

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNK UPNORMAL BANJARBARU

Fitriya Ulfah¹, Farida Yulianti², Dwi Wahyu Artiningsih³

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan MAB

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen ? 2) bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan dimasa yang akan datang? dari segi kualitas dalam pelayanan yang diberikan oleh Warunk Upnormal kepada konsumennya.

Semakin pesatnya perkembangan zaman, tempat usaha kuliner saat ini semakin banyak dan menimbulkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, sehingga konsumen menjadi salah satu prioritas utama yang harus dipertahankan dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

Pentingnya kepuasan konsumen yang harus diutamakan oleh setiap pengusaha kuliner agar tempat tersebut dapat bertahan dalam persaingan juga dirasakan oleh setiap pengusaha salah satunya Warunk Upnormal dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menghasilkan kepuasan konsumen serta mendapatkan konsumen yang loyal.

Agar kepuasan konsumennya dapat terpenuhi maka dari segi kualitas pelayanannya juga harus diperhatikan, kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan disini mencakup lima dimensi yaitu : 1) bukti langsung (*tangibles*), 2) kehandalan (*reliability*), 3) daya tanggap (*responsiveness*), 4) jaminan (*assurance*), dan 5) empati (*emphaty*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) jumlah dari lima dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warunk Upnormal hanya mendapatkan 80,15% dari kepuasan konsumen. Itu artinya kualitas pelayanan yang diberikan masih perlu ditingkatkan lagi, agar bisa mendapatkan respon yang lebih baik dari para pelanggan atau konsumennya sedangkan, 2) sebagai saran maupun tambahan dari pelanggan atau konsumen demi kebaikan dimasa mendatang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Warunk

ABSTRACT

This study aims to find out: 1) how is the quality of service carried out in an effort to increase consumer satisfaction? 2) how is the quality of service carried out in the future? in terms of quality in the services provided by Warunk Upnormal to its consumers.

The increasingly rapid development of the times, where culinary businesses are currently more and more and cause increasingly competitive business competition, so that consumers become one of the top priorities that must be maintained by providing satisfaction to consumers.

The importance of consumer satisfaction that must be prioritized by every culinary entrepreneur so that the place can survive in competition is also felt by every entrepreneur, one of them is Warunk Upnormal in an effort to improve service quality in order to produce customer satisfaction and get loyal consumers.

*So that customer satisfaction can be met then in terms of service quality must also be considered, the quality of service that needs attention here includes five dimensions, namely: 1) direct evidence (*tangibles*), 2) reliability (*reliability*), 3) responsiveness (*responsiveness*), 4) guarantee (*assurance*), and 5) empathy (*emphaty*).*

The results of this study indicate that 1) the number of the five dimensions of service quality provided by Warunk Upnormal only gets 80.15% of customer satisfaction. That means the quality of services provided still needs to be improved again, in order to get a better response from customers or consumers while, 2) as a suggestion or additional from customers or consumers for the good of the future.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Warunk

PENDAHULUAN

Warung Upnormal menyajikan olahan mie, roti bakar, susu segar dan kopi. Warung Upnormal banyak sekali diminati oleh kalangan anak muda zaman sekarang karena tempatnya yang kekinian dan cara pelayanannya yang baik serta ditambah dengan fasilitas yang lengkap sesuai dengan kebutuhan anak zaman sekarang yang tidak boleh ketinggalan dari suatu tempat usaha yaitu salah satunya adalah free wifi.

Warung Upnormal banyak memiliki cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, dan salah satunya ada di Banjarbaru, yang berada di Jl. Panglima Batur No. 24, Loktabat Utara yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Nongkrong sambil makan kenyang adalah salah satu kebiasaan anak muda Indonesia yang salah satunya juga kebiasaan mereka yang berada di Kota Banjarbaru, nongkrong sambil makan kenyang dengan harga yang terjangkau namun dengan fasilitas yang nyaman menjadi pilihan yang tepat untuk anak muda zaman sekarang ini.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Pelaku dari usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut di karenakan kurangnya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu pengusaha kuliner tidak hanya di tuntutan untuk menyajikan varian menu makanan yang unik saja, tetapi juga menuangkan ide-ide kreatif dan inovatif ke dalam tempat kuliner mereka untuk menarik minat konsumen tersebut, dengan menciptakan image positif pada konsumen terhadap usaha mereka dan pada akhirnya berdampak pada terciptanya loyalitas konsumen tersebut.

Oleh karena itu Warunk Upnormal tidak hanya memberikan nuansa modern saja pada konsepnya tetapi juga menyediakan fasilitas yang menciptakan kenyamanan tempat untuk konsumen agar bebas bermain sambil menunggu atau menyantap hidangan yang di pesan.

Perkembangan usaha kuliner yang semakin banyak bermunculan dengan aneka pilihan menu dan variasi konsep yang di sajikan semakin bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup masyarakat telah berubah menjadi kian konsumtif sehingga akan menjadi ladang yang

berpotensi bagi para pengusaha di bidang kuliner termasuk di Kota Banjarbaru.

Kota Banjarbaru sekarang terkenal dengan banyaknya bisnis kuliner sehingga menciptakan persaingan yang ketat antar pengusaha kuliner. Persaingan yang terjadi di masa kini sesungguhnya bukan terletak pada produk yang di tawarkan saja, melainkan juga upaya untuk merebut dan mempertahankan konsumen. Keberhasilan mempertahankan konsumen ditentukan dari bagaimana perusahaan dapat memahami keinginan konsumen yang semakin kompleks.

Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan menghasilkan keuntungan bagi tempat makan khususnya di Warunk Upnormal Banjarbaru. Bagaimana tidak, apabila tempat makan tersebut sudah mendapat nilai positif dimata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin konsumen tersebut akan menjadi pelanggan tetap (*repeat buyer*) di tempat usaha tersebut. Maka dari itu sangat penting untuk pelaku usaha mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan yang terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat pula beberapa jenis kriteria pelayanan menurut pendapat Fandy Tjiptono, antara lain adalah sebagai berikut :

Berkenaan dengan hal diatas, hasil studi pendahuluan menunjukkan terdapat beberapa aspek layanan Warunk Upnormal yang ada di Kota Banjarbaru yang masih perlu di tingkatkan lagi seperti lahan parkir

kendaraan dan mobil, lahan parkir untuk kendaraan sudah sangat bagus namun area parkir untuk mobil yang terbatas atau masih kurang memadai. Hal ini tentu saja akan berdampak pada kepuasan para pelanggannya secara tidak langsung. Dan apabila ada rasa ketidakpuasan timbul maka akan timbul kecenderungan para pelanggan dengan mencari tempat yang lebih baik lagi. Oleh karena itu beberapa aspek tersebut perlu mendapat perhatian secara lebih lagi.

Sehubungan dengan uraian diatas maka untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Warunk Upnormal Banjarbaru, maka perlu adanya penelitian yang lebih mendalam lagi.

1. Metode Penelitian

Metode kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (verstehen). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Responden dari metode kualitatif berkembang terus

(snowball) secara bertujuan (purposive) sampai data yang dikumpulkan dianggap memuaskan.

1. Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan dari tabel data skor yang kita lihat diatas, maka dapat diketahui kepuasan konsumen atau responden terhadap pelayanan yang diberikan oleh Warunk Upnormal Banjarbaru. Sesuai dengan teknik analisis data yang penulis gunakan, maka untuk mengetahui kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen maka perlu dilakukan perbandingan antara kinerja pelayan / karyawan (kualitas pelayanan) yang dilambangkan dengan X dengan harapan konsumen (kepuasan konsumen) yang dilambangkan dengan Y. Maka hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut, dengan menggunakan rumus :

$$Tki = \frac{\sum xi}{\sum yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kepuasan

Xi = Skor Penilaian Kinerja Pelayanan

Yi = Skor Penilaian Harapan

Konsumen

Tabel 1
PERHITUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNK UPNORMAL BANJARBARU

No.	Aspek Pelayanan	Kualitas Pelayanan X	Skor Kepuasan Konsumen Y	%
1.	Bukti Langsung	2.854	3.618	78,88
2.	Kehandalan	1.066	1.334	79,91
3.	Daya Tanggap	1.419	1.794	79,09
4.	Jaminan	1.818	2.193	82,90
5.	Empati	1.080	1.337	80,77
Jumlah		8.237	10.276	80,15

Dapat dilihat dari hasil perhitungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada tabel 11 diatas menunjukkan bahwa respon yang diberikan pelanggan atau konsumen pada Warunk Upnormal dari 50 responden yang telah mengisi kuesioner yang telah diberikan yaitu sebesar 80,15% hasil ini bisa dibilang cukup memuaskan.

Berikut perhitungan rata-rata % yang diperoleh oleh Warunk Upnormal Banjarbaru pada 23 butir pernyataan yang telah diberi skor dari hasil kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
PERHITUNGAN RATA-RATA % SKOR PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN DAN SKOR KEPUASAN RESPONDEN PADA WARUNK UPNORMAL BANJARBARU

No	Aspek Pelayanan Bukti Langsung	Hasil Kepuasan %		Jumlah %
		X	Y	
1.	Tempat parkir yang aman dan luas	7,38	8,62	85,61
2.	Kebersihan dan kerapian dari pakaian yang digunakan oleh pelayan (karyawan)	7,08	8,92	79,37
3.	Fasilitas pelengkap yang disediakan (game atau permainan, AC, dan lain-lain)	6,8	9,2	73,91
4.	Kerapian dan kebersihan dari tempat makan	6,95	9,04	76,88
5.	Kenyamanan dari tempat duduk yang di sediakan	7,1	10,34	68,66
6.	Penataan desain interior dan eksterior ruangan	6,98	9,02	77,38
7.	Daftar menu makanan yang mudah untuk di baca konsumen	7,46	8,54	87,35
8.	Menu makanan yang menarik	7,36	8,68	84,79
	Aspek Pelayanan Kehandalan			
9.	Pelayan (karyawan) mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai pesanan	7,1	8,9	79,77
10.	Kecepatan, ketepatan, dan pelayanan yang ramah	7,14	8,86	80,58
11.	Pelayan (karyawan) secara tepat melakukan koreksi bila ada suatu kesalahan	7,08	8,92	79,37
	Aspek Pelayanan Daya Tanggap			
12.	Pelayan (karyawan) memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen	7,02	9,14	76,80
13.	Kemampuan pelayanan (karyawan) yang cepat dan tanggap dalam menghadapi keluhan dari konsumen	7,24	8,9	81,34
14.	Pelayan (karyawan) mampu memberikan layanan yang ekstra untuk memenuhi keinginan konsumen	7,04	8,92	78,92
15.	Pelayan (karyawan) memberikan layanan yang cepat	7,08	8,92	79,37
	Aspek Pelayana Jaminan			
16.	Di Warunk Upnormal ini mampu membuat konsumen merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan pelayanan dengan baik	7,12	8,86	80,36
17.	Pelayan (karyawan) mampu dan mau memberikan informasi tentang menu makanan atau menu yang sedang banyak di sukai	7,2	8,8	81,81
18.	Perilaku sopan yang diberikan pelayan (karyawan)	7,42	8,82	84,12
19.	Karyawan memiliki kemampuan serta keterampilan yang baik dalam bekerja	7,32	8,68	84,33
20.	Mampu menjelaskan dari menu-menu yang tersedia sehingga membuat konsumen yakin dengan pilihan menu yang ditawarkan	7,3	8,7	83,90
	Aspek Pelayanan Empati			
21.	Warunk Upnormal ini mempunyai pelayanan yang mampu memberikan kebutuhan dan keinginan konsumen	7,18	8,78	81,77
22.	Warunk Upnormal ini mampu membuat konsumen merasa nyaman	7,38	9,02	81,81
23.	Pelayan (karyawan) memiliki kesungguhan dalam merespon keinginan konsumen	7,04	8,94	78,74

Sumber : Data Primer, 2019

PENUTUP

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan pada bab IV (4) diatas, maka dapat di simpulkan bahwa pada semua aspek kualitas pelayanan hanya mendapatkan 80,15% dari kepuasan konsumen, dengan aspek sebagai berikut :

1. Bukti langsung sebesar 78,88%
2. Keandalan sebesar 79,91%
3. Daya tanggap sebesar 79,09%
4. Jaminan sebesar 82,90%
5. dan Empati sebesar 80,77%

Jadi diatas itu adalah hasil yang telah dicapai oleh Warunk Upnormal Banjarbaru saat ini menurut hasil yang penulis peroleh dari keseluruhan kuesioner yang telah diisi oleh para konsumen itu sendiri. Kualitas pelayanan yang diberikan perlu di tingkatkan lagi, terutama dalam segi aspek daya tanggap (*responsiveness*) yang mana salah satunya ada pada pernyataan no. 12 yang tertera dikuesioner tentang karyawan yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen masih perlu mendapat perhatian lebih agar pelayan / karyawan bisa lebih aktif lagi dalam memberikan informasi yang diperlukan konsumen.

Serta pada bagian pernyataan no.5 yang tertera dikuesioner yang perlu mendapatkan penanganan secara lebih lagi menurut dari skor yang didapatkan yaitu dari segi kenyamanan dari tempat duduk yang disediakan yang mendapatkan 68,66% yang mana adalah penilaian konsumen yang paling rendah dari semua aspek kepuasan konsumen.

Sedangkan dari segi aspek pernyataan lainnya mendapatkan penilaian cukup memuaskan dari konsumen. Namun masih perlu ditingkatkan lagi terutama kinerja dari karyawan Warunk Upnormal yang

mana pelayan / karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon keinginan konsumen agar dapat tercapainya kualitas pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Philip Kotler. 2004. Manajemen Pemasaran. Alih bahasa Jaka Wasana, Erlangga, Jakarta.

Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian/Andi Prastowo-Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016

Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Rineka Cipta, Jakarta.

Toni Wijaya.(2011). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta. PT. INdeks.

Yamit, Zulian. 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Zulian Yamit.(2010). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet. 5. Yogyakarta: Ekonisia.

Manajemen Pemasaran/Thamrin Abdullah, Francis Tantri-----Ed. 1—Cet.2.— Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

<https://www.zonareferensi.com/penger-tian-analisis-menurut-para-ahli-dan-secara-umum/>