

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Sheraton Surabaya Hotel & Towers merupakan salah satu hotel berbintang 5 di kota Surabaya. Banyaknya hotel yang berdiri dan tersebar di kota Surabaya menjadikan persaingan antar hotel yang cukup ketat pula, seluruh marketing hotel berlomba-lomba untuk memenangkan hati para calon konsumen dengan gencar melakukan promosi dan pengenalan produk, tidak terkecuali produk dari *F&B departement*. Oleh karena itu selain strategi penjualan yang bagus, diperlukan pula produk-produk hotel yang baik dan berkualitas sehingga dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya, tak terkecuali produk dari *F&B departement*. seorang *chef* yang kreatif dan inovatif sangatlah diperlukan untuk menciptakan menu-menu yang tidak hanya lezat tapi juga menarik dengan tetap memperhatikan *hygine dan sanitasi*, serta mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat mendongkrak pemasukan dari sebuah hotel melalui produk-produk makanan dan minuman yang telah diciptakan dari seorang *chef* tersebut.

Chef sebagai kepala dapur bertugas untuk menyiapkan makanan dan minuman dengan standar yang tinggi. Peran *chef* yang sangat penting bagi kelangsungan operasional dapur menjadikan keberadaan *chef* sangatlah diperlukan, karena selain mengatur segala sesuatu yang ada di dapur, seorang *chef* juga memiliki peran sebagai layaknya *supervise* yang mengawasi, membimbing dan memotivasi seluruh kru yang ada pada dapur tersebut. Dalam kegiatan operasional sehari-hari, seorang *chef* akan selalu mengkoordinasikan dan

mengawasi apa yang dikerjakan oleh bawahannya dan memastikan semuanya berjalan tanpa adanya kendala yang berarti, sehingga apabila keberadaan seorang *chef* sampai kosong maka akan terasa begitu berat bagi bawahan.

Perkembangan zaman menjadikan dunia kuliner semakin dinamis, sehingga mengharuskan adanya kreasi dan inovasi produk agar mampu bersaing. Selain itu kemampuan untuk membaca keadaan sangatlah diperlukan sehingga dapat memaksimalkan peluang yang ada. Sheraton Surabaya Hotel & Towers selalu melakukan kreasi dan inovasi terhadap produk mereka secara periodik. Hal tersebut dimaksudkan agar selalu *up to date* dalam berkreasi dan berinovasi sehingga dapat menarik minat konsumen untuk datang.

4.2 Saran

1. Sheraton Surabaya Hotel & Towers sudah memiliki struktur organisasi *kitchen departement* yang kompleks, hanya saja masih ada beberapa kekosongan posisi yang dimana posisi tersebut adalah posisi yang cukup penting dan berpengaruh pada operasional hotel, yaitu posisi *pastry chef* yang seharusnya posisi penting seperti ini tidak boleh sampai kosong, maka sebaiknya pihak manajemen melakukan pertimbangan untuk segera mengisi kekosongan tersebut sehingga tiap komponen dapat bekerja dengan maksimal dan memberikan hasil yang terbaik.
2. Selalu memberikan *briefing* setiap akan mengawali operasional kegiatan, agar tidak terjadi mis komunikasi antar staff maupun antar *outlet/section*.

3. Mengadakan *meeting* internal *kitchen departement* secara periodik agar menjadi ajang *sharing* dan *caring*, sehingga dapat diketahui permasalahan-permasalahan apa yang sedang terjadi dan mencari jalan keluar terbaik.
4. Sheraton surabaya Hotel & Towers perlu untuk selalu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan pemberian pelatihan dan motivasi kepada setiap staff, dengan maksud agar para staff lebih siap secara materi maupun mental dalam menghadapi dinamika pekerjaan.
5. Melakukan kreasi dan inovasi terhadap produk, hal ini bertujuan untuk menarik konsumen dengan produk-produk baru hasil kreasi dan inovasi tersebut. Namun terdapat beberapa kondisi dimana tamu lebih menyukai produk-produk lama atau klasik, maka para staff harus lebih jeli akan hal tersebut sehingga dapat memaksimalkan peluang yang ada.
6. Selalu berkoordinasi dengan antar staff, sehingga dapat memperkecil resiko yang ada ketika dalam kondisi kosongnya posisi seorang chef sebagai kepala dapur.