

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap kualitas pelayanan pada No.101 Coffee, terdapat beberapa kesimpulan penting terkait pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kebijakan dan prosedur yang telah diterapkan oleh No. 101 Coffee berkaitan dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh *coffeeshop* kepada pelanggan sudah cukup baik. Kebijakan-kebijakan yang sudah diterapkan oleh No. 101 Coffee seperti adanya peraturan dalam penggunaan seragam yang telah ditentukan oleh pihak No. 101 Coffee bagi seluruh karyawan *coffeeshop*, pemberian *compliment* ketika terjadi kesalahan pesanan yang dilakukan oleh karyawan, adanya *training mocktail* bagi *head barista* untuk meningkatkan kemampuan *head barista* dalam menyajikan kopi yang berkualitas baik, serta adanya kebijakan protokol kesehatan bagi seluruh karyawan di No.101 Coffee. Lalu, prosedur-prosedur yang sudah diterapkan oleh No. 101 Coffee seperti cara penyambutan pelanggan yang ramah oleh *cashier*, melakukan pemeriksaan hidangan ketika selesai diproses, pengantaran makanan dan minuman ke meja pelanggan, pembersihan area dapur dan bar oleh karyawan sebelum dan setelah *coffeeshop* beroperasi, adanya fasilitas-fasilitas penunjang untuk pelanggan, serta pengantaran pesanan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan oleh *waiters*.

Hal ini terbukti dari keadaan *bar* dan dapur yang cukup bersih; penampilan karyawan yang rapi dan bersih; tersedianya fasilitas-fasilitas penunjang seperti AC, *WiFi*, dan stop kontak untuk para pelanggan; tersedianya tisu, pewangi ruangan, dan tempat sampah di *toilet* yang dapat digunakan oleh para pelanggan; *waiters* memenuhi kebutuhan pelanggan yang dapat terlihat dari memberikan tambahan pelengkap makanan seperti saus dan kecap; *cashier* dapat menjelaskan menu yang tidak dimengerti oleh pelanggan dengan jelas dan ramah; *cashier* menyapa saat pelanggan datang dan mengucapkan terimakasih setelah pelanggan meninggalkan *coffeeshop*; sebagian besar karyawan yang memakai

masker selama bekerja dalam upaya mencegah penularan virus *Covid-19*; dan tersedianya *handsanitizer* di setiap lantai sebagai upaya untuk mencegah penularan virus *Covid-19*; karyawan memberikan *compliment* kepada pelanggan ketika terjadi kesalahan pesanan sebagai permohonan maaf kepada pelanggan.

Namun, masih terdapat beberapa kelemahan pada kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh No. 101 Coffee yaitu tidak adanya peraturan mengenai jaga jarak pada seluruh area *coffeeshop* dan tidak adanya pengumuman *recruitment* secara formal kepada para calon karyawan. Lalu, terkait prosedur-prosedur pada *coffeeshop* yang masih memiliki kelemahan yaitu pembersihan fasilitas penunjang seperti *toilet* dan area *dine in* yang belum maksimal, pemeriksaan kualitas fasilitas penunjang yang tidak dilakukan secara berkala, serta prosedur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat *coffeeshop* penuh tidak maksimal.

Hal tersebut dapat dilihat dari adanya keretakan pada *kloset* duduk yang berada di lantai dua sehingga pelanggan enggan untuk memakai fasilitas tersebut; penjelasan terkait menu-menu yang ada di No. 101 Coffee belum terlalu lengkap sehingga pelanggan tidak memiliki gambaran terkait menu tersebut, apakah makanan dan minuman tersebut direkomendasi atau tidak, dan tidak memiliki deskripsi mengenai minuman yang jarang diketahui oleh pelanggan; pesanan yang diberikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan yang dipesan. Karyawan yang tidak memakai seragam sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen No.101 Coffee.; dan tidak terdapat tanda silang pada salah satu sisi meja sehingga kerumunan di area *dine in* terjadi.

Pesanan yang disajikan kepada pelanggan tidak lengkap; pesanan makanan dan minuman yang disajikan terkadang memiliki rasa yang berbeda sehingga membuat pelanggan kecewa; Kesalahan dalam meng-*input* pesanan makanan dan minuman yang dilakukan oleh *cashier* yang disebabkan karena *cashier* merasa kewalahan akibat *coffeeshop* yang ramai; *head chef* dan *head barista* lalai dalam meng-*update* setiap satu bulan sekali; *cashier* terkadang tidak menyapa saat pelanggan datang dan meninggalkan *coffeeshop* saat penuh karena *cashier* kewalahan dengan banyaknya pesanan sehingga area tersebut menjadi kotor dan pelanggan merasa tidak nyaman; pengantaran pesanan memerlukan

waktu yang cukup lama ketika keadaan *coffeeshop* sedang penuh hal ini menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan; terjadinya kerumunan di area *dine in* pada *coffeeshop* tersebut pelanggan cemas karena takut tertular dengan virus *Covid-19*;

Waiters tidak menggunakan tudung saji saat mengantar makanan ke pelanggan sehingga kebersihan makanan tidak terjamin; *head chef* dan *chef* tidak memakai masker ketika sedang memasak sehingga kebersihan makanan tidak terjaga; tidak adanya pemeriksaan suhu sehingga pelanggan merasa cemas dengan penyebaran virus *Covid-19*; pihak *coffeeshop* tidak menanyakan komentar kepada pelanggan mengenai pesanan seperti rasa pesanan; keluhan pelanggan tidak diselesaikan secara tuntas oleh pihak *coffeeshop* sehingga menurunkan loyalitas pelanggan; karyawan tidak menasehati pelanggan ketika tidak menggunakan masker.

2. Penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh No. 101 Coffee yang dilihat dari hasil pembagian kuesioner kualitas pelayanan sudah baik dengan rata-rata nilai akhir sebesar 80,77%. Skor akhir tersebut mencerminkan bahwa kualitas pelayanan di No. 101 Coffee sudah baik. Selanjutnya, dimensi *tangibles* rata-rata nilai sebesar 78,76%. Skor akhir tersebut mencerminkan bahwa fasilitas *coffeeshop* yang dapat dilihat secara fisik, kondisi *coffeeshop* yang terlihat secara fisik, serta penampilan karyawan di No. 101 Coffee sudah baik. Lalu, dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata nilai sebesar 79,96%. Skor akhir tersebut memiliki arti bahwa kemampuan *coffeeshop* dalam memberikan pelayanan jasa yang diinginkan oleh pelanggan sudah baik.

Kemudian, dimensi *responsiveness* mendapatkan rata-rata nilai sebesar 84,4%. Skor akhir tersebut berarti kecepatan serta sikap tanggap karyawan *coffeeshop* dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan sangat baik. Selanjutnya, dimensi *assurance* mendapatkan rata-rata nilai sebesar 80,52%. Skor akhir tersebut memiliki arti bahwa kepercayaan yang diberikan oleh karyawan *coffeeshop* kepada pelanggan seperti menjalankan sesuai dengan standar operasional perusahaan yang ditetapkan sehingga pelanggan merasa aman saat berada di *coffeeshop* tersebut adalah sangat baik. Terakhir, dimensi *empathy* mendapatkan rata-rata nilai sebesar 80,2%. Skor akhir tersebut memiliki arti bahwa

suatu sikap yang harus dimiliki oleh setiap karyawan *coffeeshop* untuk memahami, memperhatikan serta mengutamakan kepentingan pelanggan di No. 101 Coffee sudah sangat baik.

3. Manfaat dari pemeriksaan operasional yang telah dilakukan terhadap kualitas pelayanan di No. 101 Coffee adalah pihak *coffeeshop* dapat mengetahui aktivitas kualitas pelayanan apa saja yang masih memiliki kelemahan dan dari penilaian pelanggan terhadap aktivitas pelayanan yang telah dilakukan oleh No. 101 Coffee masih dinilai kurang. Dengan dilakukannya pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan, maka aspek-aspek kualitas pelayanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dapat diketahui sehingga pihak *coffeeshop* mendapatkan rekomendasi-rekomendasi yang dapat diimplementasikan oleh *coffeeshop* untuk melakukan tindakan perbaikan.

Rekomendasi-rekomendasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang ke No.101 Coffee. Oleh karena itu, pemeriksaan operasional harus dilaksanakan secara konsisten dan berkala setiap periode agar dapat membantuh pihak *coffeeshop* dalam mencari kelemahan dari masalah yang dihadapi dan segera melakukan perbaikan atas masalah tersebut.

5.2. Saran

Setelah melaksanakan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran serta rekomendasi yang penting dan berguna bagi No. 101 Coffee dalam melakukan tindakan perbaikan terhadap kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut merupakan beberapa saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Saran dari peneliti dalam memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangibles* yaitu:
 - a. Pihak *coffeeshop* mengganti *provider WiFi* yang memiliki kecepatan jaringan lebih cepat dan yang dapat meminimalisir adanya gangguan pada *provider* tersebut agar pelanggan dapat menggunakan fasilitas *WiFi* dari *coffeeshop*.
 - b. Pihak *coffeeshop* membuat *layout* tempat parkir terbaru agar dapat memaksimalkan kapasitas kendaraan yang parkir di area tempat parkir *coffeeshop* tersebut.

- c. Pihak *coffeeshop* harus memeriksa secara berkala fasilitas yang terdapat pada area *toilet* seperti memeriksa *kloset* apakah masih berfungsi dengan optimal atau tidak dan memperbaiki *kloset* tersebut apabila tidak berfungsi dengan optimal.
 - d. Pihak *coffeeshop* mengganti spanduk dengan yang lebih besar agar dapat terlihat oleh masyarakat mengenai keberadaan *coffeeshop*.
 - e. Pihak *coffeeshop* memberikan papan petunjuk agar dapat memudahkan masyarakat dalam mencari lokasi *coffeeshop*.
 - f. Pihak *coffeeshop* memberikan penjelasan mengenai rasa dengan cara memberikan deskripsi makanan singkat dan keterangan rasa yang tertera dibawah nama hidangan.
 - g. Pihak *coffeeshop* melampirkan gambar hidangan lebih menarik dengan tampilan gambar yang menunjukkan keseluruhan dari *plating* hidangan.
 - h. Pihak *coffeeshop* menyediakan segelas air hangat untuk mensterilkan peralatan makan dan minum sebelum digunakan untuk mencegah penyebaran virus *Covid-19*.
 - i. *General manager* sebaiknya membuat dokumen *check list* untuk memantau kebersihan pada seluruh area *coffeeshop* dengan cara membubuhkan tanda tangan dari *waiters* ketika selesai membersihkan area *coffeeshop* tersebut serta *General manager* memeriksa area tersebut setiap tiga jam sekali untuk benar-benar memastikan apakah keadaan area *coffeeshop* bersih atau tidak.
 - j. Pihak *coffeeshop* sebaiknya memberikan peraturan tertulis mengenai seragam yang dipakai setiap harinya oleh karyawan dan menempelkan aturan tersebut di ruang istirahat karyawan agar terlihat oleh seluruh karyawan yang bertugas.
 - k. *Waiters* memeriksa ulang meja dan kursi yang telah di bersihkan untuk memastikan apakah masih ada sisa makanan yang bersisa.
2. Saran dari peneliti dalam memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *reliability* yaitu:
- a. Karyawan wajib memeriksa kembali pesanan yang dipesan oleh pelanggan setelah selesai proses pembuatan pesanan dan sebelum di antar ke meja pelanggan.

- b. Kasir wajib memastikan kembali *item* dan jumlah pesanan yang dipesan oleh pelanggan sebelum mencetak *bill*.
 - c. Karyawan wajib memeriksa kembali rasa dari makanan dan minuman dengan cara mencicipi pesanan tersebut setelah proses pembuatan pesanan.
 - d. Pihak *coffeeshop* melakukan pembaharuan menu seperti memasukkan makanan dan minuman terbaru dan menghilangkan menu makanan dan minuman yang sudah tidak tersedia setiap satu bulan sekali dengan memeriksa menu tersebut.
 - e. Pihak *coffeeshop* menyiapkan lakban untuk memberikan tanda silang pada meja atau kursi di *coffeeshop* agar satu meja hanya dapat diduduki dua atau satu orang saja yang dapat mencegah kerumunan di area *dine in*.
 - f. *General manager* turun tangan dalam membimbing *cashier* untuk menggunakan aplikasi Majoo dan mengambil tugas serta tanggung jawab *cashier* dalam satu sampai dua minggu sampai *cashier* dapat menggunakan aplikasi tersebut.
 - g. Pengumuman hasil penerimaan karyawan baru diberikan melalui email agar lebih terlihat profesional sehingga karyawan merasa dihargai.
3. Saran dari peneliti dalam memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *responsiveness* yaitu:
 - a. Terdapat dua *waiter* yang *stand by* di lantai dua sehingga dapat mempermudah pelanggan ketika ingin menambah makanan dan minuman.
 - b. Pihak *coffeeshop* wajib menambah *chef* sebanyak satu orang agar dapat mempercepat kinerja karyawan ketika membuat makanan.
 - c. *Cashier* wajib menyambut pelanggan dan selalu bersikap ramah saat melayani pelanggan serta menyiapkan *notes* pada meja *cashier* terkait cara penyambutan pelanggan.
 4. Saran dari peneliti dalam memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *assurance* yaitu:
 - a. Pihak *coffeeshop* membuat aturan tertulis mengenai jaga jarak selama berada di *coffeeshop* sehingga dapat mencegah penyebaran virus *Covid-19*.
 - b. Pihak *coffeeshop* bertindak tegas dalam implementasi jaga jarak hingga dua meter dengan cara menasihati karyawan atau pelanggan dengan sopan ketika

- melanggar aturan tersebut sehingga dapat mencegah penyebaran virus *Covid-19*.
- c. Karyawan menggunakan masker saat bekerja dan berada di area *coffeeshop* sehingga kebersihan hidangan terjamin. Jika melanggar, maka ada sanksi yang harus diberikan yaitu berupa teguran. Namun, jika sudah tiga kali melanggar, karyawan dapat diberikan sanksi berupa pemutusan hubungan kerja.
 - d. Pihak *coffeeshop* wajib menyediakan tudung saji sebanyak lima buah untuk menjaga kebersihan hidangan saat di antar ke meja pelanggan.
 - e. *Coffeeshop* wajib memisahkan *toilet* perempuan dan laki-laki dengan mengalihfungsikan *toilet* perempuan di lantai dua dan *toilet* laki-laki di lantai satu. Hal ini disebabkan karena area *dine in* di lantai dua lebih banyak dikunjungi oleh pelanggan wanita karena terdapat berbagai spot foto yang bagus baik di *smoking area* maupun *non smoking area* di lantai dua sehingga menarik perhatian pelanggan wanita untuk menempati area *dine in* di lantai dua.
 - f. Pihak *coffeeshop* menyiapkan *thermogun* untuk melakukan pemeriksaan suhu kepada setiap karyawan dan pelanggan yang berada pada *coffeeshop* sehingga dapat mengurangi kecemasan pelanggan lainnya karena takut tertular virus *Covid-19*.
5. Saran dari peneliti dalam memperbaiki kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *empathy* yaitu:
- a. Pihak *coffeeshop* harus mengevaluasi kritik dan saran yang diterima dari pelanggan melalui *platform google business* yang telah dimiliki dan melakukan tindakan nyata atas evaluasi yang dilakukan.
 - b. Karyawan mengimbau pelanggan untuk menggunakan masker selama berada di area *coffeeshop*.
 - c. *General manager* wajib melakukan evaluasi setiap hari setelah *coffeeshop* selesai beroperasi bersama seluruh karyawan yang bertugas terkait kinerja karyawan serta berbagai keluhan pelanggan selama *coffeeshop* beroperasi pada hari tersebut agar dapat secepatnya ditangani oleh pihak *coffeeshop*.
 - d. *General manager* wajib melakukan *briefing* secara rutin sebelum *coffeeshop* beroperasi untuk menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan dan

memberikan pengarahan kembali kepada seluruh karyawan terkait kinerja karyawan agar sesuai dengan *Standard Operating Procedure* yang telah ditetapkan oleh *coffeeshop* dalam mengerjakan pekerjaannya masing-masing.

Oleh karena itu, pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan wajib dilakukan secara konsisten dan berkala setiap tahun dalam membantu pihak *coffeeshop* dalam mencari kelemahan dari masalah-masalah yang dihadapi untuk dapat melakukan tindakan perbaikan. Demikian kesimpulan dan saran yang dapat peneliti berikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A. A., Randal, J. E., Mark, S. B., & Hogan, C. E. (2017). *Auditing and Assurance Services (16th Edition)*. Harlow: Pearson Education.
- Foster, S. T. (2017). *Managing Quality Integrating the Supply Chain (16th Edition)*. Harlow: Pearson Education.
- Hamdani., T. (2020, April 19). *Corona Kian Merajalela, Pengusaha Terancam Rugi Rp 2T*. Retrieved From [Http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4982966/corona-kian-merajalela-pengusaha-coffeeshop-terancam-rugi-rp-2-t](http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4982966/corona-kian-merajalela-pengusaha-coffeeshop-terancam-rugi-rp-2-t)
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operation Management : Sustainability and Supply Chain Management (12th Edition)*. United States: Pearson Education.
- Indonesia, Menteri Pariwisata 2014. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 pasal 1 Tentang Standar Usaha *Coffeeshop*. Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principle of Marketing (16th Edition)*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. England: Pearson Education.
- Reider, R. (2002). *Operational Review - Maximum Results at Efficient Cost (Third Edition)*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Sekaran., U., & Roger., B. (2016). *Research Methods for Business. A skill-Building Approach (17th Edition)*. Cheichester: John Wiley and Sons, Inc.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction (3rd Edition)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya (4th Edition)*. Yogyakarta: Andi.

Porter, E. M. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.