

## BAB 5

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang telah dilakukan pada *Café Ngopi* di Kebon terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelayanan jasa yang telah dilakukan oleh *Café Ngopi* di Kebon selama ini sudah cukup baik, namun masih terdapat kelemahan-kelemahan yang ditemukan terkait pelayanan jasa yang *Café Ngopi* di Kebon berikan kepada konsumen. Kebijakan dan prosedur yang ditetapkan oleh *Café Ngopi* di Kebon terkait kualitas pelayanan jasa juga sudah cukup baik. Namun, masih terdapat kekurangan dari kebijakan dan prosedur *Café Ngopi* di Kebon seperti tidak ada sanksi yang tegas bagi para karyawan yang melakukan kesalahan atau bekerja tidak sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah diterapkan dan tidak melakukan *briefing* dan evaluasi secara rutin. *Café Ngopi* di Kebon seringkali mentolerir karyawan dan menyelesaikan secara kekeluargaan bagi karyawan yang melakukan kesalahan, asalkan kesalahan tersebut tidak fatal. Hal tersebut membuat karyawan santai ketika melakukan kesalahan dan tidak peduli atas kesalahan yang dilakukan sehingga kinerja karyawan tidak sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang *Café Ngopi* di Kebon telah tetapkan. Tidak melakukan *briefing* dan evaluasi secara rutin setiap hari sebelum *Café Ngopi* di Kebon beroperasi, menyebabkan banyak keluhan-keluhan konsumen yang tidak terpecahkan, karena keluhan yang ada tidak tersampaikan kepada karyawan untuk diperbaiki, sehingga terjadi kesalahan berulang yang dilakukan karyawan.
2. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Café Ngopi* di Kebon berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 80,77% dimana nilai tersebut masuk ke dalam kriteria penilaian sangat baik. Dimensi *tangibles* mendapatkan rata-rata skor akhir sangat baik dengan nilai sebesar 84,37%, dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata skor akhir sangat baik dengan nilai sebesar 83,36%, dimensi *responsiveness* mendapatkan rata-rata skor akhir baik dengan nilai sebesar sebesar 75,6%, dimensi *assurance* mendapatkan

rata-rata skor akhir sangat baik dengan nilai sebesar 82,8%, dan dimensi *empathy* mendapatkan rata-rata skor akhir baik dengan nilai sebesar 77,73%.

Kualitas pelayanan jasa yang *Café Ngopi* di Kebon berikan kepada konsumen masih memiliki kelemahan-kelemahan yang perlu diperbaiki oleh pihak *café*. Hal ini disebabkan karena masih terdapat beberapa penilaian responden terkait kualitas pelayanan yang mendapatkan kriteria penilaian baik dibawah 80% yaitu dimensi *responsiveness* dan *empathy*. Sehingga, responden belum sepenuhnya puas dengan pelayanan jasa yang *Café Ngopi* di Kebon berikan. Terdapat enam responden yang merasa *Café Ngopi* di Kebon memberikan pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, sebanyak tujuh responden tidak merasa puas dengan pelayanan jasa yang *Café Ngopi* di Kebon berikan, sebanyak enam responden yang tidak memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke *Café Ngopi* di Kebon, dan terdapat lima responden yang tidak akan merekomendasikan *Café Ngopi* di Kebon kepada keluarga/teman.

3. Manfaat pemeriksaan operasional yang telah dilakukan terhadap penilaian kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen di *Café Ngopi* di Kebon adalah mengetahui aktivitas pelayanan yang memiliki kelemahan dan penilaian responden terhadap aktivitas pelayanan. Dengan dilakukannya pemeriksaan operasional, dapat diketahui kualitas pelayanan jasa mana saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh *Café Ngopi* di Kebon untuk melakukan perbaikan atas kelemahan-kelemahan yang ditemukan. Rekomendasi yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Café Ngopi* di Kebon. Maka dari itu, pemeriksaan operasional harus selalu dilakukan untuk dapat mengetahui kelemahan agar dapat segera dilakukan perbaikan.

## **5.2. Saran**

Berikut ini merupakan rekomendasi atau saran yang diberikan kepada *Café Ngopi* di Kebon yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Menyewa lahan kebun di depan *café* untuk dijadikan fasilitas parkir tambahan bagi konsumen.
2. Menambahkan lilin di meja makan konsumen, mengangkat dengan cepat piring dan gelas kotor dari meja konsumen yang telah selesai makan, melakukan

*general cleaning* secara rutin mulai dari pembersihan saluran air dan rutin membersihkan lantai pada seluruh area *café*. Menegaskan kembali kepada karyawan *cleaning service* untuk rutin dalam membersihkan area *café* dan tanggap untuk membersihkan saat melihat ada kotoran dan menegaskan *waiters* untuk selalu tanggap jika konsumen sudah selesai makan langsung mengangkat piring dan gelas kotor.

3. Membuat area khusus untuk konsumen yang menunggu antrian *waiting list* menggunakan lahan *café* yang sudah ada dengan disediakan tempat duduk dan fasilitas *Wi-Fi* agar konsumen tidak merasa bosan saat menunggu antrian.
4. Mempertimbangkan untuk menyediakan pembayaran menggunakan *e-wallet* agar mempermudah para konsumen yang sudah terbiasa *cash less* dan mempertimbangkan kerja sama dengan bank maupun pihak *e-wallet* untuk mengadakan promo agar dapat menarik perhatian konsumen untuk berkunjung ke *café*.
5. Menegaskan karyawan *cleaning service* untuk selalu bersiap saat hujan dan segera membersihkan jika sudah terlihat ada air yang menggenang di lantai area *café*.
6. Menambah *Wi-Fi* di setiap area sehingga satu area mendapatkan satu *Wi-Fi*.
7. Menambah karyawan bagian *kitchen* khususnya *helper* agar semua bahan-bahan makanan dan minuman sudah siap sehingga saat pesanan masuk hanya tinggal mengeksekusi pesanan tersebut atau karyawan *kitchen* yang ada sebelum *café* beroperasi sudah menyiapkan bahan-bahan tersebut sesuai dengan perkiraan yang telah ditentukan. *Waiters* harus selalu memberi tahu kepada konsumen perkiraan lamanya penyajian makanan.
8. Selain menyebutkan ulang pesanan setelah konsumen memesan, mengganti cara pemesanan dengan sistem dimana konsumen mulai memesan sendiri lewat tablet sehingga minim terjadinya kesalahan dan *waiters* tidak perlu mengantarkan masing-masing dokumen ke empat bagian agar dapat mempersingkat waktu.
9. Menambah karyawan *waiters* yang bertugas untuk *stand by* di setiap area. Minimal setiap area dijaga oleh dua *waiters*.
10. Melakukan riset kepada konsumen terkait makanan dan minuman yang konsumen pesan, mendengarkan masukan dari konsumen mengenai makanan dan

minuman yang masih kurang rasanya, lalu menganalisis apakah menu tersebut harus diganti dengan menu baru atau perlu mengganti atau mengembangkan resepnya agar rasanya lebih enak.

11. Melatih *waiters* yang baru masuk, melakukan *briefing* dan evaluasi secara rutin untuk mengingatkan SOP *waiters*, memberikan motivasi kepada karyawan dengan membuat penghargaan bagi setiap *waiters* yang memiliki kinerja yang baik agar dapat memotivasi para *waiters*.
12. Menambah jumlah karyawan *waiters* jika memungkinkan. Minimal terdapat satu *waiters* yang *standby* khusus untuk menyambut konsumen yang baru datang di area tempat parkir, agar konsumen yang baru datang dapat terlihat oleh *waiters*.
13. Memberikan sanksi bukan hanya bentuk teguran, membuat sanksi yang jelas dan tegas, seperti memberikan surat peringatan atau pemotongan gaji. Untuk karyawan yang kinerjanya sudah baik dan mematuhi SOP, diberikan juga *reward* agar seluruh karyawan dapat saling termotivasi untuk memberikan kinerja terbaiknya.
14. Melakukan *briefing* secara rutin, *briefing* wajib dilakukan setiap hari sebelum *café* beroperasi. *Briefing* yang berisi evaluasi dari hari sebelumnya apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan dari keluhan konsumen, mengingatkan kembali standar-standar yang perlu dilakukan, menginformasikan target atau hal apa yang ingin dicapai di hari tersebut, dan doa bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., & G. D. (2013). *Marketing Research, 13th Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., & Hogan, C. E. (2017). *Auditing and Assurance Services, 16th Edition*. Pearson.
- Babic, M. (2021). *TasteAtlas*. Retrieved October 18, 2021, from <https://www.tasteatlas.com/best#BestTraditionalCities>
- C. Lewis, & B. Booms. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality*. Chicago: American Marketing Association.
- Hayes, R., Wallage, P., & Gortemaker, H. (2014). *Principles of Auditing An Introduction to International Standards on Auditing*. Pearson.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Principles of Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management* (10th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication For Future Research. *Journal of Marketing*, 49.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Reider, R. (2002). *Third Edition. Operational Review: Maximum Results at Efficient Costs*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., Summers, S. L., & Wood, D. A. (2021). *Accounting Information System* (15th ed.). Pearson.
- Soenarno, A. (2003). *Kamus Istilah Pariwisata & Perhotelan*. Bandung: Angkasa.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- U. S., & R. B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.

