

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CAPUNG CAFÉ DAN RESTO DI BANJARMASIN

Vena Khairunisa¹, Farida Yulianti², Mohammad Zainul³

¹Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, Banjarmasin,
NPM 16310094

²Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, Banjarmasin, NIK
1121076901

³Prodi Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, Banjarmasin, NIK
1105076601

Nama : Vena Khairunisa

Email : venakhairunisa@gmail.com

ABSTRAK

Vena Khairunisa, 2020, Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Capung Cafe dan Resto Banjarmasin, Pembimbing I : Hj. Farida Yulianti, SE,MM, Pembimbing II : Dr. Mohammad Zainul, SE, MM

Tujuan Penulisan ini adalah untuk mengetahui : (1) tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Capung Café dan Resto Banjarmasin. Sedangkan kegunaannya adalah sebagai bahan masukan kepada Owner dalam mengambil kebijakan terutama dalam rangka pelayanan kepada para pelanggan. (2) Kendala apa saja yang dihadapi Capung Cafe dan Resto Banjarmasin.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah meliputi penelitian lapangan yaitu pengumpulan data atau bahan informasi yang ada dilapangan secara langsung dengan Wawancara, Observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini juga menggunakan Riset Perpustakaan (Library Research). Hasil Penelitian menunjukkan hasil jawaban wawancara mendalam yang telah dikemukakan Secara umum bahwa pelayanan yang diberikan Capung Café dan Resto Banjarmasin kepada para pelanggan dapat memberikan kepuasan hal ini didukung oleh jawaban informan setelah dilakukan nya wawancara mendalam dimana informan memberikan informasi jawaban yang sangat baik. Dari 5 informan yang diteliti telah memberikan 5 jawaban pertanyaan sesuai dengan menggunakan indikator kepuasan pelanggan dari Kennedy dan Young dalam Supranto (2006:107).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Vena Khairunisa, 2020, Analysis of Service Quality in Increasing Customer Satisfaction Dragonfly Cafe and Resto Banjarmasin, Advisor I: Hj. Farida Yulianti, SE, MM, Supervisor II: Dr. Mohammad Zainul, SE, MM

The purpose of this writing is to find out: (1) the level of customer satisfaction with the service quality of Dragonfly Café and Resto Banjarmasin. While its usefulness is as input for the Owner in making policies, especially in the context of service to customers. (2) What obstacles are faced by Capung Cafe and Resto Banjarmasin.

Data collection methods in this study include field research that is collecting data or information material available in the field directly with interviews, observations and documentation. In this study also uses Library Research (Library Research). The results of the study show the results of in-depth interviews that have been stated. In general, the services provided by the Dragonfly Café and Resto Banjarmasin to customers can provide satisfaction, this is supported by the answers of the informants after conducting in-depth interviews where the informants provide very good answer information. From 5 informants studied, they have given 5 questions in accordance with using indicators of customer satisfaction from Kennedy and Young in Supranto (2006: 107).

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dari produk hingga jasa suatu perusahaan terus berlomba untuk menjadi yang terbaik, hal ini tentunya tidak lepas dari peran keterampilan seorang pimpinan dalam mengelola satu perusahaan agar tetap memiliki kelangsungan hidup usaha yang panjang. Pada dasarnya perusahaan melakukan suatu kegiatan usaha adalah untuk memperoleh laba yang paling optimal hasil dari kegiatan yang dilakukan disamping tujuan-tujuan lain nya seperti kontinuitas atau kelanjutan hidup dari perusahaan. Setiap perusahaan harus mampu beradaptasi dan berani melakukan inovasi untuk menarik minat masyarakat, pangsa pasar atau konsumen pun sudah berubah didominasi oleh segmen pasar yang baru yaitu kaum muda atau generasi millennial.

Semakin tinggi pohon yang tumbuh, maka semakin tinggi pula angin yang menerpa. Pada kenyataan nya peluang setiap perusahaan tentu saja tidak mudah didapat karena banyaknya persaingan sehingga sangat perlu untuk melakukan pembenahan dan penelitian secermat mungkin agar peluang usaha yang dijalankan oleh perusahaan dapat diciptakan dan dicapai. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut maka diperlukan adanya strategi bagi para perusahaan dalam rangka mendapatkan konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang sudah ada sehingga usaha dapat berjalan terus menerus pada tujuan yang ingin dicapai.

Capung café n Resto merupakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner tidak hanya menawarkan produk tetapi juga menawarkan jasa. Dalam menghadapi persaingan industri saat ini capung café juga senantiasa berusaha meningkatkan kinerja usahanya agar memperoleh laba yang maksimal serta menjaga agar usaha capung café ini mampu menghadapi persaingan dengan bisnis lain yang sejenis. Disamping faktor diatas tersebut dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenisnya, salah satu strategi yang diterapkan oleh capung café adalah dengan meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan. Strategi ini merupakan salah satu tujuan utama untuk meraih pangsa pasar yang besar, agar usaha tersebut dapat mengalami perkembangan dan peningkatan penerapan cara dan strategi tersebut bisa mendapat perhatian.

Dari hasil pengamatan bahwa, salah satu produk dan jasa yang juga turut merasakan ketatnya persaingan bisnis saat ini adalah Capung Café n Resto yang beralamatkan di jalan S.Parman No. 17 Banjarmasin. Eksistensi café di Kalimantan Selatan khususnya Kota Banjarmasin telah menjadi pemandangan sehari-hari di kalangan mahasiswa. Dengan pesatnya pertumbuhan generasi café saat

ini, jelas tingkat persaingan antar usaha tersebut akan semakin ketat, oleh karena itu agar pendapatan yang diperolehnya tidak mengalami penurunan, pihak manajemen menetapkan kebijakan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan. Strategi yang diterapkan oleh Capung Café n Resto mencakup beberapa faktor antara lain, keramahan, kebersihan lingkungan, harga, kepastian waktu proses service serta kualitas makanan dan minuman yang mereka buat. Berdasarkan hasil survey peneliti capung café memiliki ragam menu yang bervariasi, bukan hanya menjual makanan dan minuman saja capung café juga menyediakan meeting room dengan tema vintage yang bisa dipesan. Juga tempat santai outdoor dan indoor yang mengusung tema musik semakin membuat capung café lebih berkelas dalam menghadapi saingan industri yang sama di Banjarmasin

Adisaputro (2010:187) menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan getok-tular (*word of mouth*), dan dari informasi iklan yang diperoleh. Pada dasarnya konsumen mencoba untuk membandingkan antara “pelayanan yang dipersiapkan” atau “*the perceived service*” (pelayanan yang diperoleh juga disebut *the out come*) dengan pelayanan yang diharapkan (*the expected service*) bilamana pelayanan yang dipersepsikan atau yang diperoleh berada dibawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen menjadi kecewa. Bilamana pelayanan yang dipersepsikan sama atau bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan konsumen cenderung untuk menjadi puas dan ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama diwaktu yang akan datang. Tidak saja mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan tapi juga akan memberikan kejutan sehingga pelanggan menjadi sangat puas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif yang disajikan secara Deskripif dengan jenis penelitian studi kasus melalui observasi dan wawancara mendalam. Melalui teknik wawancara mendalam terhadap 5 (lima) pelanggan Capung Café dan Resto Banjarmasin sebagai informan utama. Diketahui wawancara mendalam terhadap responden utama adalah untuk mendapatkan data primer, untuk wawancara mendalam instrumen peneliti berupa daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara.

Agar dapat diketahui kriteria responden sebagai pedoman wawancara yang telah ditetapkan sebanyak 5 orang maka responden diberikan sejumlah daftar pertanyaan yang akan dijawab sesuai dengan pendapat responden. Dari hasil jawaban responden tersebut selanjutnya direkap agar memudahkan sebagai bahan analisa.

Sebagai seorang pengusaha yang memiliki restoran, tentu sangat penting untuk membuat pelanggan yang menikmati makanan di restoran merasa senang. Karena ini merupakan salah satu kunci agar kita bisa mempertahankan pelanggan yang menikmati makanan anda dengan perasaan senang dan bahagia, biasanya cita rasa makanan yang akan disantap oleh pelanggan mempengaruhi mood dan juga situasi dari pelanggan. Dalam hal ini bisa dikatakan jika pelanggan anda merasa kecewa dan kesal karena pelayanan pramusaji anda yang sangat lama di restoran anda, maka tentu saja hal ini juga bisa mempengaruhi rasa makanan yang akan anda sajikan, sehingga nantinya dengan perasaan kesal tersebut yang dirasakan oleh pelanggan anda. Makanan yang enak sekalipun bisa menjadi makanan yang tidak enak dimulut pelanggan anda karena ia sudah merasa kesal terlebih dahulu, belum lagi jika pelanggan anda sangatlah lapar dan ingin segera makan, namun karena pelayanan restoran yang anda berikan sangat lama, maka bisa jadi pelanggan akan marah dan juga pergi meninggalkan restoran. Hal ini tentunya akan berimbas pada nama baik usaha yang kita jalankan.

Melihat kondisi dan membandingkan teori yang ada, peneliti akan menggunakan indikator kepuasan pelanggan dari Kenedy dan Young dalam Supranto (2006:107) yaitu :

1. Keberadaan Pelayanan (*availability of service*)
2. Ketanggapan Pelayanan (*responsiveness of service*)

3. Ketepatan Pelayanan (*timeliness of service*)
4. Profesionalisme Pelayanan (*professionalism of service*)

kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan konsumen/pelanggan merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen merasa gembira.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Capung Café dan Resto Banjarmasin dengan mengarah kepada teori dari Kenedy dan Young dalam Supranto (2006:107) yaitu :

1. Keberadaan Pelayanan (*availability of service*)

Dalam melaksanakan tugasnya kinerja karyawan Capung Café dan Resto Banjarmasin dalam melayani pelanggan sudah baik karena pramusaji dapat menghargai pelanggan dalam memilih makanan dan minuman serta mampu melayani konsumen dengan baik.

2. Ketanggapan Pelayanan (*responsiveness of service*)

Kesigapan pramusaji merupakan sikap siap membantu dan cepat tanggap pramusaji apabila pelanggan meminta bantuan mengenai pelayanan pada Capung Café. Indikator dari kesigapan pramusaji Capung Café adalah bagaimana ketika pramusaji diminta untuk menunggu beberapa saat ketika pelanggan memilih menu, dalam hal ini apabila pelanggan terlihat kurang mengerti terhadap menu yang ada maka penjelasan terhadap menu yang ditawarkan dapat mempercepat proses pemesanan. Pada hasil penelitian di lapangan konsumen merasa puas dengan kinerja karyawan untuk bersedia memberikan penjelasan kepada pelanggan.

3. Ketepatan Pelayanan (*timeliness of service*)

Kecepatan pramusaji dalam menyajikan makanan dan minuman merupakan atribut untuk mengukur waktu yang dibutuhkan pramusaji untuk menghadirkan menu makanan dan minuman. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Capung Café dan Resto mendapatkan hasil kurang memuaskan. Hasil ini juga didukung oleh jawaban informan setelah dilakukan wawancara dimana mereka diminta menunggu lebih lama dari waktu yang ditentukan, dari hasil peneliti kelapangan hal ini disebabkan karena bahan makanan dan minuman yang harus benar-benar fresh jadi ketika permintaan dibuat maka bahan akan baru dikeluarkan dari tempat penyimpanan.

4. Profesionalisme Pelayanan (*professionalism of service*)

Melayani pelanggan adalah bagaimana pramusaji dapat membuat pelanggan merasa senang, dihormati, dan dihargai tanpa melihat pelanggan dari kalangan manapun, dari usia muda hingga tua, laki-laki atau perempuan. Pada penelitian ini keramahan pramusaji dalam melayani pelanggan dapat dilihat dari kesopanan pramusaji, sikap ramah, senyum dan sapa serta tutur kata yang baik.

Pramusaji yang ada pada Capung Café dan Resto ini sudah melayani pelanggan secara ramah, sopan dan santun sesuai SOP yang telah ditentukan . kinerja tersebut sudah sesuai harapan pelanggan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan selama ini, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum bahwa pelayanan yang diberikan Capung Café dan Resto Banjarmasin kepada para pelanggan dapat memberikan kepuasan hal ini didukung oleh jawaban informan setelah dilakukan nya wawancara mendalam dimana informan memberikan informasi jawaban yang sangat baik.
2. Dari 5 informan yang diteliti telah memberikan 5 jawaban pertanyaan sesuai dengan menggunakan indikator kepuasan pelanggan dari Kennedy dan Young dalam Supranto (2006:107) yaitu :
 - 1) Keberadaan Pelayanan (*availability of service*)
 - 2) Ketanggapan Pelayanan (*responsiveness of service*)
 - 3) Ketepatan Pelayanan (*timeliness of service*)
 - 4) Profesionalisme Pelayanan (*professionalism of service*)
3. Dari lima indikator pelayanan yang diberikan oleh Capung Café dan Resto Banjarmasin yaitu Keramahan dan Kesopanan Dalam Pelayanan, Kecepatan Pelayanan, Tarif Harga, Kenyamanan Fasilitas, Keamanan Tempat. Khususnya satu diantaranya yaitu indikator Kecepatan Pelayanan yang masih belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini didukung oleh jawaban dari 4 informan setelah dilakukannya wawancara mendalam.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh diatas, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Berdasarkan kondisi yang ada tersebut, penulis mengajukan beberapa saran yang berharap dapat bermanfaat guna perbaikan pada masa yang akan datang, sebagai berikut :

1. Mengingat bahwa kecepatan pelayanan Capung Café dan Resto Banjarmasin belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hendaknya pihak pelaku usaha menambah kan lagi beberapa menu yang mudah dan cepat dalam proses pembuatannya.
2. Secara umum memang pelayanan yang diberikan pihak Capung Café dan Resto sudah dapat memuaskan pelanggan. Oleh karena itu disarankan kepada pihak pelaku usaha agar dapat meningkatkan pelayanan yang sudah ada sehingga pelanggan akan terus meningkat.

REFERENSI

Alex S. Nitisimo, 2003, *Marketing*, Ghalia Indoneisa, Jakarta

Basu Swastha, DH dan Irawan,2000,*Manajemen Pemasaran Modern*, penerbit Liberty, Yogyakarta

Irawan, Farid, wijaya dan Sudjoni, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran* , Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta

Kotler, P, K, L. Keller. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid I*
Jakarta; PT. Indeks

Moenir. H A.A. ,2001,*Manajemen Pemasaran umum*, Cetakan Pertama Buku I, Aksara,
Jakarta

Sudarsono, DRS, S.H. Msi, *Manajemen Koperasi Indonesia*, PT. Rineka Cipta,
Jakarta, 2000

Suprihanto, John, 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 1, Jakarta

Wiliam J. Stanton, 2004, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid 1, Penerbit
Erlangga, Jakarta.

Winardi, 2000, *Azas-Azas Marketing Bandung*