilitas dibantu dengan SPSS versi 22.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS versi 22 yaitu analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi Sanusi (2014). Analisis regresi linear sederhana ini menyatakan hubungan kausalitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas Sanusi (2014). Persamaan yang dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi Rumus umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = nilai prediksi dari variabel Y berdasarkan nilai variabel X

a = titik potong Y; merupakan nilai bagi Y ketika $X = 0$

b = kemiringan atau *slope* atau perubahan rata-rata dalam Y' untuk setiap perubahan dari satu unit X, baik berupa peningkatan maupun penurunan

X = nilai variabel X yang dipilih

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis asosiatif yaitu hipotesis yang dirumuskan untuk memberikan jawaban pada permasalahan yang bersifat hubungan atau pengaruh Siregar (2013). Prosedur uji hipotesis, diuraikan sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara menu knowledge pramusaji terhadap ketrampilan personal selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

H_a : Terdapat pengaruh antara menu knowledge pramusaji terhadap ketrampilan personal selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

2) Menentukan risiko kesalahan (taraf signifikan)

3) Menentukan uji statistik.

4) Kaidah Pengujian

a) Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} + t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

b) Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

5) Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

6) Mengambil keputusan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total 14 responden yang terpilih menjadi sampel penelitian ini, sebagian besar adalah pramusaji wanita dan mayoritas responden berusia antara 21 – 30 tahun. Sebagian besar pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta masih merupakan lulusan SMA/SMK dan sudah bekerja dengan rata-rata 1 hingga 3 tahun di restoran tersebut.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan metode korelasi Pearson yaitu dengan membaca korelasi antara skor tiap pernyataan dengan skor total. Untuk menentukan apakah setiap pernyataan valid atau tidak bisa dilihat dari apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

r_{tabel} dicari pada signifikansi (α) 0,05 dengan uji 2 sisi dimana $df = -2, = 30$ sampel, sehingga nilai $df = 28$. Maka

didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Berikut adalah tabel hasil uji korelasi Pearson dan signifikansi pada taraf 0,05 dengan uji 2 sisi antara item pernyataan dengan total skor untuk variabel Menu

Knowledge Pramusaji (X) dan Keterampilan Personal Selling (Y) dengan SPSS versi 22.

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Menu Knowledge Pramusaji (X)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1	0,718	0,361	Valid
X2	0,862		Valid
X3	0,875		Valid
X4	0,851		Valid
X5	0,796		Valid
X6	0,807		Valid
X7	0,833		Valid
X8	0,832		Valid
X9	0,819		Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Keterampilan Personal Selling (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
10	0,862	0,361	Valid
11	0,902		Valid
12	0,849		Valid
13	0,855		Valid
14	0,879		Valid
15	0,805		Valid
16	0,898		Valid
17	0,824		Valid
18	0,915		Valid
19	0,468		Valid
20	0,825		Valid
21	0,894	Valid	

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang diukur menggunakan metode *Alpha Cronbach* menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*

dengan bantuan software IBM SPSS (Version 22) untuk variabel Menu Knowledge Pramusaji (X) dan Keterampilan Personal Selling (Y).

Tabel 4 Uji Reliabilitas Variabel Menu Knowledge Pramusaji (X)

Variabel	Alpha Cronbach	Total Item	Keterangan
Menu Knowledge Pramusaji (X)	0.939	9	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel Keterampilan Personal Selling (Y)

Variabel	Alpha Cronbach	Total Item	Keterangan
Keterampilan Personal Selling (Y)	0.960	12	Reliabel

Analisis Deskriptif

Berikut disajikan tabel hasil analisis deskriptif untuk variabel *Menu Knowledge* Pramusaji (X) dan

Keterampilan *Personal Selling* (Y) setelah diolah menggunakan *software IBM Statistics SPSS (Version 22)*:

Tabel 6 Hasil Analisis Deskriptif Menu Knowledge Pramusaji (X)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	14	3	5	4.29	.726
X2	14	3	5	4.36	.745
X3	14	4	5	4.50	.519
X4	14	3	5	4.36	.745
X5	14	3	5	4.29	.726
X6	14	3	5	4.21	.802
X7	14	3	5	4.21	.699
X8	14	3	5	3.79	.699
X9	14	4	5	4.36	.497

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Warna merah menunjukkan pernyataan dengan nilai *mean* terendah, sedangkan warna biru menunjukkan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden pada variabel *Menu Knowledge* Pramusaji (X) secara rata-rata (*mean*) dengan nilai terendah yaitu 3,79 pada pernyataan X8 yaitu “Saya mampu memberikan rekomendasi *food and wine pairing* yang sesuai”, dapat disimpulkan bahwa pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Mandarin Oriental Jakarta

belum mampu memberikan rekomendasi *food and wine pairing* yang sesuai kepada konsumennya.

Menurut hasil pengamatan, Manajer atau Asisten Manajer restoran jarang menyediakan/melaksanakan pelatihan dengan topik mengenai *food and wine pairing* dan *wine knowledge*. Pelatihan mengenai topik tersebut yang telah dijadwalkan sebelumnya pada kalender pelatihan juga terkadang tidak terlaksanakan.

Selain dari kurangnya pelatihan dan perbedaan lulusan pendidikan,

Agung Gita Subakti: Pengaruh Menu Knowledge Pramusaji Terhadap Keterampilan Personal Selling Di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta

mayoritas dari tamu yang berkunjung ke restoran juga jarang memesan atau menikmati *wine* dikarenakan menu yang disediakan di restoran rata-rata berupa menu tradisional khas Asia dan hanya sedikit menu khas barat. Restoran Cinnamon merupakan restoran *international all-day dining* yang cenderung bersifat *casual* sehingga konsumen cenderung akan menikmati *wine* di Restoran Lyon.

Sedangkan rata-rata (*mean*) dengan nilai tertinggi yaitu 4,50 pada pernyataan X3 yaitu “Saya mengetahui jenis pilihan menu yang sesuai untuk dikonsumsi oleh konsumen yang memiliki diet atau pola makan yang khusus”, yang dapat disimpulkan bahwa pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Mandarin Oriental Jakarta mengetahui jenis pilihan menu yang sesuai untuk dikonsumsi oleh konsumen yang memiliki diet atau pola makan yang khusus seperti bagi vegetarian atau

konsumen yang memiliki alergi terhadap jenis makanan/minuman tertentu.

Jika dilihat dari pernyataan X5, X6 dan X7 yaitu berhubungan dengan pengetahuan pramusaji mengenai bahan-bahan makanan/minuman, metode pengolahan/memasak dan juga *accompaniments* yang tersedia di restoran, pernyataan-pernyataan tersebut menunjukkan nilai rata-rata yang cukup tinggi yaitu X5 (bahan-bahan makanan) sejumlah 4,29 serta X6 (metode pengolahan/memasak) dan X7 (*accompaniments*) sejumlah 4,21. Dapat dikatakan bahwa pramusaji tersebut mengetahui bahan-bahan yang terkandung dalam makanan/minuman tersebut, metode pengolahannya serta *accompaniments* yang disajikan sehingga pramusaji tersebut dapat menawarkan menu yang sesuai ketika konsumen menanyakan menu tertentu seperti yang rendah lemak, tanpa kacang (apabila konsumen tersebut alergi kacang) ataupun menu bagi vegetarian.

Tabel 7 Hasil Analisis Deskriptif Keterampilan *Personal Selling* (Y)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	14	3	5	4.14	.770
Y2	14	3	5	4.29	.726
Y3	14	3	5	4.29	.825
Y4	14	3	5	4.29	.726
Y5	14	3	5	4.21	.802
Y6	14	3	5	4.21	.699
Y7	14	3	5	4.29	.825
Y8	14	4	5	4.36	.497
Y9	14	3	5	4.29	.726
Y10	14	3	5	4.29	.611
Y11	14	3	5	4.29	.726
Y12	14	3	5	4.29	.726

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Warna merah menunjukkan pernyataan dengan nilai *mean* terendah, sedangkan warna biru menunjukkan pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi.

Berdasarkan tabel di atas juga dapat dilihat bahwa hasil jawaban responden pada variabel Keterampilan *Personal Selling* (Y) secara rata-rata (*mean*)

dengan nilai terendah yaitu 4,14 pada pernyataan Y1 atau pernyataan 10 yaitu “Saya memahami kebutuhan dari setiap jenis konsumen yang berkunjung ke restoran”, yang dapat disimpulkan pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Mandarin Oriental Jakarta belum mampu memahami kebutuhan dari setiap konsumen yang berkunjung ke restoran tersebut.

Restoran Cinnamon merupakan restoran *international all-day dining* restoran yang mana menyediakan menu *à la carte* dengan pilihan menu tradisional khas Asia dan juga *buffet* dengan pilihan menu Asia seperti India, Indonesia, Jepang dan juga menu khas Barat yang tersedia dari menu pembuka hingga penutup. Dikarenakan banyaknya pilihan jenis menu yang tersedia di restoran sehingga konsumen yang berkunjung ke restoran tersebut juga beragam jenis yang berasal dari latar belakang yang berbeda seperti keluarga, *businessman*, pasangan (*couple*), kelompok/perkumpulan yang terdiri dari orang tua, orang dewasa, remaja dan anak-anak/balita. Ini dapat menjadi tantangan atau kesulitan bagi pramusaji untuk dapat mengidentifikasi atau memahami kebutuhan dari setiap konsumen yang berkunjung ke restoran dan menawarkan menu *à la carte* ataupun pilihan *buffet* yang sesuai dengan dengan kebutuhan mereka.

Sedangkan rata-rata (mean) dengan nilai tertinggi yaitu 4,36 pada pernyataan Y8 atau pernyataan 17 yaitu “Saya selalu memberikan alternatif pilihan menu lainnya apabila konsumen tidak tertarik/setuju dengan rekomendasi pilihan menu sebelumnya”, yang dapat disimpulkan pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Mandarin Oriental Jakarta cenderung akan memberikan alternatif/rekomendasi pilihan menu lainnya apabila konsumen tidak tertarik/setuju dengan rekomendasi pilihan menu yang telah diberikan/ditawarkan sebelumnya oleh pramusaji.

Dari hasil wawancara dengan Asisten Manajer, dapat diketahui bahwa pelatihan mengenai *personal selling* dengan topik seperti *selling by suggestion, offering alternatives* dan *overcoming hesitation* diberikan secara berkala oleh pihak manajemen restoran sehingga pramusaji Restoran Cinnamon telah dilatih untuk menawarkan rekomendasi/alternatif *menu items* lainnya kepada konsumen meskipun rekomendasi awalnya tidak disetujui oleh konsumen tersebut.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut adalah hasil analisa koefisien regresi dan koefisien determinasi dengan menggunakan software IBM Statistics SPSS (Version 22):

Tabel 8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary		
R	R Square	Std. Error of the Estimate
0,936	0,875	2,615

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel di atas, menampilkan nilai R yang merupakan simbol dari koefisien korelasi. Koefisien

korelasi menunjukkan hubungan antara *menu knowledge* pramusaji dan ketrampilan *personal selling* sebesar

0,936. Hal ini menyatakan terdapat tingkat hubungan yang sangat kuat karena nilai berkisar antara 0,80 – 0,100. [Siregar \(2013\)](#)

Koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk menghitung besarnya peranan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil olahan data di atas, koefisien determinasi yaitu sebesar 0,875 atau sebesar 87,5%. Hal ini

menyatakan bahwa variabel *Menu Knowledge* Pramusaji (X) memberikan sumbangan sebesar 87,5% kepada variabel Keterampilan *Personal Selling* (Y). *Standard Error of the Estimate* adalah ukuran kesalahan prediksi, nilai sebesar 2,615. Artinya kesalahan dalam memprediksi keterampilan *personal selling* sebesar 2,615.

Tabel 9 Hasil Analisis Koefisien Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.153	5.605		.027	.979
Menu Knowledge Pramusaji	1.331	.145	.936	9.182	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil olahan data di atas, dapat dilihat tingkat signifikansi yang dihasilkan yaitu sebesar 0,000, karena angka signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Menu Knowledge Pramusaji (X) dan Keterampilan Personal Selling (Y) [Priyatno \(2014\)](#). Persamaan regresi untuk memperkirakan keterampilan personal selling yang dipengaruhi oleh menu knowledge pramusaji adalah:

$$Y' = 0,153 + 1,331X$$

Dari persamaan di atas, dapat dianalisis persamaan regresi sederhana memiliki konstanta 0,153 menyatakan apabila tidak ada kenaikan nilai dari variabel menu knowledge pramusaji (X), maka nilai keterampilan personal selling (Y) adalah 0,153. Koefisien regresi sebesar 1,331, menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor pada nilai variabel menu knowledge pramusaji akan memberikan kenaikan skor pada variabel keterampilan personal selling sebesar 1,331. Sebagai contoh jika ($X = 1$) maka $Y' = 0,153 + 1,331 (1)$, akan diperoleh

$Y' = 1,484$. Jadi semakin tinggi skor menu knowledge pramusaji maka semakin tinggi pula skor keterampilan personal selling. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat menu knowledge pramusaji yang dimiliki oleh pramusaji yang bekerja di Restoran Cinnamon, Mandarin Oriental Jakarta, maka akan semakin baik keterampilan personal selling yang dimiliki oleh pramusaji tersebut.

Pengujian Hipotesis

Hasil olahan data SPSS pada Tabel 9 didapatkan t_{hitung} sebesar 9,182. Bila sampel (N) adalah 14 sampel dan taraf signifikan adalah 0,05, maka nilai sebesar 2,179 ($df = 14 - 2 = 12$). Dikarenakan nilai lebih besar dari ($9,182 > 2,179$), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh antara menu knowledge pramusaji terhadap keterampilan personal selling di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

KESIMPULAN

Pada variabel *menu knowledge* pramusaji, *mean* terendah terdapat pada dimensi Menu dan Hukum sedangkan *mean* tertinggi terdapat pada dimensi Nutrisi. Pada variabel ketrampilan *personal selling* pramusaji, *mean* terendah terdapat pada dimensi *Prospecting and Qualifying* sedangkan *mean* tertinggi terdapat pada dimensi *Overcoming Objections*. Pada penelitian ini, *menu knowledge* pramusaji memberikan pengaruh sebesar 87,5% dan memiliki hubungan yang kuat terhadap ketrampilan *personal selling* di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan *menu knowledge* pramusaji secara signifikan dan positif (arah positif berarti jika variabel X naik maka variabel Y naik) memiliki pengaruh terhadap ketrampilan *personal selling*.

1) Menu Knowledge Pramusaji (X)

- a) Memberikan pelatihan yang berkala yang membahas tentang *wine knowledge* dan *wine pairing* dengan berbagai menu terutama menu khas Asia oleh *trainer* yang berpengalaman seperti *sommelier* ataupun pihak *supplier wine* berupa pemberian materi dan simulasi langsung seperti *wine testing* dan *role-play*.
- b) Meningkatkan motivasi karyawan agar lebih percaya diri dalam menawarkan *wine* kepada konsumen berdasarkan pelatihan yang telah diberikan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan tamu dan juga pendapatan restoran contohnya program *wine incentives* (memberikan *reward* kepada pramusaji yang berhasil menjual

wine terbanyak pada periode tertentu).

- c) Setiap pramusaji diberikan pelatihan dalam bentuk materi dan dibagikan *handbook* pada saat orientasi sebelum mulai bekerja oleh pihak manajemen restoran atau departemen *Learning and Development (L&D)* dengan mewajibkan setiap pramusaji untuk memahami dan menghafal materi/*handbook* tersebut mengenai *wine* dan *food and wine pairing knowledge*.
- ### 2) Keterampilan Personal Selling (Y)
- a) Memberikan pelatihan yang membahas tentang kebutuhan konsumen seperti cara interaksi/komunikasi yang baik dengan konsumen, mengidentifikasi/menanyakan preferensi konsumen, mengingat preferensi dari tamu *in-house* (menginap di hotel) atau tamu *VIP (Very Important Person)* oleh pihak manajemen restoran dengan pemberian materi dan simulasi langsung.
 - b) Para pramusaji selalu didorong untuk selalu mencatat hal-hal penting selama *briefing* apabila ada informasi mengenai preferensi/kebutuhan khusus tamu *in-house* atau tamu *VIP* dan saling berbagi informasi terhadap sesama rekan kerja untuk menghindari miskomunikasi.
 - c) Memberikan motivasi kepada para pramusaji untuk selalu menunjukkan sikap positif kepada konsumen dan tidak ragu untuk menanyakan preferensi tamu apabila pramusaji tidak memahami kebutuhan konsumen tersebut.

- 3) Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas (*independent*), sehingga kurang mampu untuk menjelaskan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap ketrampilan *personal selling* (*dependent*) secara lengkap. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel bebas lain

DAFTAR PUSTAKA

- Beach, F. C. (2005). *The Encyclopedia Americana: A Library of Universal Knowledge*, Volume 11 (pp. 551-552). USA: Grolier Inc.
- Cousins, John, Dennis Lillicrap, & Suzanne Weekes. (2014). *Food and Beverage Service*. Italy: Hachette UK.
- Davis, Bernard, Andrew Lockwood, Peter Alcott, & Ioannis Pantelidis. (2012). *Food and Beverage Management*. New York: Routledge.
- Hansen, Don R., & Maryanne M. Mowen. (2014). *Cornerstones of Cost Management*. United States: Cengage Learning.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Kendallville: Pearson.
- Longenecker, Justin G., J. William Petty, Leslie E. Palich, & Frank Hoy. (2014). *Small Business Management*. United States: Cengage Learning.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (2008). *Consumer behaviour and marketing strategy* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*. Jakarta: Andi Offset.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Sofyan. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenademia Group
- Sugiyono. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Walker, John R. (2014). *The Restaurant: From Concept to Operation*. New Jersey: John Wiley & Sons.