

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL ATAS AKTIVITAS PELAYANAN
DALAM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI CAFÉ S CABANG BANDUNG)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Shaila Fenesta

6041801102

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA AKUNTANSI

Terakreditasi oleh BAN-PT 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2022

**OPERATIONAL REVIEW OF SERVICE ACTIVITIES
TO INCREASE CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY OF CAFÉ S BANDUNG BRANCH)**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Accounting

By:

Shaila Fenesta

6041801102

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING**

Accredited by National Accreditation Agency

1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2022

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL ATAS AKTIVITAS PELAYANAN
DALAM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI CAFÉ S CABANG BANDUNG)**

Oleh:

Shaila Fenesta

6041801102

Bandung, Juli 2022

Ketua Program Studi Akuntansi

Felisia, SE., M.Ak., CMA.

Pembimbing Skripsi,

Samuel Wirawan, SE., MM., Ak.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Shaila Fenesta
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 2 Maret 2000
NPM : 6041801102
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PEMERIKSAAN OPERASIONAL ATAS AKTIVITAS PELAYANAN
DALAM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI CAFÉ S CABANG BANDUNG)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Samuel Wirawan, S.E., M.M., Ak.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : Juli 2022
Pembuat pernyataan :



(Shaila Fenesta)

ABSTRAK

Meningkatnya mobilitas serta perubahan gaya hidup mendorong pertumbuhan *coffee shop* yang cukup pesat. Kemunculan *coffee shop* terutama di kota Bandung dinilai mengikuti gaya hidup masyarakat yang terjadi akhir-akhir ini. Hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah *coffee shop* yang ada, yang berdampak pada tingkat persaingan yang semakin tinggi. Agar *coffee shop* dapat saling bersaing dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, maka tingkat kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan. Pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan serta memberikan rekomendasi dan saran agar dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan konsumen sehingga memiliki *competitive advantage* yang dapat memberikan keunggulan di tengah persaingan pasar.

Pemeriksaan operasional merupakan proses menganalisis kegiatan operasi perusahaan dengan tujuan mengidentifikasi celah atau area yang bermasalah dan kemudian dilakukan evaluasi secara berkelanjutan. Terdapat lima tahap dalam melakukan pemeriksaan operasional yaitu: *Planning, Work Programs, Fiels Work, Development of Findings and Recommendations, dan Reporting*. Pemeriksaan operasional dilakukan dengan pendekatan kualitas pelayanan yang dibagi menjadi lima dimensi yaitu dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian studi deskriptif, dengan tujuan mengetahui penilaian konsumen atas kualitas jasa dan mengetahui kelemahan terkait kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Objek penelitian ini adalah pemeriksaan operasional aktivitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan unit analisis pada *Café S* (cabang Bandung). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari profil perusahaan, struktur organisasi *Café S* (cabang Bandung), dan jenis menu yang ditawarkan. Setelah mengumpulkan data langkah selanjutnya yaitu peneliti mengelolah data untuk menghasilkan kesimpulan serta memberikan rekomendasi terkait aktivitas operasi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan tujuh kelemahan utama pada aktivitas pelayanan *café* antara lain kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Café S* (cabang Bandung) berdasarkan dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* masih kurang memadai, pengendalian intern *Café S* (cabang Bandung) masih kurang memadai, dan kualitas pelayanan jasa berdasarkan kesimpulan terkait kepuasan konsumen masih kurang memadai. Peneliti memberikan rekomendasi kepada *café* antara lain yaitu memberikan pelatihan kepada karyawan, memperhatikan area *café* selalu bersih dan rapi, pembuatan plang sebagai penanda lokasi, *waiters* tanggap dan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keluhan konsumen, mengadakan *event* seperti *workshop*, melakukan inspeksi visual untuk kualitas bahan baku, menggunakan sistem seperti Moka atau QuickQRIS, dan karyawan menggunakan *handy talkie* untuk memudahkan komunikasi.

Kata kunci: kafe, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, pemeriksaan operasional

ABSTRACT

Increased mobility and changes in lifestyle encourage the rapid growth of coffee shops. The emergence of coffee shops, especially in Bandung, is considered to follow the lifestyle of the people that has occurred recently. Supported by the increasing number of existing coffee shops, which has an impact on the higher level of competition. For coffee shops to compete with each other in an increasingly competitive business competition, customer satisfaction is one thing that needs to be considered. Operational checks on service quality are carried out with the aim of finding problems and providing recommendations and suggestions to improve performance and customer satisfaction so that they have a competitive advantage that can provide an advantage in the midst of market competition.

Operational inspection is the process of analyzing the company's operating activities with the aim of identifying gaps or problem areas and then evaluating them on an ongoing basis. There are five stages in conducting operational review: Planning, Work Programs, Fields Work, Development of Findings and Recommendations, and Reporting. Operational inspection is carried out using a service quality approach which is divided into five dimensions, dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

In this study, the method used is descriptive study research method, with the aim of knowing consumer ratings of service quality and knowing weaknesses related to service quality that affect customer satisfaction. The object of this research is the operational review of service activities in an effort to increase customer satisfaction with the unit of analysis at Café S (Bandung branch). The data used in this study are primary data obtained through interviews, observations, and questionnaires, and secondary data were obtained from company profiles, organizational structure of Café S (Bandung branch), and types of menus offered. After collecting data, the next step is that researchers manage data to produce conclusions and provide recommendations related to operational activities related to service quality that can increase customer satisfaction.

Based on the research conducted, researchers found seven main weaknesses in cafe service activities, the quality of services provided by Café S (Bandung branch) based on the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy is still inadequate, Café S (Bandung branch) internal control still inadequate, and service quality based on conclusions related to customer satisfaction is still inadequate. Researchers provide recommendations to cafes, including providing training to employees, paying attention to the cafe area always clean and tidy, making signposts as location markers, responsive and fast waiters in meeting consumer needs and complaints, holding events such as workshops, conducting visual inspections for the quality of raw materials, using systems such as Moka or QuickQRIS, and demployees use handy talkies to facilitate communication.

Keywords: café, customer satisfaction, operational review, service quality

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas segala berkat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan keseluruhan proses dimulai dari penelitian hingga penyusunan skripsi berjudul “Pemeriksaan Operasional Atas Aktivitas Pelayanan Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen” dengan *Café S* (cabang Bandung) sebagai objek penelitian dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Pada kesempatan kali ini, peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses penelitian dan penyusunan skripsi. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bunda Maria yang selalu mendengarkan, melindungi, menjadi teman cerita peneliti, memberikan arahan dan jawaban atas semua doa selama proses penyusunan skripsi.
2. Orang tua dan kakak peneliti yang memberikan semangat dan perhatian selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.
3. Pihak *Café S* (cabang Bandung) dan ko Calvin yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi.
4. Bapak Samuel Wirawan, SE., MM., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan waktu, arahan, informasi, dan motivasi selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Ibu Felisia, SE., M.Ak., CMA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen pengajar Universitas Katolik Parahyangan, terutama dosen-dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi atas ilmu, pengetahuan, serta pengalaman yang telah diberikan dalam menjalankan perkuliahan.
7. Sheryl Fiona dan Stella Sutana, selaku sahabat peneliti yang memberikan dukungan dan hiburan selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih atas keluh kesah dan canda tawa, semoga bisa berkumpul secepatnya di *Maison De La Sol*.
8. Lulu Carissa dan Ko Tibi, selaku teman kerja dan sahabat peneliti yang selalu menjadi pendengar, penyemangat, memberikan motivasi, dan dengan sabar menunggu peneliti untuk bersama-sama bekerja di Jakarta.

9. Paramietha, Christabel, Albert, Max, Angel, selaku sahabat peneliti selama berkuliah yang telah menjadi pendengar dan penyemangat peneliti dari awal perkuliahan.
10. Bryan Hans, selaku teman dari teman peneliti. Terimakasih telah membuat peneliti bahagia dengan kehadirannya. Sampai bertemu kembali di Nyoman.
11. Joey Vincent, selaku teman peneliti. Terimakasih telah meluangkan waktu dan memberikan perhatian walaupun berbeda *timezone*.
12. Mike Widiyanto, terimakasih telah menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dan dukungan dengan sabar selama tiga bulan. Terimakasih telah menjadi tempat bersandar dan mendengarkan keluh kesah peneliti.
13. Gavin, selaku sahabat peneliti selama sekolah sampai saat ini, terimakasih atas canda tawanya.
14. Yulius, Yudea, David, Nonio, Zaqi, Ito, selaku teman kuliah dan teman seperjuangan peneliti yang selalu menemani, menghibur, dan membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi.
15. Equ dan Andre, selaku teman sekolah peneliti yang selalu menghibur dan mengisi hari-hari peneliti.
16. Ibu Linda, Ci Shania, Salsa, Widya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.
17. Ko Nopal dan Kak Jhon, selaku teman kerja peneliti yang selalu menghibur. Terimakasih atas ilmu dan pengalamannya.

Peneliti menyadari penelitian skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, peneliti meminta maaf apabila terdapat kesalahan ataupun perkataan yang tidak berkenan. Peneliti sangat terbuka dengan kritik dan saran sehingga dapat menjadi masukan bagi peneliti kedepannya. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, Juli 2022

Peneliti,



Shaila Fenesta

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
1.5. Kerangka Pemikiran	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Pemeriksaan.....	9
2.1.1. Pengertian Pemeriksaan.....	9
2.1.2. Jenis Pemeriksaan	9
2.2. Pemeriksaan Operasional	10
2.2.1. Pengertian Pemeriksaan Operasional.....	10
2.2.2. Jenis Pemeriksaan Operasional.....	11
2.2.3. Tujuan Pemeriksaan Operasional	12
2.2.4. Manfaat Pemeriksaan Operasional	13
2.2.5. Tahap-Tahap Pemeriksaan Operasional	14
2.3. Efektivitas, Efisiensi dan Ekonomis	19
2.3.1. Efektivitas	19
2.3.2. Efisiensi	20
2.3.3. Ekonomis	20

2.4. Pengendalian Intern	20
2.4.1. Pengertian Pengendalian Intern	20
2.4.2. Fungsi Pengendalian Intern	21
2.4.3. Tujuan Pengendalian Intern	21
2.4.4. Komponen Pengendalian Intern.....	22
2.5. Kualitas.....	23
2.5.1. Pengertian Kualitas	23
2.5.2. Manfaat Kualitas.....	23
2.6. Jasa	24
2.6.1. Pengertian Jasa.....	24
2.6.2. Karakteristik Jasa.....	24
2.6.3. Kualitas Jasa	25
2.6.4. Dimensi Kualitas Jasa.....	25
2.7. Kepuasan Konsumen.....	26
2.7.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	27
2.7.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen	27
2.8. <i>Café</i>	28
2.8.1. Definisi <i>Café</i>	28
2.8.2. Standar <i>Café</i>	28
BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN	29
3.1. Metode Penelitian.....	29
3.1.1. Sumber Data	29
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.1.3. Teknik Pengolahan Data.....	33
3.1.4. Kerangka Penelitian.....	36

3.2. Objek Penelitian	40
3.2.1. Profil Singkat Perusahaan	40
3.2.2. Struktur Organisasi Perusahaan	41
3.2.3. Deskripsi Pekerjaan	41
3.2.4. Gambaran Umum Aktivitas Pelayanan Jasa	43
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. <i>Planning Phase</i> (Tahap Perencanaan).....	45
4.2. <i>Work Program Phase</i> (Tahap Program Kerja).....	49
4.3. <i>Field Work Phase</i> (Tahap Kerja Lapangan).....	52
4.3.1. Hasil wawancara dengan <i>Regional Manager</i> mengenai kebijakan dan prosedur <i>Café S</i> (cabang Bandung) terkait kualitas pelayanan jasa.....	52
4.3.2. Hasil wawancara dengan karyawan bagian <i>waiters</i> terkait tugas dan tanggung jawab serta aktivitas pelayanan jasa <i>Café S</i> (cabang Bandung)	56
4.3.3. Hasil wawancara dengan karyawan bagian <i>kitchen</i> terkait tugas dan tanggung jawab serta aktivitas pelayanan jasa <i>Café S</i> (cabang Bandung)	59
4.3.4. Hasil observasi terhadap fasilitas <i>café</i> dan kinerja karyawan dalam aktivitas pelayanan jasa.....	61
4.3.5. Hasil rekapitulasi kuesioner dan analisis hasil kuesioner terkait kualitas	66
4.3.5.1. Profil Responden.....	66
4.3.5.2. Rekapitulasi dan analisis kualitas pelayanan jasa berdasarkan dimensi kualitas pelayanan jasa.....	83
4.3.5.3. Rekapitulasi dan analisis kualitas pelayanan jasa berdasarkan kesimpulan terkait kepuasan konsumen serta kritik dan saran.....	130

4.4. <i>Development of Review Findings and Recommendations Phase</i> (Tahap Pengembangan Temuan dan Rekomendasi).....	137
4.5. Peranan Pemeriksaan Operasional Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen <i>Café S</i> (cabang Bandung)	164
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	170
5.1. Kesimpulan	170
5.2. Saran	172
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENELITI	

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1. Perubahan Konsumsi Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi.....	1
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 3.1. Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 3.2. Struktur Organisasi <i>Café S</i> (cabang Bandung).....	41
Gambar 4.1. Gambar Hari Kunjungan Responden.....	67
Gambar 4.2. Gambar Jenis Kelamin Responden.....	68
Gambar 4.3. Gambar Usia Responden.....	68
Gambar 4.4. Gambar Frekuensi Kunjungan Responden.....	69
Gambar 4.5. Gambar Tujuan Kunjungan Responden.....	70
Gambar 4.6. Gambar Sumber Informasi Responden.....	71
Gambar 4.7. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Suasana <i>Café</i> Yang Nyaman.....	72
Gambar 4.8. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Kualitas Pelayanan Jasa Yang Memuaskan.....	73
Gambar 4.9. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Kualitas Makanan Yang Sesuai.....	75
Gambar 4.10. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Variasi Menu Beragam.....	76
Gambar 4.11. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Kebersihan <i>Café</i>	77
Gambar 4.12. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Lokasi <i>Café</i>	79
Gambar 4.13. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Desain Interior <i>Café</i> Yang Unik.....	80
Gambar 4.14. Pertimbangan Responden Memilih <i>Café S</i> (cabang Bandung) Sebagai Tempat Makan Karena Lain-lain.....	81
Gambar 4.15. Penilaian Responden terhadap Perlengkapan Makan yang Disediakan Lengkap.....	84

Gambar 4.16. Penilaian Responden terhadap Setiap Area Memiliki Desain yang Menarik dan Unik.....	86
Gambar 4.17. Penilaian Responden terhadap Suasana <i>Café</i> Nyaman.....	87
Gambar 4.18. Penilaian Responden terhadap Fasilitas yang <i>Café</i> Berikan Bersih dan Dalam Keadaan Baik.....	89
Gambar 4.19. Penilaian Responden terhadap Fasilitas Parkir <i>Café</i> Luas dan Memadai.....	91
Gambar 4.20. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Harapan.....	94
Gambar 4.21. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan.....	95
Gambar 4.22. Penilaian Responden terhadap Pesanan yang Diterima Sesuai Dengan Yang Dipesan.....	97
Gambar 4.23. Penilaian Responden terhadap Rasa Makanan Dan Minuman Yang Disajikan Enak.....	98
Gambar 4.24. Penilaian Responden terhadap Tagihan Yang Diberikan Sesuai Dengan Pesanan Yang Dipesan.....	100
Gambar 4.25. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Tanggap Dalam Menjelaskan Menu Yang Tidak Diketahui Konsumen.....	103
Gambar 4.26. Penilaian Responden Terhadap Pesanan Disajikan Dengan Cepat...	104
Gambar 4.27. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Menanggapi Kebutuhan Dengan Cepat.....	106
Gambar 4.28. Penilaian Responden terhadap Permintaan Tagihan (<i>Bill</i>) Dilakukan Dengan Cepat.....	107
Gambar 4.29. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Menyelesaikan Keluhan Dengan Cepat.....	109
Gambar 4.30. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Melayani Konsumen Dengan Sopan Dan Ramah.....	112
Gambar 4.31 Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Dapat Menjelaskan Menu Dengan Jelas Dan Rinci.....	113
Gambar 4.32. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Mencatat Pesanan Dengan Teliti Dan Memastikan Pesanan Yang Dipesan Sudah Sesuai.....	115

Gambar 4.33. Penilaian Responden terhadap <i>Café</i> Selalu Menjaga Kebersihan Serta Kesegaran Makanan Dan Minuman.....	116
Gambar 4.34. Penilaian Responden terhadap <i>Café</i> Menjamin Keamanan Dan Kerahasiaan Identitas Konsumen Saat Bertransaksi.....	118
Gambar 4.35. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Memberikan Perhatian Kepada Konsumen.....	121
Gambar 4.36. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Mendahulukan Kepentingan Konsumen.....	122
Gambar 4.37. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Peduli Dan Memperhatikan Kebutuhan Konsumen Tanpa Diminta.....	124
Gambar 4.38. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Memberikan Perhatian Serius Kepada Konsumen.....	125
Gambar 4.39. Penilaian Responden terhadap <i>Waiters</i> Memberikan Pelayanan Dengan Sepenuh Hati Untuk Semua Konsumen.....	127
Gambar 4.40. Pelayanan Jasa <i>Café</i> Sesuai Dengan yang Diharapkan.....	131
Gambar 4.41. Pelayanan Jasa yang Diberikan Sudah Menciptakan Kepuasan Bagi Responden.....	132
Gambar 4.42. Pendapat Responden Untuk Berkunjung Kembali.....	133
Gambar 4.43. Pendapat Responden Merekomendasikan <i>Café S</i> (cabang Bandung).....	134

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 3.1. Pemberian Skor dalam Skala Likert.....	34
Tabel 3.2. Kategori penilaian berdasarkan interval.....	35
Tabel 4.1. Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terkait Dimensi <i>Tangibles</i>	92
Tabel 4.2. Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terkait Dimensi <i>Reliability</i>	101
Tabel 4.3. Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terkait Dimensi <i>Responsiveness</i>	110
Tabel 4.4. Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terkait Dimensi <i>Assurance</i>	119
Tabel 4.5. Hasil Rekapitulasi Penilaian Responden Terkait Dimensi <i>Empathy</i>	128
Tabel 4.6. Rata-Rata Skor Akhir Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa.....	130
Tabel 4.7. Kritik dan Saran <i>Café S</i> (cabang Bandung) Terkait Kualitas Pelayanan Jasa Yang Perlu Ditingkatkan.....	135

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. Hasil Wawancara dengan *Regional Manager* pada Tahap Perencanaan
- LAMPIRAN 2. Wawancara dengan *Outlet Manager* pada Tahap Kerja Lapangan
- LAMPIRAN 3. Hasil Wawancara dengan *Kitchen* pada Tahap Kerja Lapangan
- LAMPIRAN 4. Hasil Wawancara dengan *Waiters* pada Tahap Kerja Lapangan
- LAMPIRAN 5. Hasil Observasi pada Tahap Kerja Lapangan
- LAMPIRAN 6. Hasil Observasi pada Tahap Perencanaan
- LAMPIRAN 7. Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa pada Tahap Pemeriksaan Lapangan
- LAMPIRAN 8. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Terkait Profil Responden Kualitas Pelayanan Jasa *Café S* (cabang Bandung)
- LAMPIRAN 9. Pertimbangan Responden dalam Memilih *Café S* (cabang Bandung) Sebagai tempat Makan
- LAMPIRAN 10. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Tangibles*
- LAMPIRAN 11. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Reliability*
- LAMPIRAN 12. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Responsiveness*
- LAMPIRAN 13. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Assurance*
- LAMPIRAN 14. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Empathy*
- LAMPIRAN 15. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Terkait Kesimpulan, Serta Kritik dan Saran dari Responden
- LAMPIRAN 16. Rekomendasi Peletakan *Speaker*
- LAMPIRAN 17. Rekomendasi *Handy Talkie*
- LAMPIRAN 18. Sanksi Bagi Karyawan Ketika Melakukan Pelanggaran
- LAMPIRAN 19. Kriteria Karyawan Dalam Proses Rekrutmen

BAB 1

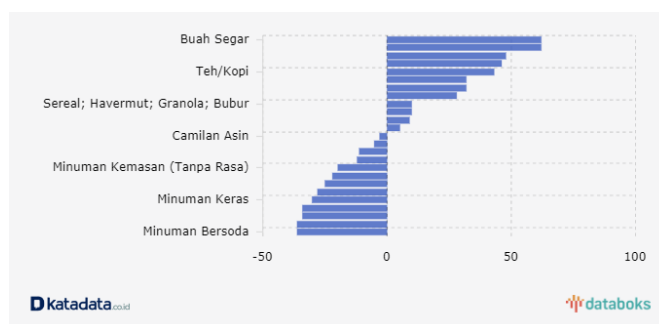
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sandiaga Salahudin Uno yang merupakan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia mengatakan dalam acara Karya Kreatif Indonesia pada 31 Agustus 2020 bahwa kuliner merupakan subsektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif.¹ Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), subsektor kuliner menghasilkan 41 persen atau Rp455,44 triliun dari total PDB ekonomi kreatif.² Meningkatnya mobilitas serta perubahan gaya hidup mendorong pertumbuhan *coffee shop* yang cukup pesat. Kemunculan *coffee shop* terutama di kota Bandung dinilai mengikuti gaya hidup masyarakat tidak hanya di Indonesia namun di dunia. Masyarakat beralih dari yang sebelumnya hanya penggemar kopi yang datang ke *coffee shop* namun sekarang masyarakat datang ke *coffee shop* untuk bertemu dengan rekan bisnis, tempat nongkrong, dimana gaya hidup ini sesuai dengan karakter masyarakat Indonesia yang suka berkumpul. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Gambar 1.1.

Perubahan Konsumsi Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi



Sumber: *databoks.co.id*

¹ Elsa Catriana, "Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia" (<https://money.kompas.com/read/2020/08/30/151100526/ini-3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-penyumbang-terbesar-pdb-indonesia>, Diakses pada 11 Maret 2022, 19.10)

² Silvita Agmasari, "Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia" (<https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sector-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia?page=all#page2>, Diakses pada 11 Maret 2022, 19.10)

Berdasarkan dari survei yang dilakukan oleh Firmenich, yang dikutip dari *databoks.co.id* dalam laporan *GDP Venture* pada tanggal 27 April 2021, dapat diketahui bahwa kehidupan masyarakat Indonesia yang berdampingan dengan pandemi telah mendorong perubahan konsumsi masyarakat Indonesia terutama masyarakat yang mengkonsumsi teh dan kopi yang meningkat sebanyak 43%.

Hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah *coffee shop* yang ada, yang berdampak pada tingkat persaingan yang semakin tinggi. Agar *coffee shop* dapat saling bersaing dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, maka tingkat kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan. Kepuasan konsumen merupakan cara terbaik untuk menjaga loyalitas konsumen. Bisnis yang *customer-centric* membutuhkan konsumen agar dapat mencapai kesuksesan. Strategi perusahaan yang menggunakan *customer-centric* model berfokus pada memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sehingga loyalitas konsumen dapat dicapai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan PwC, disimpulkan bahwa 73% responden memilih pengalaman konsumen sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian³. Banyak cara dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Café S yang berlokasi di Bandung merupakan *café* dengan konsep *urban jungle* yang menghadirkan tanaman hijau di tengah hiruk pikuk kota. *Urban jungle* adalah sebuah konsep dekorasi yang menggunakan tanaman untuk membentuk suasana yang alami dan seolah-olah berada di alam. Selain dihiasi dengan pepohonan yang hijau, *café* yang berlokasi di Jalan Cipaganti juga memiliki desain bangunan yang unik. Bangunan *café* ini seakan-akan seperti bangunan yang semi hancur. Tempatnya dapat terbilang unik, selain berlokasi di belakang sebuah hotel di daerah Cipaganti, pengunjung harus melewati pepohonan dengan jalanan kecil ketika menuju *café*. *Café S* (cabang Bandung) memperhatikan protokol kesehatan yaitu dengan menjalankan 3M (Memakai masker, Menjaga jarak, dan Mencuci tangan pakai sabun) kepada seluruh konsumen dan karyawan, membatasi kapasitas tempat duduk hingga membatasi jam operasi.

³ Pwc.com, "Inside the customer experience disconnect", <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>, Diakses pada 11 Maret 2022, 20.10)

Atmosfir dan desain *café* yang unik serta area *outdoor* yang *homy* membuat pengunjung nyaman untuk bersantai dalam waktu lama. Area *café* terbagi menjadi tiga yaitu area A, area B, dan area VIP dengan luas masing-masing area sekitar $45\text{m}^2 - 50\text{m}^2$. Selain desain dan suasana, jasa yang diberikan juga memiliki peranan penting dalam upaya untuk menjaga kepuasan konsumen yang juga dapat berdampak pada kesetiaan konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan untuk melakukan *revisit* ketika konsumen memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan yang diberikan. Sebuah bisnis harus mengoptimalkan jasa yang diberikan agar mereka bisa menjaga loyalitas konsumen.

Pemeriksaan operasional belum pernah dilakukan sebelumnya pada *Café S* (cabang Bandung). Disamping suasana yang cocok untuk bersantai dan berkumpul, masih terdapat kelemahan dari aktivitas operasi restoran seperti waktu tunggu penyajian makanan dan minuman yang cukup lama terutama ketika keadaan *café* sedang ramai di hari weekend dan ketika sore menjelang malam, pelayanan kurang tanggap, kurangnya pengetahuan *waiters* terhadap menu yang tersedia, kebersihan yang kurang terjaga, serta tidak ada plang/penanda *café* tepat di depan lokasi *café*. Pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan serta memberikan rekomendasi dan saran bagi *Café S* (cabang Bandung) agar dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan konsumen sehingga *Café S* (cabang Bandung) memiliki *competitive advantage* yang dapat memberikan keunggulan di tengah persaingan pasar.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dirumuskan beberapa masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan dan prosedur yang ditetapkan oleh *Café S* (cabang Bandung) terkait aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Café S* (cabang Bandung)?

3. Apa manfaat dari pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen di *Café S* (cabang Bandung)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh *Café S* (cabang Bandung) terkait aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Mengetahui penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Café S* (cabang Bandung).
3. Mengetahui manfaat yang dapat diperoleh dari pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen di *Café S* (cabang Bandung).

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut ini:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman peneliti mengenai pemeriksaan operasional atas aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta kemampuan peneliti dalam berkomunikasi dan bekerjasama dengan berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan pihak perusahaan memperoleh manfaat dari pemeriksaan operasional dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan serta kelemahan yang masih harus

diperhatikan serta saran dan rekomendasi yang dibutuhkan agar dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi pembaca

Penelitian bertujuan untuk menambah pengetahuan pembaca mengenai pemeriksaan operasional atas aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, yang berfokus pada faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melaksanakan penelitian dengan topik serupa di masa yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran

Kemunculan *coffee shop* kekinian mendorong persaingan yang cukup ketat pada dunia industri kuliner. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *coffee shop* atau biasa memiliki sebutan warung kopi atau kedai kopi merupakan suatu tempat yang biasanya menyajikan produk olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Pemilik bisnis harus beradaptasi dengan perilaku masyarakat yang terus berubah, terlebih dalam kondisi pandemi Covid-19 yang belum berakhir. Pemilik bisnis dituntut untuk mampu menciptakan *competitive advantage* atas jasa yang diberikan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam industri kuliner, *competitive advantage* dalam hal aktivitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor untuk mencapai kepuasan konsumen. Menurut Porter (1998: 12), *competitive advantage* adalah inti dari kinerja suatu perusahaan pada pasar persaingan (*competitive market*). Maka, semakin kuat kemampuan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing, yakni dalam hal ini *coffee shop*, maka akan semakin tinggi kinerjanya.

Keunggulan kompetitif adalah ketika perusahaan mampu untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik daripada pesaing dengan menjalankan operasi yang lebih efektif, menawarkan harga yang bersaing namun dengan kualitas yang terjamin serta menjadi lebih menarik bagi konsumen. Schermerhorn (2011:209) berpendapat bahwa keunggulan kompetitif adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik sehingga lebih unggul dari pesaing.

Setiap perusahaan pastinya memiliki tujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, dan konsumen berperan penting sebagai aset terbesar untuk

mencapai tujuan ini. Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan aspek kualitas pelayanan. Menurut Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2011:164), kualitas merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi yang diharapkan. Menurut Kasmir (2017:47), pelayanan merupakan tindakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama karyawan, dan pimpinan. Wyckof (dalam Tjiptono, 2011:59) berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian dari tingkatan keunggulan dalam upaya untuk memenuhi keinginan konsumen.

Dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan, pemahaman terhadap konsumen menjadi hal yang sangat penting. Kotler & Keller (2016:392) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai “perasaan senang atau kecewa seseorang” yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil produk dengan ekspektasi atau yang diharapkan. Ekspektasi konsumen dipengaruhi oleh *word of mouth*, testimoni, serta apa yang dijanjikan oleh sebuah bisnis.

Secara tidak sadar, konsumen mengukur kualitas pelayanan yang mereka dapatkan ketika mengunjungi *café*. Tingkat kualitas pelayanan yang tinggi berarti jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Parasuraman (1988:23), dimensi kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi, yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak ekstern. Bukti fisik sebagai bukti nyata dari jasa pelayanan yang diberikan, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dll.), perlengkapan dan peralatan (teknologi), serta penampilan dari karyawan.
2. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa pelayanan secara akurat sesuai dengan harapan konsumen (ketepatan waktu, pelayanan yang setara untuk semua konsumen, sikap simpatik, tingkat akurasi yang tinggi) dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas dan lengkap.

4. *Assurance* atau jaminan yaitu kemampuan karyawan untuk menanamkan dan menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan dengan komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun menjadi perhatian.
5. *Emphaty* atau empati yaitu karyawan memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen. Perusahaan yang baik diharapkan memahami kebutuhan konsumen dan memiliki pengetahuan tentang konsumen.

Tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan analisis terkait kualitas pelayanan jasa yaitu diharapkan kegiatan operasi yang efektif dan efisien dapat tercapai dan menilai kinerja operasi untuk menjadi evaluasi di masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini, pemeriksaan operasional dilakukan terkait aktivitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Reider (2002:2), pemeriksaan operasional merupakan proses menganalisis kegiatan operasi perusahaan dengan tujuan mengidentifikasi celah atau area yang bermasalah dan kemudian dilakukan evaluasi secara berkelanjutan.

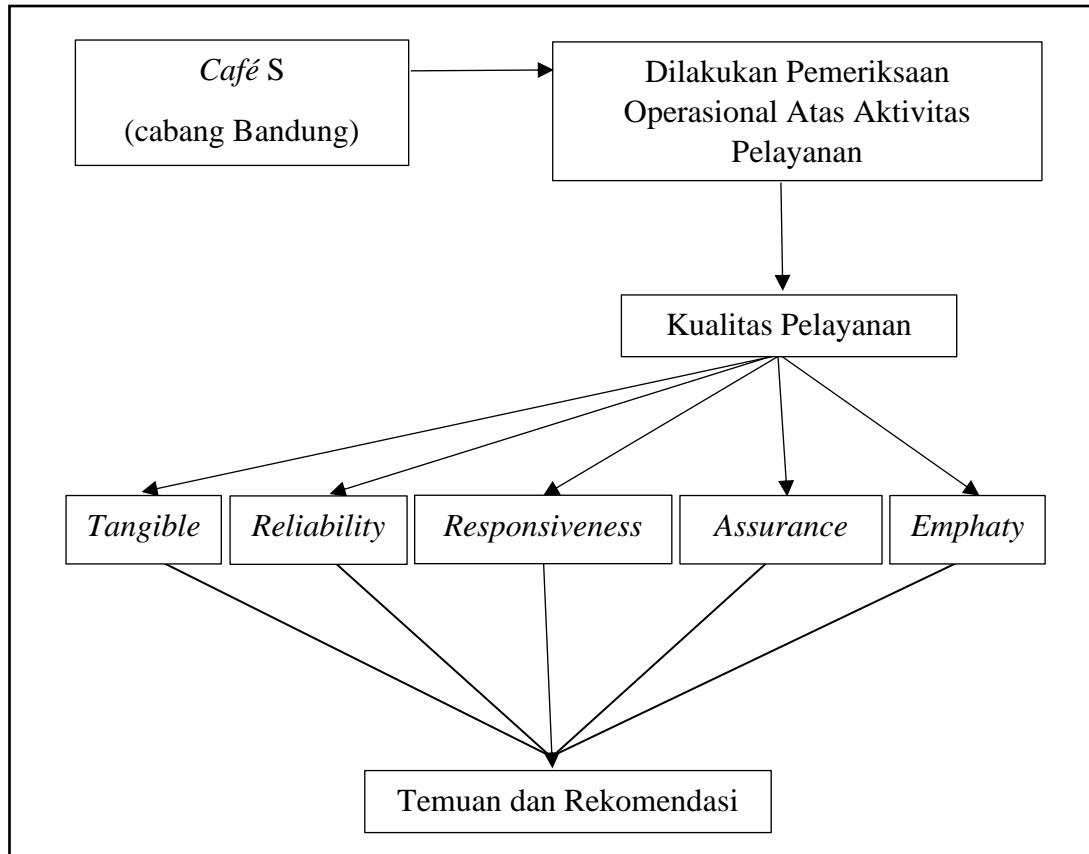
Menurut Reider (2002:39), terdapat lima tahap dalam melakukan pemeriksaan operasional yaitu: *Planning Phase*, *Work Program Phase*, *Field Work Phase*, *Development of Findings and Recommendations Phase*, dan *Reporting Phase*.

Tahap pertama *Planning* dimulai dari mengumpulkan informasi terkait aktivitas operasi *café*, mengidentifikasi kemungkinan masalah, dan informasi lainnya sebagai dasar untuk mengembangkan dasar pemeriksaan operasional. Tahap kedua *Work Program*, pada tahap ini dipersiapkan rencana kerja yang sistematis untuk melakukan pemeriksaan operasional. Tahap ketiga *Field Work*, pada tahap ini rencana sistematis yang dibuat pada tahap *Work Program* kemudian direalisasikan dengan mengumpulkan bukti serta informasi yang mendukung lalu bukti dan informasi tersebut dianalisis dengan tujuan mengetahui area mana yang perlu diperbaiki. Tahap keempat yaitu *Development of Findings and Recommendations*, temuan dari tahap sebelumnya dikembangkan berdasarkan lima atribut yaitu kondisi, kriteria, efek, penyebab, dan rekomendasi. Tahap terakhir yaitu *Reporting*, pada tahap ini laporan dibuat berdasarkan empat tahap yang telah dilakukan sebelumnya.

Dengan dilakukannya kelima tahapan operasional diharapkan saran dan rekomendasi yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan diharapkan

café dapat bersaing dan memiliki keunggulan yang kompetitif di dalam industri kuliner.

Gambar 1.2.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti