

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan kualitas layanan pada OneZo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil analisis sebagai berikut:

1. Kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh OneZo terkait kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan cukup baik karena prosedur dan kebijakan utama sudah ada dan berasal dari OneZo pusat. Diketahui bahwa karyawan selama proses training diperkenalkan kebijakan dan prosedur yang harus dihafalkan dan dipelajari. Karyawan juga melakukan tes tertulis untuk memastikan bahwa karyawan sudah hafal dan paham betul mengenai kebijakan dan prosedur memasak serta cara melayani pelanggan yang baik dan benar. Dalam aktivitas operasional terkait kualitas produk dan kualitas layanan, hampir semua karyawan sudah mengikuti prosedur dan kebijakan yang berlaku di OneZo pusat namun beberapa prosedur dan kebijakan tambahan dari *store manager* yang tidak tertulis, terkadang tidak dilakukan semaksimal mungkin oleh karyawannya seperti pemakaian *face shield* dan sarung tangan. OneZo juga tidak memiliki prosedur dan kebijakan secara khusus terkait cara mengatasi keluhan pelanggan akibat minuman yang terlalu manis karena kadar kemanisan bagi setiap orang berbeda, seperti contoh seorang pelanggan dapat menyatakan bahwa tingkat kemanisan 50% sudah sangat manis dan seorang pelanggan lainnya menyatakan bahwa tingkat kemanisan 50% kurang berasa manis di lidahnya. Pihak OneZo pula belum pernah menyebarkan kuesioner kepada pelanggannya untuk memastikan bahwa layanan dan produknya sudah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga OneZo tidak mengetahui sejauh mana pelanggan sudah puas atau kecewa terhadap produk dan layanan yang diberikan. Akibat *pandemic* Covid 19 ini, jumlah karyawan yang bekerja dikurangi karena

penjualan yang menurun. Hal ini membuat karyawan yang bekerja dalam satu *shift* terkadang hanya terdiri satu sampai dua orang saja sehingga saat karyawan yang sedang fokus memasak di dapur, mungkin saja tidak mengetahui bahwa ada pelanggan yang sudah menunggu di depan kasir. Terkait *pandemic* Covid 19 ini, pihak OneZo membuat kebijakan dan prosedur tambahan terkait protokol kesehatan dengan karyawan diwajibkan menggunakan *face shield*, masker, dan sarung tangan saat berada di dalam *store* namun karyawan tidak konsisten dalam melakukan protokol kesehatan tersebut.

2. Penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh OneZo dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden. Hasil dari kuesioner tersebut diketahui bahwa rata-rata total skor akhir untuk dimensi *food quality* sebesar 84,6% sedangkan rata-rata total skor akhir untuk dimensi kualitas layanan sebesar 89,1%. Namun bila dilihat per indikator dimensinya masih terdapat beberapa indikator dari dimensi yang masih dibawah rata-rata total skor akhir. Bila dilihat dari kepuasan pelanggan diketahui bahwa pelanggan yang puas layanan dan produk OneZo sebesar 88,2% dan dianggap sudah baik bila dilihat secara keseluruhan. Terdapat beberapa pelanggan juga yang masih memberikan keluhan pada kolom kritik dan saran yang disediakan di kuesioner. Berdasarkan dari kelemahan yang ditemukan dikembangkan di tahap temuan dan rekomendasi. Untuk kualitas produk, karyawan memasak dan membuat pesanan sesuai dengan SOP yang berlaku, hanya saja masih terdapat keluhan dari pelanggan terkait tekstur *bubble* yang tidak konsisten, porsi dan ukuran yang tidak sesuai dengan harga sehingga masih banyak responden yang mengeluh bahwa harga OneZo *overpriced*, penampilan *packaging* produk OneZo yang tidak ramah lingkungan karena masih menggunakan plastik baik *cup*, sedotan, serta plastik dalam membungkus minuman. Selain itu keluhan lain yang sering terjadi akibat produk minuman yang terlalu manis dan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini mungkin akibat pihak kasir tidak menanyakan terkait persentase gula yang

3. dimasukkan ke produk sehingga pembuatan minuman tersebut menggunakan persentase gula normal, yaitu 100% atau terjadi akibat persentase gula sudah rendah namun masih terasa manis di lidah pelanggan, atau bisa saja karena pihak karyawan salah memasukkan takaran gula pada pesanan pelanggan. Terkait kualitas layanan yang diberikan pula masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki seperti untuk dimensi *reliability*, yaitu barista lupa menyampaikan stok minuman dan *topping bubble* yang sudah habis kepada bagian kasir sehingga pelanggan yang sudah membayar pesannya *complain* karena proses pembuatan yang memakan waktu yang lama. Untuk dimensi *responsiveness* terdapat kelemahan, yaitu beberapa karyawan *part time* yang sudah lama tidak bekerja dan saat bekerja kembali sulit beradaptasi, tidak ada prosedur mengatasi keluhan pelanggan akibat minuman yang manis, dan beberapa karyawan sibuk memasak di dapur sehingga pelanggan di depan kasir yang memanggil tidak terdengar. Untuk dimensi *assurance* terdapat kelemahan yang perlunya dilakukan perbaikan, yaitu terdapat keluhan bahwa pelanggan masih mendapatkan karyawan tidak ramah saat melayani pelanggan sedangkan untuk dimensi *tangibles* terdapat kelemahan lain, yaitu lokasi OneZo yang tidak strategis dan karyawan yang tidak konsisten dalam mengikuti protokol kesehatan yang berlaku.
4. Manfaat pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di OneZo adalah diperoleh informasi bahwa masih terdapat aktivitas pembuatan produk dan aktivitas layanan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan yang membuat pelanggan kecewa sehingga keluhan yang ada dapat menimbulkan masalah bila tidak segera diperbaiki. Dari kelemahan yang ditemukan, kemudian disusun rekomendasi guna memperbaiki sehingga mencapai tujuan perusahaan, yaitu memuaskan pelanggan terkait kualitas produk dan kualitas layanan sehingga keluhan yang diperbaiki tersebut dapat memuaskan pelanggan yang sebelumnya kecewa dan walaupun penjualan turun di tengah *pandemic* ini, OneZo dapat terus bersaing dengan industri sejenisnya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut adalah saran yang peneliti berikan kepada pihak OneZo terkait kualitas layanan produk dan kualitas layanan OneZo dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Berikut adalah saran yang diberikan untuk memperbaiki kualitas produk pada dimensi porsi, ukuran, tekstur rasa, penampilan:
 - a. Pihak OneZo pusat diharapkan tidak mengadakan promo secara mendadak sehingga pihak *store manager* dari sebelum promo berlangsung dapat menyediakan media promosi di *store*.
 - b. Mengadakan promo-promo sesekali serta menyebarkan promo yang berlangsung menggunakan sosial media seperti Instagram.
 - c. Dikarenakan *store manager* tidak selalu berada di *store* maka sebaiknya *store manager* melakukan inspeksi mendadak.
 - d. Mengenakan sanksi tegas pada karyawan yang ketahuan lalai dalam membuat pesanan pelanggan.
 - e. Membuat kebijakan dan prosedur tertulis terkait cara menangani keluhan pelanggan akibat minuman yang terlalu manis.
 - f. Mengurangi penggunaan plastik dengan cara mengadakan promo menarik bagi pelanggan yang menggunakan tumbler OneZo, atau tumbler sendiri, serta menggunakan *reusable bag* atau yang ramah lingkungan untuk membungkus produk. Hal ini agar pelanggan yang memiliki perhatian lingkungan lebih tertarik membeli produk OneZo.
2. Berikut adalah saran yang diberikan untuk memperbaiki kualitas produk pada dimensi *reliability*:
 - a. Karyawan membantu mengingatkan teman kerjanya serta memperkirakan teh/kopi/*bubble*, dan sebagainya yang segera habis.
 - b. Apabila terdapat teh/kopi/*bubble* yang habis maka sebelum pelanggan melakukan proses pembayaran, pihak karyawan menanyakan dan menekankan bahwa pesanan yang dipesan membutuhkan waktu yang lama dari biasanya dan jika bila pelanggan tidak setuju maka dialihkan kepada menu yang lain.

3. Berikut adalah saran yang diberikan untuk memperbaiki kualitas produk pada dimensi *responsiveness*:
 - a. *Store manager* tidak selalu berada di *store* sehingga perlu diadakan inspeksi mendadak untuk memastikan tidak ada kelalaian yang dibuat oleh pegawai *part time* yang baru bekerja.
 - b. *Store manager* membuat kebijakan yang jelas dan tertulis mengenai berapa persentase yang harus karyawan bayarkan ke pihak perusahaan akibat kelalaian pembuatan pesanan yang dilakukan.
 - c. Jika pada *store* hanya terdapat satu karyawan yang bertugas menjaga dan karyawan tersebut sedang melakukan proses memasak di dapur maka sebaiknya OneZo menyediakan bel atau menyediakan *note* untuk menginformasikan kepada pelanggan bahwa karyawan sedang berada di dapur.
4. Berikut adalah saran yang diberikan untuk memperbaiki kualitas produk pada dimensi *assurance*:

Mengadakan evaluasi secara berkala terkait cara karyawan melayani pelanggan yang datang dan proses memasak dan pembuatan produk untuk setiap karyawan dengan menanyakan kepada pelanggan terkait, kerabat karyawan saat bekerja serta *store manager* melakukan pengawasan saat di lapangan dan inspeksi mendadak menggunakan CCTV untuk mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki dalam melayani pelanggan.
5. Berikut adalah saran yang diberikan untuk memperbaiki kualitas produk pada dimensi *tangibles*:
 - a. Melakukan pemisahan tempat duduk antara ojek *online* dan pelanggan yang *dine in* serta menggunakan protokol kesehatan dengan menyilang kursi untuk menandakan *social distancing* (di tengah Covid 19).
 - b. Konsisten dalam melaksanakan protokol kesehatan seperti masker, *face shield*, dan sarung tangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. (2017). *Auditing and Assurance Services: an Integrated Approach: 14th Edition*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Bidgoil, H. (2010). *The Handbook of Technology Management, Supply Chain Management*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Catriana, E. (2020, 09 09). *Smartpreneur*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/09/09/180200226/ada-pandemi-industri-lisensi-tumbuh-pesat>
- Gunawan, A. (2019, Oktober 25). *Ini Penyebab Peringkat Doing Business Indonesia Mentok di 73*. Retrieved Agustus 4, 2020, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191024225303-4-109976/ini-penyebab-peringkat-doing-business-indonesia-mentok-di-73>
- Hery. (2017). *Balance Scorecard for Business*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 20-35.
- Kahuripan, B. I. (2019, November 26). *Travel and Lifestyle*. Retrieved from Harian Nasional: <http://harnas.co/2019/11/25/tren-musiman-tak-pernah-pudar>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal Emba 695 Vol. 3*, 695-705.
- Murdock, H. (2017). *Operational Auditing: Principles and Tchniques for a Changing World*. Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis Group.
- Pemerintahan Indonesia. (2007). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*. Indonesia: Republik Indonesia.

- Perindustrian, Kementrian;. (2019, Februari 18). *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*. Retrieved from Kemenperin: <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu>
- Porter, M. (1990). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Pragoyo, M., & Liliani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Volume 1*, 171-180.
- Putro, W. S., Samuel, H., & Karina, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2, No. 1*, 1-9.
- Reider, R. (2002). *Operational Review: Maximum Result at Efficient Costs: Third Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. England: Pearson.
- S., M. F., & Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh *Food quality* dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1*, 1-6.
- Schneider, B., & White, S. S. (2004). *Service Quality: Research Perspective*. London dan New Delphi: Sage Publications.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 15*, 1-10.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyastuti, A. Y. (2019, Oktober 25). *Bank Dunia: Kemudahan Berbisnis RI Peringkat 73 dari 190 Negara*. Retrieved Agustus 4, 2020, from

Tempo.co: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191024225303-4-109976/ini-penyebab-peringkat-doing-business-indonesia-mentok-di-73>

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru). *Jom FISIP Volume 4* , 1-10.

Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 35 No. 2*, 11-19.