



UPSELLING WAITER DALAM PELAYANAN KEPADA TAMU DI RESTORAN HOTEL INSIDE BY MELIA YOGYAKARTA

Anton Triyantoro¹, Suradi², Akh Fajar Rahman³

Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta

E-mail: anton.stipary@gmail.com¹, suradi.hadi22@gmail.com², fajarahman123@gmail.com³

Abstrak

Pelayanan menjadi salah satu indikator keberhasilan operasional restoran dalam industri perhotelan. Salah satu yang penting dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman di restoran adalah teknik *upselling*, yaitu kemampuan pramusaji (waiter) dalam menawarkan produk tambahan atau dengan nilai jual lebih tinggi kepada tamu secara persuasif namun tetap mengedepankan kenyamanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan strategi *upselling* yang diterapkan oleh waiter dalam pelayanan kepada tamu di Restoran Inside by Melia Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan waiter dan manajemen restoran, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waiter memainkan peran penting dalam keberhasilan strategi *upselling* melalui keterampilan komunikasi, pengetahuan produk, serta sikap proaktif dalam membaca kebutuhan tamu. Penerapan *upselling* secara efektif terbukti tidak hanya meningkatkan pendapatan restoran, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan yang lebih personal dan berkesan bagi tamu.

Kata kunci: upselling, waiter, pelayanan, restoran hotel, Inside by Melia Yogyakarta

Abstract

Service is one of the indicators of the operational success of a restaurant in the hospitality industry. One important thing that can be applied to increase food and beverage sales in restaurants is the upselling technique, namely the ability of waiters to offer additional products or with higher selling value to guests persuasively but still prioritizing comfort. This study aims to analyze the role and upselling strategies applied by waiters in serving guests at the Inside by Melia Yogyakarta Restaurant. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through direct observation, in-depth interviews with waiters and restaurant management, and documentation studies. The results of the study show that waiters play an important role in the success of upselling strategies through communication skills, product knowledge, and a proactive attitude in reading guest needs. The effective implementation of upselling has been proven to not only increase restaurant revenue but also provide a more personal and memorable service experience for guests.

Keywords: upselling, waiter, service, hotel restaurant, Inside by Melia Yogyakarta

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu pilihan yang sangat dinamis dan juga kompetitif, Pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan dan harapan tamu. Salah satu strategi pelayanan yang tidak hanya bertujuan meningkatkan pengalaman tamu tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan restoran adalah praktik *upselling*. *Upselling* adalah teknik penjualan di mana pelayan atau *waiter* menawarkan produk atau layanan tambahan yang bernilai lebih tinggi daripada pilihan awal tamu, dengan harapan tamu tertarik untuk membeli produk yang lebih mahal atau dalam jumlah lebih besar.

Dalam operasional di Hotel Inside by Melia Yogyakarta, peran *waiter* tidak hanya terbatas pada penyajian makanan dan minuman, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi, persuasi, dan pengetahuan produk yang memadai untuk melakukan *upselling* secara efektif. Dengan kata lain, *waiter* memiliki tanggung jawab ganda, yaitu memberikan pelayanan prima sekaligus berkontribusi dalam pencapaian target pendapatan restoran. Namun demikian, praktik *upselling* tidak selalu mudah untuk diterapkan secara konsisten. Beberapa faktor seperti pendekatan komunikasi, pemahaman terhadap kebutuhan tamu, serta pelatihan dan motivasi karyawan menjadi hal yang menentukan keberhasilan strategi ini. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pelaksanaan *upselling* dilakukan oleh *waiter* di Restoran Hotel Inside by Melia Yogyakarta, serta sejauh mana hal tersebut berdampak terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan tamu.

Upselling sangat penting dilakukan oleh *waiter* untuk meningkatkan penjualan baik makanan maupun minuman dalam interaksi mereka dengan tamu di Restoran Hotel Inside by Melia Yogyakarta, yang memengaruhi efektivitas *upselling* tersebut. Dengan memahami praktik *upselling* di lapangan, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang berguna bagi pengelola restoran dalam meningkatkan strategi pelayanan dan penjualan yang lebih maksimal.

Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “*Upselling* yang dilakukan oleh *waiter* dalam

pelayanan kepada tamu di Restoran Hotel Inside by Melia Yogyakarta”

Rumusan Masalah

Bagaimana *Upselling* yang dilakukan oleh *waiter* dalam pelayanan kepada tamu di restoran hotel Inside by Melia Yogyakarta

Tujuan Penelitian untuk mengetahui *Upselling* yang dilakukan oleh *Waiter* dalam pelayanan kepada tamu di restoran Hotel Inside by Melia Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Hotel Inside by Melia yang beralamatkan di Jl. Ringroad Utara, Maguwoharjo, Depok, Sleman Yogyakarta.

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April tahun 2025

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi yang akan diteliti menurut Supranto (2000) lebih dalam Supranto mengatakan obyek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara terarah. Adapun obyek penelitian dalam laporan penulisan ini adalah *upselling* yang dilakukan *waiter* di restoran Inside by Melia Hotel.

Subyek Penelitian

Menurut Creswell (2014), subyek penelitian adalah "individu atau kelompok yang berpartisipasi dalam penelitian dan memberikan data kepada peneliti". Sementara itu, menurut Sugiyono (2019), subyek penelitian adalah "sumber data yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang diteliti".

Pada penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah *Waiter* restoran Syndeo Hotel Inside by Melia.

Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian untuk penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. (Sukmadinata (2008: 58). Untuk memperoleh data dan informan yang akurat dan *representative* dibutuhkan Teknik pengumpulan data yang tepat, dimana peneliti bertindak sebagai *instrument* utama yang menyatu dengan sumber data dalam situasi yang ilmiah diperlukan agar data dan narasumber yang diperoleh akurat dan

merepresentasikan kebutuhan penelitian.

Observasi

Menurut Sugiyono (2019:226) menyatakan observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Data itu dikumpulkan bantuan berbagai alat, sehingga focus pada penelitian akan tergambar dengan jelas. Tahap observasi ini dilakukan guna untuk mengumpulkan bahan-bahan data yang dibutuhkan, observasi dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan pada fenomena yang terdapat pada objek pengamatan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu upselling yang dilakukan *waiter* di restoran hotel Inside by Melia Yogyakarta.

Wawancara Menurut Sugiyono (2019:231)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang wajib diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal berasal responden yang lebih mendalam. Wawancara yang peneliti lakukan dalam penelitian ini artinya dengan metode tanya jawab langsung kepada narasumber. Wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara menggunakan pola terstruktur yang dimana peneliti sebelumnya sudah mempersiapkan serta membuat pedoman instrumen wawancara guna dapat memperoleh informasi dengan lengkap sesuai kebutuhan penelitian ini. Dalam teknik ini peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan *waiter* restoran Inside by Melia Yogyakarta.

Study Pustaka

Menurut Sarwoyo (2006:26) yaitu mempelajari buku – buku referensi dan hasil penelitian sejenis sebelumnya yang pernah dilakukan orang lain. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari buku yang ada di perpustakaan maupun di luar, literatur dan artikel ilmiah lainnya yang berhubungan dengan obyek yang di teliti tentang *upselling* di restoran hotel Inside by Melia.

Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) metode dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi berupa

arsip, dokumen maupun gambar (foto) yang berhubungan dengan objek yang diteliti di restoran Inside by Melia Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Inside by Melia adalah salah satu hotel berbintang 4 yang di daerah istimewa Yogyakarta. Dan seperti pada umumnya hotel ini mempunyai fasilitas restoran yang di namai "Syndeo Restoran" yang berada di area lobby hotel. Restoran ini menjual masakan *western food* dan juga *indonesian food* dan juga dengan pelayanan waiter berjumlah 7 waiter terdiri dari 5 cowok dan 2 cewek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Restoran Inside by Melia Yogyakarta tentang upselling yang di lakukan oleh waiter didapatkan hasil sebagai berikut:

Menawarkan menu spesial.

Pada operasioanal di restoran Syndeo Inside by Melia, waiter selalu *upselling* kepada tamu pada saat taking order atau saat mencatat peasanan tamu. Waiter selalu menawarkan menu makanan spesial yang harganya paling mahal untuk meningkatkan pendapatan atau *revenue*. Menu yang paling mahal di Syndeo restoran adalah Tenderloin Steak dengan harga Rp 310,000/porsion atau Sirloin steak yang diharagi Rp 215,000/porsion, biasanya kalo tamunya dari manca negara tamu banyak yang mau untuk makan beef steak pada saat makan malam. Tetapi kalau tamunya lokal atau orang indonesia ada yang mau makan beef steak akan tetapi lebih banyak memilih menu yang lain, maka waiter akan menawarkan menu sop buntut dengan harga Rp 199,000/porsion karena harganya walaupun di bawahnya beef steak tetapi paling mahal dari pada menu yang lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu waiter, didapatkan bahwa ada tamu yang tidak mau menu yang ditawarkan waiter dikarenakan tamunya vegetarian, jadi waiter menyesuaikan kebutuhan tamu juga.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Waiter di Restoran Inside by Melia Yogyakarta telah melakukan upselling semua, dengan cara menawarkan menu spesial atau menu yang paling mahal dan minuman premium kepada tamu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upselling waiter dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan restoran. Selain itu upselling yang lakukan waiter memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan restoran.

Semakin sering waiter melakukan upselling, maka pendapatan restoran juga meningkat. Yang perlu di ingat pada saat upselling, waiter harus dilakukan dengan cara yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan tamu dan tidak bisa memaksa keinginan tamu ataupun tamu menolak tawaran waiter karena tamu suka makanan vegetarian.

Menawarkan Minuman

Waiter di restoran Inside by Melia selain menawarkan makanan juga selalu menawarkan minuman kepada tamu minuman yang spesial atau minuman yang mahal harganya. Apabila tamunya memesan stek pasti waiter akan menawarkan minuman red wine kepada tamu yang memesan beef steak kecuali tamunya tidak mau minuman yang beralkohol maka waiter akan menawarkan minuman Mocktail (minuman campuran yang tidak beralkohol) atau minuman promo yang harganya lebih mahal untuk mengiringi makanan yang dinikmati oleh tamu. Waiter di restoran Inside by Melia selalu menawarkan lagi kepada tamu sebelum habis minumannya.

Hasil pembahasan bahwa Waiter di Restoran Syndeo hotel Inside by Melia Yogyakarta semua waiter telah melakukan upselling semua kepada tamu tentang minuman dengan harga yang mahal sesuai kebutuhan tamu dan sesuai makannya juga kecuali waiter yang sedang melaksanakan on the job training dari perguruan ting ataupun dari LPK atau sekolah yang lain karena belum terbiasa dan belum berpengalaman.

Menawarkan Layanan Tambahan

Waiter di restoran Syndeo hotel Inside by Melia diwajibkan selalu mengawasi dan memperhatikan tamu yang sedang menikmati hidangan makanya, dan membantu memenuhi kebutuhan apa yang di inginkan. Waiter juga memperhatikan apabila makanya sudah selesai membersihkan area meja dan diwajibkan menawarkan lagi makanan untuk desert setelah makanan main course nya selesai atau menawarkan kopi maupun teh untuk hidangan penutupnya dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan Tamu juga.

Pembahasan dari uraian layanan tambahan ini, semua waiter sudah melaksanakan layanan tambahan dengan menawarkan desert dan kopi atau teh untuk hidangan penutup.

Menggunakan Bahasa Persuasif

Pada waktu melakukan upselling kepada tamu waiter dipernankan menggunakan

bahasa persuasif atau bahasa yang berisi ajakan, bujukan, rayuan, atau imbauan upaya tamu memilih atau memesan sesuai yang di inginkan waiter. Walaupun harganya lebih mahal tetapi makanan ataupun minuman yang ditawarkan lebih enak dan berkualitas dari pada yang lainya. Disamping itu waiter di restoran Syndeo juga bersikap sopan dan berpemanpilan yang menarik sesuai dengan standar hotel Inside by Melia.

Pembahasan yang di peroleh pada saat observasi secara langsung waiter di restoran Syndeo hotel Inside by Melia sudah melaksanakan upselling dengan baik tetapi masih ada waiter yang sedang *on the job training* yang kurang penguasaan bahasa inggrisnya ketika menghadapi tamu asing, sehingga apabila ada tamu asing waiter senior atau staf waiternya yang akan handle tamu tersebut.

Salah satu hal yang penting di restoran Inside by Melia Yogyakarta, Upselling merupakan salah satu hal yang penting untuk dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan pendapatan restoran melalui upselling waiter. Restoran dapat melakukan mengulang pelatihan lagi supaya tidak lupa pada saat taking order kepada tamu untuk waiter tentang cara melakukan upselling yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan tamu, serta memantau dan mengevaluasi kinerja waiter dalam melakukan upselling.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan pada saat waiter melakukan upselling terdapat 4 hal yang dilakukan yaitu : Menawarkan menu spesial, Menawarkan minuman premium, Menawarkan layanan tambahan, Dan Menggunakan bahasa persuasif. Dengan menggunakan cara itu waiter bisa meningkatkan pendapatan restoran. Namun, perlu diingat bahwa upselling waiter harus dilakukan dengan cara yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan tamu. Waiter perlu memiliki pengetahuan yang baik tentang menu makanan maupun minuman dan layanan yang ditawarkan. Dari ke 4 hal tersebut diatas waiter sudah melaksanakan upselling sesuai dengan aturan akan tetapi waiter yang sedang magang atau *on the job training* terkadang lupa tidak menawarkan desert atau kopi teh untuk hidangan penutup dan dari waiter yang sedang *on the job training* ada yang

masih kurang bahasa inggrisnya pada saat komunikasi upselling dengan tamu asing. solusinya untuk upselling akan di lakukan oleh waiter senior atau staf hotel.

Saran

Restoran Inside by Melia Yogyakarta dapat melakukan pelatihan yang berulang untuk waiter tentang cara melakukan upselling yang efektif sesuai dengan kebutuhan tamu dan pelatihan bahasa ingris secara berkala karena adanya pergantian waiter yang baru atau ada pergantian waiter yang melaksanakan on the job training.

Restoran manager atau supervisor dapat memantau mengawasi secara langsung untuk melakukan pengawasan dan mengevaluasi kinerja waiter dalam melakukan upselling untuk memastikan bahwa upselling dilakukan dengan cara yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Hal ini dilakukan supaya semua waiter tetap konsisten menjalankan tugasnya untuk meningkatkan pendapatan restoran serta mengupayakan pelatihan-pelatihan termasuk Bahasa asing.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, M.W. (2005), *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta: Andi.
- Bagyono,(2005), *Pengetahuan dasar Pariwisata & Perhotelan*, Bandung: Alfabeta
- Chair, I. M., & Pramudia, H. (2020). *Manajemen Hotel: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Endar Sri. (1996). *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kandampully, J., & Solnet, D. (2015). *Service Management in Hospitality, Tourism, and Leisure: An International Perspective*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rumekso, H. (2020). *Pelayanan Hotel: Strategi Meningkatkan Kepuasan Tamu*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). *The effect of upselling on customer satisfaction in the hospitality industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(2), 147-165.
- Soekresno, (2000), *Management Food and Service Hotel*, Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sujatno Bambang,(2007), *Hotel Courtesy*, Yogyakarta :ANDI.

Suki, N. M. (2014). *The effect of upselling on customer satisfaction in the restaurant industry*. *Journal of Foodservice Management*, 27(1), 53-64.

Suyono, Joko, (2004), *Food Service Management*, Bandung: Enhaii Press.

UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan