

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang telah dilakukan pada café Kopi Duro terkait dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, dapat dirangkum bahwa:

1. Kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh Kopi Duro terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara umum sudah diterapkan dengan baik. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan Kopi Duro belum sepenuhnya terlaksana dan diterapkan dengan baik dan maksimal. Hal ini dikarenakan masih terdapat karyawan yang bekerja tidak sesuai prosedur dan kebijakan yang berlaku. Contohnya saat melakukan observasi di tahap kerja lapangan, barista tidak memberikan senyum bahkan menyapa pelanggan, barista lupa melakukan *upselling* (teknik untuk memaksimalkan penjualan dengan merekomendasikan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi) pada saat pelanggan hendak memesan, barista tidak berpakaian seperti yang seharusnya dianjurkan, dan karena keterbatasan karyawan sehingga barista tidak dapat memaksimalkan pelayanannya kepada pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Kopi Duro, masih terdapat beberapa hal yang menunjukkan bahwa barista tidak melakukan prosedur dengan baik seperti membersihkan area kafe kurang terjaga dengan baik dikarenakan barista tidak selalu memastikan kebersihan café, waktu penyajian produk untuk pelanggan cukup lama meskipun keadaan café tidak ramai dan barista kurang tanggap dan kurang cepat dalam memenuhi permintaan pelanggan. Barista kurang cekatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan dikarenakan tidak ada laporan khusus terkait dengan evaluasi kinerja barista setiap harinya, barista menjadi kurang ramah kepada pelanggan dan barista tidak sepenuhnya menjelaskan dengan baik terkait dengan informasi didalam

menu.

Selain itu, belum adanya kebijakan dan prosedur yang mengatur mengenai:

- a. Pemberian surat peringatan terhadap karyawan yang telah melakukan kesalahan fatal seperti mengganggu kenyamanan pelanggan atau kesalahan yang berdampak terhadap penurunan penjualan, jika surat peringatan sudah lebih dari 3 kali dan karyawan terbukti membuat kesalahan yang disebutkan, maka karyawan sebaiknya diberikan sanksi tegas berupa PHK.
 - b. Waktu maksimal dalam penyajian pesanan lebih di uji lagi, karena pada kenyataannya waktu penyajian yang ditetapkan sebelumnya sudah tidak akurat lagi. Maka sebaiknya diberikan penetapan waktu maksimal penyajian produk agar karyawan lebih gesit dan tepat terkait dengan takaran produk yang dibuat.
 - c. Fasilitas yang tersedia lebih baik dilakukan kewajiban kebersihan untuk setiap *shift* karyawan tertentu dan dilakukan pengecekan rutin, seperti area kursi dan meja, toilet, dan area outdoor didepan café.
2. Berdasarkan hasil kuesioner terkait dengan kualitas produk yang diberikan oleh Kopi Duro, penilaian pelanggan terhadap kualitas produk cenderung sudah memasuki kategori sangat baik yaitu dengan skor akhir rata-rata sebesar 80,4%. Dapat diartikan bahwa penilaian responden pada kualitas produk secara keseluruhan sudah baik, namun ada beberapa aspek masih mendapatkan kategori baik yaitu pada dimensi rasa, penampilan, aroma, dan tingkat kematangan. Dimana pada dimensi rasa pelanggan mengharapkan kekonsistenan rasa dari produk yang disajikan dan juga rasa yang bervariasi terkait dengan produk minuman kopi. Penampilan produk lebih diperhatikan lagi agar terlihat lebih menarik dimata pelanggan. Lalu aroma pada produk minuman yang seringkali tidak mencerminkan produk yang sebenarnya, karena tertutupi oleh kemasan yang ada, misalnya jika pelanggan memesan varian es kopi susu hazelnut maka seharusnya aroma dari minuman tersebut tidak jauh dari aroma kopi dan aroma kacang. Sedangkan tingkat kematangan terjadi pada suatu produk makanan yang menurut pelanggan kadang produk yang disajikan tidak terlalu matang, sehingga mengurangi selera pelanggan

untuk menghabiskan produk makanan tersebut. Dengan begitu, meskipun penilaian di kualitas produk sudah tergolong sangat baik namun beberapa hal di atas perlu menjadi perhatian manajemen sehingga bisa memaksimalkan potensial produk yang lebih menjual dan memikat selera pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan yang belum merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh Kopi Duro.

Sedangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Duro berdasarkan penilaian pelanggan sudah baik dengan skor akhir rata-rata seluruh dimensi kualitas pelayanan sebesar 80,36%. Dimana dimensi *empathy* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 80%, dengan skor paling rendah dalam pernyataan karyawan peduli dan memahami kebutuhan pelanggan adalah sebesar 75,2%, hal ini dapat terjadi karena beberapa karyawan tidak peduli dengan kebutuhan pelanggan seperti halnya merekomendasikan menu dan tidak sigap dalam membersihkan meja. Dimensi *tangibles* mendapatkan rata-rata skor akhir 65,7% menjadi yang paling rendah dibanding dimensi lainnya, hal ini dapat terjadi karena fasilitas yang ada di Kopi Duro tidak dapat terjaga dengan baik kebersihannya dan tidak dapat di maksimiliasi dengan baik terkait dengan fasilitas parkir yang ada dan juga Kopi Duro sangat minim protocol Kesehatan yang mana hanya mengandalkan *hand sanitizer* saja. Dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 84,6%, meskipun sudah baik masih terdapat beberapa hal yang kurang maksimal yaitu terkait dengan proses pembuatan produk saat keadaan sedang ramai cenderung terlalu lama. Dimensi *responsiveness* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 85% dimana karyawan sudah cukup tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan. Sedangkan yang terakhir yaitu dimensi *assurance* secara keseluruhan sudah baik, namun karyawan masih perlu dilatih kembali terkait dengan pemahamannya atas menu yang disajikan serta dapat berkomunikasi lebih baik lagi. Dengan begitu, masih banyak hal yang perlu diperhatikan oleh Kopi Duro terkait dengan kualitas pelayanan yang mana pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Mengenai kedua hal di atas tentu sangat berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan, rata-rata pelanggan yang enggan merekomendasikan Kopi Duro

kepada kerabat terhitung 45 orang dan juga tidak sedikit yang merasa tidak puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan terhitung 39 orang berdasarkan hasil kuesioner. Hal ini dapat diartikan bahwa penilaian responden mengenai kepuasan pelanggan secara keseluruhan belum terlalu baik karena masih dapat kelemahan-kelemahan yang belum bisa membuat responden merasa puas. Maka kelemahan tersebut harus diperbaiki agar kepuasan pelanggan dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan yang disajikan semakin meningkat.

3. Manfaat yang diperoleh dari pemeriksaan operasional yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di Kopi Duro yaitu diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak café untuk memberikan masukan dan saran terkait dengan perbaikan yang harus dilakukan guna memperbaiki kualitas produk dan pelayanan melalui rekomendasi yang peneliti berikan kepada pihak café. Sehingga rekomendasi tersebut diharapkan dapat mengatasi kelemahan yang masih terdapat pada café khususnya terkait dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dengan di selesaikannya masalah dan kelemahan yang ada pada café maka diharapkan kepuasan pelanggan Kopi Duro dapat meningkatkan sehingga Kopi Duro dapat bersaing dan terus berkembang ditengah jaman ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap temuan kelemahan yang ditemukan pada tahap pemeriksaan operasional yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa saran untuk pihak Kopi Duro guna meningkatkan kepuasan pelanggan:

- a. Terdapat standar takaran minuman yang sudah ditetapkan oleh Kopi Duro, diharapkan karyawan lebih memerhatikan hal ini. Dan pihak *head barista* setidaknya melakukan pemeriksaan rutin seminggu sekali untuk menguji standar minuman tersebut.
- b. Melakukan riset terhadap jenis makanan yang dijual, setidaknya untuk cemilan sederhana namun mengenyangkan (seperti gorengan atau roti) sebagai pelengkap dikala menikmati kopi. Agar pelanggan merasa lebih nyaman berada di café, sehingga tidak melakukan pemesanan secara online

yang dapat mengakibatkan sampah berserakan. Jika cemilan tersebut dapat disajikan, maka kemungkinan besar Kopi Duro dapat menghasilkan keuntungan lebih.

- c. Mengikuti trend minuman saat ini dengan menentukan harga jual yang relatif terjangkau agar menang bersaing dengan café lain yang menjual cenderung diharga tinggi. Karena jika dilihat dari target pasar dan responden Kopi Duro yang sebagian besar merupakan remaja yang menduduki tingkat sekolah dan perkuliahan, harga yang terjangkau merupakan opsi yang menjanjikan untuk café ini.
- d. Kemiripan produk dengan yang ada di menu foto, pamflet, dan sebagainya perlu dilakukan pengecekan rutin oleh manajemen terkait dengan penyajian produk kepada pelanggan tersebut di setiap minggunya.
- e. Karyawan Kopi Duro perlu mencari referensi melalui media sosial untuk menentukan presentasi makanan yang menarik tapi mudah untuk disajikan.
- f. Kopi Duro perlu melakukan peraturan terkait dengan kewajiban karyawan membersihkan fasilitas café, seperti perlu dibersihkan dua sampai tiga kali dalam sehari di jam tertentu. Antisipasi bila karyawan malas, maka manajemen perlu sesekali melakukan pengecekan dihari tertentu untuk membuktikan apakah karyawan membersihkan fasilitas toiletnya atau tidak. Dan jika terjadi keramaian terus-menerus dalam café, maka karyawan dapat meminta tolong karyawan lain yang bersedia.
- g. Disamping Kopi Duro terdapat lahan tidak terpakai berisikan lahan kebun yang terdapat kayu-kayu belum diolah, maka sebaiknya dijadikan fasilitas parkir tambahan bagi pelanggan atau bisa dengan memperluas area café.
- h. Mempertimbangkan pengadaan promo yang rutin untuk menarik perhatian pelanggan di beberapa hari penting ataupun dihari tertentu.
- i. Menambahkan WiFi di setiap area sehingga satu area mendapatkan satu WiFi untuk kenyamanan pelanggan dalam mengerjakan tugasnya.
- j. Menambahkan atap kanopi supaya lebih Panjang dari sebelumnya sehingga saat hujan pelanggan tidak akan terciprat air hujan.

- k. Pembagian jam kerja yang lebih efisien agar karyawan tidak merasa kewalahan jika hanya satu orang di café, Kopi Duro dapat membagi jam kerja dengan *shift time* berbeda hari.
- l. *Briefing* menjadi suatu bentuk keharusan, karena untuk mencapai target yang lebih baik dari hari sebelumnya. Setidaknya diadakan selama seminggu 3x.
- m. Memberikan sanksi bukan hanya teguran jika lebih dari sekali, sanksi yang jelas seperti surat peringatan, pemotongan gaji, hingga PHK. Untuk memotivasi karyawan lain dalam bekerja lebih baik, dan memberikan *reward* kepada karyawan yang dapat melebihi target penjualan.
- n. Menambahkan karyawan bagian kasir agar barista tidak perlu mengoperasikan kasir lagi karena hal itu membuat barista kewalahan. Maka barista dapat memaksimalkan pelayanan dan pembuatan produk kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fiani, S. Margaretha dan Edwin Japarianto. (2012). "Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016) *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., & Hogan, C. E. (2017). *Auditing and Assurance Services Sixteenth Edition: An Integrated Approach*. London: Pearson Education Limited.
- Reider, R. (2002). *Operational Review: Maximum Results At Efficient Costs*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education, Inc.
- Aaker, D., & G.D. (2013). *Marketing Research, 13th Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons.