PENGARUH *MISE EN PLACE* TERHADAP MUTU PELAYANAN *RESTAURANT* DI PULAU LOMBOK

Oleh
Muharis Ali [1)] & Murianto[2)]
[1,2]Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
Email: [1]muharisali1@gmail.com & [2]muriantompar@gmail.com

Pulau Lombok mendapatkan Penghargaan internasional World's Best Halal Tourism Destination dan World's Best Halal Honeymoon yang diselenggarakan di The Emirates Palace Ballroom, Abu Dhabi, UEA pada tahun 2015. tahun 2013 jumlah kunjungan mencapai 1.357.602 dan pada tahun 2014 jumlah kunjungan mencapai angka 1,6 juta pengunjung dengan rincian 752.306 wisatawan mancanegara dan 876.816 wisatawan nusantara. Dengan kunjungan wisatawan yang terus mengalami peningkatan maka Lombok tidak hanya akan dijadikan sebagai destinasi wisata, akan tetapi mempunyai potensi untuk dijadikan lahan bisnis komersial di bidang MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). *Restaurant* memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi industri parwisata karena *Restaurant* akan *mensupport* dunia kuliner. *Mise en place* adalah bagian dari MICE yang berkaitan dengan pelayanan dan mutu. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Mise en place* di *Restaurant* terhadap mutu pelayanan dengan sampel *Restaurant* yang ada di Pulau Lombok. Tahapan dalam penelitian ini adalah menentukan sampel penelitian dari narasumber yang competen di bidang *Mice en Place* dalam hal ini adalah *waiter/waiteriss* pada saat *breakfast*. Metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka dan kuisioner yang telah disiapkan dan selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini mendapatkan hasil luaran HKI yang terdaftar di www.dgip.go.id. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh *mise en place* terhadap mutu pelayanan *Restaurant* di pulau lombok sangatlah berpengaruh yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan jasa karyawan *waiter/waiteriss* dan tanggapan tamu terhadap penilaian kualitas pelayanan jasa pada *Restaurant* di Pulau Lombok.

Kata kunci : *Mise en place*; MICE; *Restaurant*; Mutu Pelayanan dan Pulau Lombok.

PENDAHUALUAN

Pulau Lombok memiliki destinasi wisata yang tidak lagi diragukan dalam dunia pariwisata Indonesia. Lombok di kawasan Mandalika merupakan 1 (satu) dari 10 (sepuluh) destinasi pariwisata prioritas nasional dan beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan pemerintah Provinsi NTB dalam beberapa tahun terakhir membuat jumlah kunjungan wisatawan di Pulau Lombok terus mengalami peningkatan yang signifikan. Pulau Lombok mendapatkan Penghargaan internasional World's Best Halal Tourism Destination dan World's Best Halal Honeymoon yang diselenggarakan di The Emirates Palace Ballroom, Abu Dhabi, UEA pada tahun 2015 juga memberikan angin segar bagi Pulau Lombok terlebih, sehingga para wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Pada tahun 2013 jumlah kunjungan mencapai 1.357.602 dan pada tahun 2014 jumlah kunjungan mencapai angka 1,6 juta pengunjung dengan rincian 752.306 wisatawan mancanegara dan 876.816 wisatawan nusantara (BPS: NTB dalam Angka 2008-2016 dalam (Masyhudi & Khalik, 2018) Terlepas dari destinasi wisata yang ada di Pulau Lombok, hal lain yang membuat wisatawan mengunjungi Pulau Lombok adalah tidak terlepas dari dunia kuliner dalam hal ini yaitu wisatawan mengunjungi tempat-tempat kuliner termasuk *restaurant*. *Restaurant* adalah suatu operasi layanan makanan yang mendapatkan keuntungan yang basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu-individu dan

ISSN No. 1978-3787 (Cetak)
ISSN 2615-3505 (Online)

tamu-tamu dalam kelompok kecil (Ninemeier dan Hayes, 2011). *Restaurant* memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi industri parwisata karena *Restaurant* akan *mensupport* dunia kuliner.

Dengan kunjungan wisatawan yang terus mengalami peningkatan maka Lombok tidak hanya akan dijadikan sebagai destinasi wisata, akan tetapi mempunyai potensi untuk dijadikan lahan bisnis komersial di bidang MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Hal inilah yang akan menciptakan peluang sumber pendapatan bagi pebisnis dan pemerintah (Wati, 2012).

Dalam hal ini *Mise en place* adalah bagian dari MICE yang berkaitan dengan pelayanan dan mutu. *Mise en place* berasal dari bahasa prancis yang berarti mengatur dan menempatkan segala susuatu pada tempatnya, lebih ringkas dapat diartikan sebagai persiapan sebelum operasional di *Restaurant*. Pentingnya sebuah kegiatan *Mise en Place* tentu saja mempunyai indkator atau kriteria kunci yang perlu diperhatikan dalam penerapannya. Diantaranya Gisslen, (2011: 138) bahwa *Mise en Place* mempunyai beberapa aspek kunci yang mendasar bagi *prepreparation* sebagai berikut: pertama *Assemble your tools*, kedua *Assemble your ingredients*, ketiga *Wash, trim, cut, prepare, and measure your raw materials dan* keempat *Prepare your equipments*.

Mise en place untuk suatu proses pekerjaan adalah hal mendasar yang harus dilakukan dan diperhatikan sebelum kegiatan oprasional di *Restaurant* dilakukan karena akan berpengaruh terhadap mutu pelayanan dan mutu pelayanan tersebut bisa maksmial jika *Mise en place* juga maksimal. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh *Mise en place* di *restaurant* Pulau Lombok terhadap mutu pelayanan dengan sampel hotel berbintang yang memiliki *restaurant* yang tersebar di Pulau Lombok. Penelitian ini juga akan melihat pengaruh perkembangan *restaurant* di Pulau Lombok, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pengaruh *Mise en place* di *restaurant* dan dapat dijadikan salah satu rujukan oleh dinas terkait dalam menentukan kebijakan dunia pariwisata di provinsi Nusa Tenggara Barat khususnya Pulau Lombok dalam hal mutu dan pelayanan di dunia kuliner.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh pengaruh *mise en place* terhadap mutu pelayanan *Restaurant* di Pulau Lombok.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk melihat pengaruh *mise en place* terhadap mutu pelayanan *Restaurant* di Pulau Lombok dan penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mempersiapkan dan menyediakan tenaga tata hidang dalam pemenuhan SDM yang ada guna menunjang pariwisata yang ada di Pulau Lombok

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah didapatkan hasil analisis mengenai pengaruh *mise en place* terhadap mutu pelayanan yang ada di Pulau Lombok. Hasil dari penelitian ini tercatat dan teridentifikasinya permasalahan yang muncul dari *mise en place* yang didapatkan dan dipublikasikan ilmiah di jurnal Nasional terakreditasi. Hasil peneiltian ini lebih lanjut bisa dijadikan acuan oleh Stekholder dan pemerintah khusus nya dinas kebudayaan dan pariwisata Provinsi NTB serta pihak-pihak terkait dalam dunia parwisata di Provinsi NTB dalam hal mutu pelayanan yang diberikan kepada wisatawan yang datang berkunjung di Pulau Lombok.

LANDASAN TEORI

Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Tinjauan hasil penelitian sebelumnya yang dimaksud adalah kajian terhadap hasil-hasil karya tulis yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya dipilih sebagai pedoman atau acuan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini akan diuraikan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya sebagai berikut :

Valentino Mote, 2016, *Mise En Place* Di Kitchen Jack Runner Roastery Bandung. Penelitian ini membahas tentang pengaruh Mise En Place bagi pelayanan di kitchen Jack Runner Roastery Bandung dengan fokus kegiatan *Mise En Place* pada produksi makanan.

I Gede Nyoman Triastana Adi Putra , Strategi Pemasaran Produk MICE di Patra Jasa Bali Resort & Villas. Laporan akhir 2013. Dalam laporan ini membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh departemen sales & marketing untuk memasarkan produk MICE yang dimiliki. Tinjauan konsep serta teknik analisis data yang dipergunakan adalah analisis SWOT.

Junaedi, 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Mice Untuk Mewujudkan Kota Surakarta Sebagai Kota Mice. Hotelier Jurnal. Vol.1 No. 3 Juni 2016. Dalam penelitian ini dilakukan pendekatan dengan jenis Penelitian kuantitatif ditujukan untuk memprediksi perkembangan Kota Surakarta dan mengukur kemampuan strategi sebagai kota MICE. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.Wati, Dian E. 2012. *Peran Mice Dalam Mendukung Perkembangan Industri Pariwisata Di Surakarta*. Laporan akhir Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh industri MICE terhadap perkembangan pariwisata di Surakarta dengan hasil dari penelitian adalah MICE mempunyai dampak multiganda dengan garis besar bahwa MICE dapat meningkatka kesejahteraan masyarakat.

Definisi MICE

Pertama, meeting merupakan rapat atau pertemuan sekelompok orang yang tergabung dalam sebuah asosiasi, di mana perusahaan yang mempunyai kesamaan minat dengan tujuan dan kepentingan membahas suatu permasalahan bersama. Kedua, incentive mengacu pada perjalanan insentif yang merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka yang berkaitan dengan penyelengaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan dan/atau kegiatan pameran. Ketiga, convention, yaitu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, profesional dan sebagainya) untuk mambahas masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama, biasanya dengan jumlah peserta banyak. Keempat, exhibition, yaitu bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan, dan menyebarluaskan informasi hasil produksi barang atau jasa maupun informasi visual di suatu tempat tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk disaksikan langsung oleh masyarakat dalam meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang. (Junaedi, 2016)

Bisnis MICE

Bisnis MICE merupakan bisnis jasa kepariwisataan yang bergerak di seputar Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition, yang disingkat MICE). Keempat jenis kegiatan kepariwisataan ini merupakan usaha untuk memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang, khususnya para pelaku bisnis, cendekiawan, eksekutif pemerintah dan swasta, untuk membahas berbagai persoalan yang berkaitan dengan kepentingan bersama, termasuk memamerkan produk-produk bisnis (Prayudi, 2011).

Bisnis MICE tidak dapat dipisahkan dari mata rantai usaha di bidang kepariwisataan dan berbagai sektor usaha lainnya. Penyelenggaraan MICE melibatkan banyak sektor usaha atau industri dan banyak pihak, yang menimbulkan pengaruh ekonomi berlipat ganda (multiplier effect) yang menguntungkan dan dapat dirasakan oleh banyak pihak, khususnya karena kemampuan pengeluaran finansial (spending power) dari segmen MICE tinggi, sekitar 8-10 kali wisatawan biasa. Di antara pihak yang potensial mendapatkan keuntungan besar bisnis MICE adalah Percetakan, Hotel, Perusahaan Sovenir, Biro Perjalanan Wisata, Transportasi, Professional Conference Organizer (PCO), Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dan Event Organizer. (Junaedi, 2016).

Pengertian Mice en Place

Mise en place, berasala dari bahasa Prancis yang artinya" Mengatur dan Menempatkan segala susuatu pada tempatnya untuk suatu proses pekerjaan",dengan maksud agar pekerjaan

ISSN No. 1978-3787 (Cetak)
ISSN 2615-3505 (Online)

tersebut berjalan dengna baik dan lancar, sesuai dengan harapan dan tujuannya, serta effektif dan effesien.Adapu tahapan- tahapan yang akan kita lakukan dalam Mise en place tersebut antara lain: (1) Before operational,(2) Operational,(3) After operational.Sehingga dengan mengetahui tahapan-tahapan tersebut maka kita dapat menikmati suatu pekerjaan dengan baik dan benar.

Pengertian Persiapan, adalah: Kata persiapan berasal dar kata "siap"yang mendapat awalan per- dan akhiran an. Berikut pengertian mengenai persiapan : (1)Perlengkapan dan persediaan (untuk Sesutu), (2) perbuatan (hal dsb) bersiap- siap untuk mempersiapkan, tidakan (recana dsb) untuk sesuatu" Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2012). Sehingga , dapat disimpulkan jika persiapan menghadapi sesuatu pekerjaan adalah segala bentuk perlengkapan, perencanaan, upaya, tindakan, usaha dan pengalaman seseorang untuk mempersiapkan dan menghadapi suatu pekerjaan. Sedangkan kesiapan berasal dari kata 'siap"yang mendapatkan awalan ke- dan akhiran kan. "Kesiapan adalah suatu keadaan bersiap- siap untuk mempersiapkan sesuatu".(Kamus Bahasa Indonesia, 2012) "Kesiapan adalah tingkat perkembangan dari kematangan atau kedewasaan yang menguntungkan untuk memperaktikkan sesuatu.(Chaplin. 2009). "Kesiapan adalah tingkatan atau keadaan yang harus di capai dalam proses perkembangan perorangan pada tingkatan pertumbuhan mental, fisik, social, dan emosional" (Hamalik 2011). Susilo (dalam Siahaan, 2009), juga menjelaskan ada dua komponen utama dalam kesiapan yaitu; kemampuan dan keinginan. Kemampuan adalah pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang dimiliki seseorang atau kelompok untuk melakukan kegiatan atau tugas tertentu. Sedangkan Keinginan berkaitan dengan keyakinan, komitmen dan motivasi untuk menyelesaikan tugas dan kegiatan tertentu. Pada dasarnya persiapan dan kesiapan memilki pengertian yang tidak jauh berbeda, karena pada kata dasar kedua kata"persiapan dan kesiapan"adalah sama yakni"siap".Perbedaan keduanyan terletak pada penggunaannya.

Kualitas Pelayanan (Service Quality) dan Kepuasan

Keberhasilan suatu jasa pelayanan untuk mencapai tujuan, sangat tergantung pada Mise en place yang kita lakukan, serta tergantung pula pada loyalitas para tamu itu sendiri, Parasuraman, Berry dan Zenthami (2011), telah mengembangkan quality service dalam memberikan pelayanan yang berkwalitas. Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Service Quality dapat diketahuai dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang bener- benar mereka terima dengan layanyan yang sesungguhnya yang mereka harapkan. Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa konsumen menciptakan harapan- harapan layanan dari pengalaman masa lalu, komunikasi word of mouth dan iklan. Konsumen.

Bai dan Chiao (2011) menyatakan bahwa kepuasan komsumen adalah mediator untuk semua kwalitas layanan yang dirasakan. Disamping itu juga kepuasan pelanggan di pandang sebagai indicator untuk masa depan. kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu jasa dan harapan-harapan.Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kenerja, dan harapan . Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas, dan jika kinerja di atas harapan maka pelanggan akan merasa puas.

METODE PELAKSANAAN

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *restaurant* di Pulau Lombok dan semua pihak-pihak yang bergerak di bidang MICE terutama *Mice en Place* yaitu event orgnaizer, dinas pariwisata provinsi NTB dan beberapa beberapa pelaku wisata di destinasi wisata yang ada di Pulau Lombok.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah hotel-hotel di pulau lombok yang merupakan destinasi wisata

dalam katagori "10 Bali baru" dengan jumlah kunjungan wisata beberapa tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang signifikan.

Teknik Pengumpulan Data

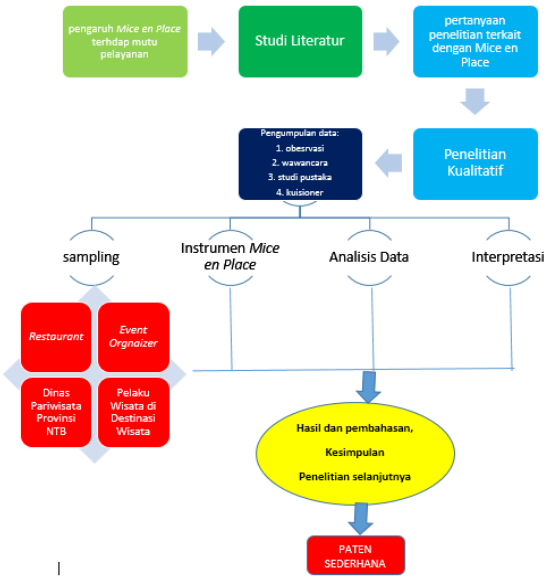
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Observasi penelitian ini adalah mengobservasi ketika pelaksanan *mice en place* dilakukan oleh staff restaurant dan beberapa sumber diantaranya adalah event orgnaizer, dinas pariwisata provinsi NTB dan beberapa pelaku wisata yang ada di destinasi wisata yang ada di Pulau Lombok yang menyelenggarakan MICE.
b. Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung, (staff restauran dan kitchen) dan pihak-pihak lain seperti event orgnaizer, dinas pariwisata provinsi NTB dan beberapa pelaku wisata yang ada di destinasi wisata yang mampu memberikan informasi dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disediakan sebelumnya.
c. Studi Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data yang menggunakan berbagai macam dokumen seperti buku atau literatur.
d. Kuesioner merupakan satu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dalam kuesioner ini nantinya akan digunakan model pertanyaan tertutup, yakni bentuk pertanyaan yang sudah disertai alternatif jawaban sebelumnya, sehingga responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut.

Teknik Analisis Data

Pada tahapan ini data dikumpulkan dan di analisis untuk menjawab permasalahan dalam penerapan *Mice En Place*. Dalam penelitin ini akan ditampilkan penjabaran mengenai perkembangan MICE dan pelaksanaan *Mice En Place* di pulau lombok berdasarkan hasil obesrvasi, wawancara, studi kepustakaan dan kuisioner dan dokumen lainnya yang mendukung penelitian ini.

Diagram alir penelitian adalah sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Mice en Place di Restaurant oleh seorang Waiter/Waiteriss

Seorang waiter/waitress memperisapkan peralatan perlengkapan yang akan digunakan dalam penghidangan sajian makanan pada tempatnya sehingga memudahkan pada saat penggunaanya. Dalam pelaksanaanya, harus senantiasa dipastikan bahwa peralatan dan perlengkapan yang akan diletakkan sedemikian rupa sehingga penggunaanya dapat dilakukan secara beraturan sesuai dengan kebutuhan. Dalam penelitian ini *mice en place* seorang *waiter/waitress* pada saat *breakfast* di *service statition* antara lain sebagai berikut:

1. Di *station* para *Waiter* / *waitress* di restaurant menyiapkan dan harus tersedia *spoons* dan *forks*, *tea or coffe cup*, *saucer*, *napkin*, trash tempat meletakkan piring / gelas kotor side *stand*. Namun harus ada di *service station* adalah *tea cup* disamping *coffe*

ISSN No. 1978-3787 (Cetak)
ISSN 2615-3505 (Online)

house.
2. Kemudian alat – alat sepeti *knife*, *fork*, *spoons*, harus bersih dan diletakkan didalam *drawer*.
3. *Waiter* / *waitress* harus meletakkan cangkir kopi / teh dilaci yang lain.
4. Pemanas kopi / teh harus sudah siap.
5. Tempat sampah harus diletakkan disamping *service station*.
6. *Waiter* / *waitress* harus menyiapkan tray di side *stand* masing – masing guna mengangkat *cutlery* yang kotor.
7. Rak menu harus disiapkan disamping kiri *service station*.

Kualitas Pelayanan di Restaurant Hotel di Pulau Lombok

Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut Sunyoto (2012), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen".

Budi (2013) mengatakan bahwa kualitas layanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Harapan konsumen bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi uang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Berdasarkan beberapa definisi di atas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu perusahaan atau melebihi ekspektasi tamu. Hasil dari observasi yang telah dilakukan didapatkan bahwa *mice en place* yang dilakukan oleh *waiter/waitriss* sangatlah berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di *Restaurant* di Pulau Lombok.

Kualitas Pelayanan Jasa Karyawan Waiter/Waiters, berikut adalah hasil responden dari masing-masing indikator dengan N=100

1. Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)

No	Indikator	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Skor	%
1	Variasi menu Makanan	37	31	27	4	1	399	19,93
2	Harga menu makanan	35	35	25	3	2	398	19,88
3	Fasilitas restauran	39	35	21	3	2	407	20,33
4	Kebersihan makanan	33	37	25	3	2	396	19,78
5	Kerapian dan keseragaman pegawai	45	34	18	2	1	402	20,08
Total							2002	100

2. Dimensi *Empahty*

No	Indikator	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Skor	Persen
1	Perhatian para pegawai	34	33	29	3	1	396	48,83%
2	Sikap para pegawai	41	36	21	1	1	415	51,17
Total							811	100%

3. Dimensi *Reliability* (Keandalan)

No	Indikator	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Skor	%
1	Kemampuan para pegawai dalam memberikan apa yang dibutuhkan tamu	53	28	16	2	1	430	33,65
2	Kemampuan para pegawai dalam menyampaikan pelayanan jasa	47	31	21	1	-	424	33,18
3	Cara dan upaya pegawai dalam menangani masalah	44	36	20	-	-	424	33,18
Total							1278	100%

4. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

No	Indikator	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Skor	%
1	Kecepatan Pegawai dalam memberikan pelayanan	39	43	14	3	1	418	33,14
2	Kesiapan Pegawai dalam membantu tamu	48	26	24	2	-	420	33,30
3	Kemampuan didalam menangani keluhan tamu	43	38	18	1	-	423	33,56
Total							1261	100

5. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

No	Indikator	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Skor	%
1	Jaminan keamanan	36	48	15	1	-	419	49,06
2	Jaminan kenyamanan	48	38	12	1	1	435	50,94
Total							854	100%

Tanggapan Tamu Terhadap Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa Pada Restaurant di Pulau Lombok

Pada dimensi *Tangible*, memuaskan terhadap kinerja dengan apa yang diinginkan oleh konsumen adalah variasi menu makanan, harga menu makanan, fasilitas restauran, kebersihan makanan, krapihan dan keseragaman buasan karyawan. Secara keseluruhan tingkat kesesuaian kenerja terhadap harapan konsumen pada dimensi *Tangible*. ini menunjukan bahwa kesenjangan antara harapan dengan kinerja pada Hotel *Restaurant* di Pulau Lombok Solo tidak terlalu jauh. Maka dapat disimpulkan untuk diimensi ini kinerja pegawai memenuhi harapan tamu, sehingga menciptakan kepuasan tamu.

Pada dimensi Empahty, memuaskan atas kinerja dengan apa yang diharapkan konsumen seperti pada perhatian para pegawai yang diberikan kepada konsumen dan sikap para pegawai didalam memahami keluhan serta apa yang dibutuhkan konsumen.

Pada dimensi Realiability, memuaskan atas kinerja terhadap apa yang diharapkan konsumen adalah kemampuan para pegawai dalam memberikan apa yang dibutuhkan konsumen, sedangkan yang kurang sesuai dengan kinerja adalah penyampain jasa yang diberikan pegawai dan sikap pegawai dalam menyelesaiakan masalah.

Pada dimensi *Responsiveness*, memuaskan sesuai kinerjanya seperti yang diharapkan oleh konsumen adalah tingkat kecepatan pelayanan. Sedangkan yang masih kurang adalah tingkat kesipan pegawai dan kemampuan pegawai dalam menangani keluhan konsumen.

Pada dimensi *Assurance*, memuaskan sesuai kinerjanya seperti apa yang diharapkan konsumen adalah jaminan kenyamanan. Sedangkan yang kurang sesuai dengan kinerja dan harapan konsumen adalah jaminan keamanan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan Penelitian ini mendapatkan hasil luaran HKI yang terdaftar di www.dgip.go.id. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh *mise en place* terhadap mutu pelayanan *Restaurant* di pulau lombok sangatlah berpengaruh yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan jasa karyawan *waiter/waiteriss* dan tanggapan tamu terhadap penilaian kualitas pelayanan jasa pada *Restaurant* di Pulau Lombok.

Saran

Penelitian yang telah dilakukan ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh *Mice en Place* terhadap mutu pelayanan *Restaurant* di Pulau Lombok, sehingga saran untuk penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Kepada Provinsi NTB khususnya Dinas Pariwisata dan pemerintah yang terkait untuk memberikan pelatihan kepada waiter/s yang bekerja di *Restaurant* agar pelayanan yang diberikan kepada

ISSN No. 1978-3787 (Cetak)
ISSN 2615-3505 (Online)

wisatawan bermutu atau *excelent service.*

2. Untuk penelitian selanjutnya adalah melihat faktor-faktor yang lain yang berpengaruh terhadap mutu pelayanan *Restaurant* dan usaha-usaha yang mendukung wisata di Pulau Lombok dengan harapan dapat memberikan gambaran yang lebih *detail* mengenai pelayanan/ *service.*

DAFTAR PUSTAKA

[1] Masyhudi, L., & Khalik, W. (2018). PENENTUAN RUTE WISATA MINIMUM DI PULAU LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT DENGAN PENDEKATAN ALGORITMA DIJKSTRA. *Media Bina Ilmiah*, *12*(12), 689–698.

[2] Ninemeier, jack D & Hayes, David K. 2011. *Restaurant operation management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

[3] Wati, Dian E. 2012. *Peran Mice Dalam Mendukung Perkembangan Industri Pariwisata Di Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

[4] Gisslen, Wayne. 2011. Professional Cooking 6th Edition . New Jersey: John Wiley

[5] & Sons, Inc.

[6] Valentino Mote. 2016. *Mise En Place* Di Kitchen Jack Runner Roastery Bandung. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

[7] I Gede Nyoman Triastana Adi Putra. 2013. Strategi Pemasaran Produk MICE di Patra Jasa Bali Resort & Villas. Bali: STP Bali.

[8] Junaedi. 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Mice Untuk Mewujudkan Kota Surakarta Sebagai Kota Mice. *Hotelier Jurnal*. Vol.1 No. 3 Juni 2016.

[9] Prayudi, M Agus. 2011. Bisnis MICE Sebagai Potensi Unggulan Pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata.* Vol 2 No 2, September 2011.

[10] Kamus Besar Bahasa Indonesia 2012-2015. "Arti Kata Sekolah Tinggi", (Online), (Kamus

[11] Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online - arti kata sekolah, diakses 8 September 2015 pukul 1.58).

[12] Chaplin, J. P. 2009, Dictionary of Psychology, (Terjemah. Kartini Kartono) Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

[13] Hamalik, Oemar. 2011. Kurikulum dan Pembelajaran. Jakarta: Bumi Aksara.

[14] Kotler, Philip, 2009. Manajemen Pemasaran. (Ahli Bahasa : Hendra Teguh dan Ronny A Rusli). Edisi Millenium, PT. Prenhallinda, Jakarta.

[15] Zeithaml, V. Parasuraman and Berry L A. 2011. "Problems and Strategies in Services Marketing". Jurnal of Marketing Vol. 49.(Spring).

[16] Bai, Lient-T., and Chiao, Yu-Ching. 2011. An Integrated Model For The Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality and perceived Price fairness on Consumer Satisfaction and Loyality. *Journal of Consumer Satisfaction*, Dissatisfaction and Complaining Behavior. vol.14,p.125141.