

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan atas kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa HittoBitto, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang berhubungan dengan pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan HittoBitto. Kesimpulan dari penelitian ini antara lain:

1. Kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh HittoBitto terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan sudah baik secara keseluruhan. Seluruh karyawan mengetahui tugas dan tanggung jawabnya masing-masing serta mengikuti kebijakan dan prosedur yang berlaku di HittoBitto. Kebijakan terkait kualitas produk yang telah diterapkan dengan baik oleh karyawan HittoBitto adalah selalu mengolah produk makanan/ minuman HittoBitto sesuai dengan standar resep yang telah ditentukan, menyajikan makanan/ minuman dengan cita rasa yang baik, dan menjaga kebersihan dan kesegaran setiap produk makanan/ minuman yang diolah. Sedangkan untuk kebijakan terkait dengan kualitas pelayanan jasa yang telah diterapkan dengan baik oleh karyawan HittoBitto adalah para karyawan telah melayani pelanggan mulai dari pelanggan datang sampai pelanggan pulang dengan memberikan sapaan, mengantarkan pelanggan ke meja, menuliskan pesanan, mengantarkan produk makanan/ minuman kepada pelanggan, dan membantu pelanggan menyelesaikan transaksi pembayaran. Karyawan juga telah membantu para pelanggan dalam menangani keluhan dan masalah yang dialami oleh pelanggan ketika berkunjung ke HittoBitto.

Namun dalam pelaksanaannya, masih terdapat sejumlah produk makanan/ minuman yang disajikan tidak memiliki cita rasa yang baik, tampilan dari makanan/ minuman yang kurang rapi, suhu dari makanan/ minuman yang dirasa kurang sesuai dengan standar, dan makanan/ minuman yang tidak memiliki

aroma yang dapat menggugah selera pelanggan. Terkait dengan aktivitas pelayanan pun masih terdapat sejumlah kekurangan, yaitu tidak adanya pembagian tugas yang jelas sehingga pelayanan menjadi tidak optimal, karyawan yang tidak berinisiatif memberikan rekomendasi menu, karyawan yang membiarkan pelanggan terlalu lama untuk mendapatkan meja, dan karyawan yang masih kurang mampu menjelaskan deskripsi menu dengan jelas kepada pelanggan. Hal-hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan HittoBitto dan berdampak buruk pada citra restoran di mata masyarakat.

2. Penilaian pelanggan terkait kualitas produk dan aktivitas pelayanan jasa yang diberikan HittoBitto dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, di mana responden tersebut merupakan satu orang pelanggan dari setiap meja di HittoBitto. Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh skor rata-rata dari lima dimensi kualitas produk yaitu sebesar 77.7%. Untuk dimensi *presentation* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 82.8%. Untuk dimensi *healthy options* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 73.8%. Untuk dimensi *taste* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 73.6%. Untuk dimensi *freshness* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 80.7%. Untuk dimensi *temperature* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 77.8%. Sedangkan skor rata-rata dari lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu sebesar 80.9%. Untuk dimensi *tangible* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 80.4%. Untuk dimensi *reliability* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 81.1%. Untuk dimensi *responsivness* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 79.8%. Untuk dimensi *assurance* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 83%. Untuk dimensi *empathy* memiliki rata-rata skor akhir sebesar 80.3%.

Berdasarkan hasil kuesioner juga, dapat diketahui bahwa 100 dari 100 pelanggan merasa puas atas pelayanan jasa yang diberikan oleh HittoBitto. Dapat diketahui juga bahwa 98 dari 100 pelanggan ingin datang kembali ke HittoBitto. Alasan pelanggan tidak ingin datang kembali ke HittoBitto adalah karena harganya yang dirasa kurang sepadan dengan apa yang didapat pelanggan dan lokasi HittoBitto yang hanya berada di Kota Bandung, karena pelanggan merupakan orang dari luar kota. Selain itu, didapati juga 100 dari 100 pelanggan merekomendasikan HittoBitto kepada orang lain. Artinya, walaupun rata-rata skor secara keseluruhan untuk lima dimensi kualitas produk hanya sebesar 77.7% dan

untuk lima dimensi kualitas pelayanan jasa hanya sebesar 80.9%, pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan tidak ragu untuk datang kembali serta merekomendasikan HittoBitto. Jika HittoBitto melakukan perbaikan atas kualitas produk dan aktivitas pelayanan jasa yang diberikan, hal tersebut tentunya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta membangun kesetiaan pelanggan terhadap HittoBitto.

3. Manfaat yang diperoleh HittoBitto dengan dilakukannya pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan aktivitas pelayanan jasa adalah restoran dapat menilai produk yang ditawarkannya melalui lima dimensi kualitas produk serta dapat menilai kinerja karyawan restoran melalui lima dimensi kualitas pelayanan. HittoBitto belum pernah melakukan pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa. Melalui pemeriksaan operasional yang dilakukan pada penelitian ini, HittoBitto dapat mengetahui kelemahan-kelemahan yang menyebabkan kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan belum optimal. Kelemahan-kelemahan tersebut dikelompokkan berdasarkan dengan lima dimensi kualitas produk dan lima dimensi kualitas pelayanan sehingga HittoBitto dapat mengetahui dimensi mana yang masih belum optimal secara detil dan rinci sehingga perlu ditingkatkan lagi. Hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi HittoBitto dalam memberikan produk dan aktivitas pelayanan jasa yang lebih baik lagi.

Diperoleh juga rekomendasi-rekomendasi yang mencakup kualitas produk terkait dengan penyajian produk, opsi sehat produk, cita rasa produk, kesegaran produk, dan temperatur produk. Rekomendasi yang diperoleh juga mencakup kualitas pelayanan terkait dengan bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Rekomendasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan pelaksanaan perbaikan atas kelemahan yang dimiliki HittoBitto. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu HittoBitto dalam memperbaiki kualitas produk dan aktivitas pelayanan jasa yang diberikan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan HittoBitto.

5.2. Saran

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh beberapa rekomendasi atau saran yang diberikan untuk HittoBitto dalam melakukan perbaikan terhadap kualitas produk dan aktivitas pelayanan jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut merupakan rekomendasi atau saran yang diberikan:

1. Kualitas produk berkaitan dengan dimensi *presentation*:
 - a. Membeli peralatan khusus *sushi* seperti pisau yang lebih baik dengan memperhatikan faktor ukuran pisau, bentuk pisau, bahan pisau, dan bobot pisau. Serta mengasah ketajaman pisau secara berkala.
 - b. Memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada bagian *sushi* untuk memastikan bagian *sushi* memahami dengan baik teknik penggulungan *sushi* yang tepat.
 - c. Menyajikan makanan dengan ornamen warna yang lebih menarik untuk dapat meningkatkan perhatian pelanggan atas makanan tersebut. Selain itu, menyajikan makanan yang mudah untuk diambil oleh pelanggan.
 - d. Mempertimbangkan untuk menawarkan pilihan *buffet* dengan harga yang lebih tinggi untuk ukuran dan porsi setiap makanan yang lebih besar dibanding dengan *buffet* biasa. Selain itu, dapat menyajikan pula variasi menu yang lebih banyak lagi untuk dapat memberikan nilai tambah atau kesan yang lebih baik di mata pelanggan.
2. Kualitas produk berkaitan dengan dimensi *healthy options*:
 - a. Mengembangkan menu dengan nilai gizi yang tinggi dan seimbang dengan memperhatikan variasi protein, karbohidrat, lemak sehat, dan sayuran.
 - b. Membuat variasi baru atas opsi makanan sehat pada menu sehingga dapat menarik perhatian pelanggan.
 - c. Menambah menu *sushi non seafood* agar pelanggan dengan alergi *seafood* dapat memiliki opsi yang lebih memadai.
3. Kualitas produk berkaitan dengan dimensi *taste*:
 - a. Restoran membuat produk-produk ciri khas dari restoran yang hanya ditawarkan oleh HittoBitto saja. Hal ini untuk menjadi sebuah pembeda dari HittoBitto dengan restoran Jepang lainnya.

- b. Restoran harus selalu mengikuti tren dunia kuliner yang terus berkembang.
 - c. *Chef* memeriksa hasil produk makanan/ minuman yang diolah lebih ketat sehingga produk yang dihasilkan dapat semakin sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
 - d. Membuat dan menerapkan standar penerimaan kualitas bahan baku sehingga bahan baku yang diterima tidak memiliki perbedaan yang signifikan.
4. Kualitas produk berkaitan dengan dimensi *freshness*:
- a. Memberikan pelatihan kepada bagian dapur mengenai teknik mengolah makanan sehingga dapat meningkatkan aroma yang baik pada produk. Selain itu, dilakukan penambahan bahan-bahan aromatik ataupun rempah-rempah yang dapat menambah aroma makanan.
 - b. Membuat perhitungan atas *garnish* yang digunakan setiap harinya dan membuat dasar atau acuan jumlah penggunaan *garnish* berdasarkan dengan jumlah penggunaan hari yang sama pada satu minggu sebelumnya karena jumlah *demand* pelanggan tidak jauh berbeda dari minggu ke minggu lainnya.
5. Kualitas produk berkaitan dengan dimensi *temperature*:
- a. Bagian dapur meluangkan sedikit waktu untuk melakukan *resting food* sebelum memanggil *waiter* untuk mengantarkan produk makanan tersebut. Hal ini dilakukan agar produk yang disajikan kepada pelanggan sudah dalam kondisi yang tidak sangat panas sehingga dapat langsung disantap oleh pelanggan.
 - b. Memanaskan teh sampai 90° *celcius* sebelum teh disajikan agar teh yang disajikan kepada pelanggan tidak dalam keadaan yang hangat saja atau bahkan dingin
 - c. *Waiter* langsung segera menyajikan makanan/ minuman kepada pelanggan setiap kali bagian dapur, bagian *sushi*, ataupun bagian *bar* telah selesai membuat produknya tanpa perlu menunda.
 - d. Menurunkan suhu lemari pendingin untuk es krim dengan kisaran suhu -18° sampai -23° *celcius* agar es krim yang dihidangkan kepada pelanggan tidak terlalu cepat meleleh dan merubah teksturnya.

- e. Meningkatkan dan menurunkan suhu kompor prasmanan listrik secara berkala untuk memastikan makanan yang disajikan memiliki suhu makanan yang hangat.
6. Kualitas pelayanan jasa berkaitan dengan dimensi *tangible*:
- a. Menyediakan *free valet* atau jika tidak memungkinkan, juru parkir sebaiknya menginformasikan terlebih dahulu terkait tarif layanan *valet* kepada pelanggan.
 - b. Menambah jumlah dari tempat *tissue*, gambar promosi restoran, dan *condiment* tambahan agar seluruh meja dapat dilengkapi fasilitas tersebut dengan keadaan yang sama.
 - c. Memindahkan penempatan *bell* yang tidak dapat dengan mudah disadari oleh pelanggan.
 - d. Menyediakan ruangan untuk digunakan dalam menyimpan meja dan kursi tambahan sehingga peralatan tersebut tidak disimpan di musholla.
 - e. Memisahkan area pria dan wanita pada musholla dengan tirai pemisah. Sehingga pelanggan maupun karyawan yang beribadah tidak merasa terganggu.
 - f. Membuat *checklist monitoring* kebersihan toilet.
 - g. Menyediakan dua tempat sampah yang tertutup di toilet wanita. Satu tempat sampah khusus pembalut dan satunya untuk sampah yang bersifat umum.
 - h. Menyediakan *tissue* di dekat area *wastafel*.
 - i. Memasang lis tangga amplas pada setiap anak tangga restoran
7. Kualitas pelayanan jasa berkaitan dengan *reliability*:
- a. Karyawan menyampaikan promo, diskon, metode pembayaran, layanan *wifi*, dan waktu yang dibutuhkan untuk membuat satu pesanan kepada pelanggan pada saat pelanggan melakukan pemesanan awal.
 - b. Restoran membuat pembagian jadwal *shift* untuk seluruh karyawan dan menetapkan pembagian tugas yang jelas untuk *waiter*.
 - c. Mengadakan program *part time* untuk membantu pelayanan pada saat tingkat kesibukan restoran tinggi.
 - d. Lakukan *update software* pada sistem *print out* restoran secara berkala.
 - e. Memberikan *label* penanda pada setiap rasa *syrup*.

- f. Melakukan standarisasi pada bahan baku kopi yang konsisten dengan tidak menerima bahan kopi yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.
 - g. Membuat pencatatan dan *reorder point* atas bahan baku.
 - h. Membuat PIC khusus sebagai *waiter* yang selalu *stand by* pada meja area pintu masuk untuk menyambut pelanggan.
 - i. *Owner* sering memeriksa kinerja setiap karyawan melalui CCTV yang sudah tersedia pada area operasi restoran.
 - j. Melakukan analisis untuk mengolah makanan pada program *buffet*. Selain itu, restoran sebaiknya mencatat tren konsumsi pelanggan selama program *buffet* yang dapat membantu perencanaan porsi pada program *buffet* selanjutnya.
 - k. Membuat program promosi seperti *discount* dan *buy 1 get 1* sehingga pelanggan tidak merasa mengeluarkan uang yang terlalu banyak.
 - l. Membuat PIC khusus untuk memeriksa keadaan internal perusahaan secara berkala.
8. Kualitas pelayanan jasa berkaitan dengan dimensi *responsiveness*:
- a. Membuat PIC sebagai *waiter* yang selalu *stand by* pada meja area pintu masuk dan PIC sebagai admin yang menangani reservasi untuk menyambut pelanggan serta mengantarkan pelanggan sampai ke tempat duduk.
 - b. *Waiter* tidak berada jauh pada *dining area* sehingga ketika pelanggan memanggil, *waiter* dapat langsung melayani pelanggan. Selain itu, *waiter* pun sebaiknya dapat menangani lebih dari lima meja saja agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang lebih optimal.
 - c. Membuat pencatatan atas jumlah bahan dasar yang diolah setiap harinya dan membuat perencanaan pembuatan bahan dasar berdasarkan pencatatan tersebut.
 - d. Menetapkan *waiter* yang bertugas sebagai kasir sehingga *waiter* yang bertugas sebagai kasir kasir dapat lebih memfokuskan diri pada memberikan pelayanannya sebagai kasir.
9. Kualitas pelayanan jasa berkaitan dengan dimensi *assurance*:
- a. Juru parkir sebaiknya mengkonfirmasi terlebih dahulu keadaan kendaraan kepada pelanggan sebelum memarkirkan kendaraan. Hal tersebut untuk

meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antara pelanggan dengan juru parkir.

- b. *Waiter* menjelaskan setiap deskripsi produk dengan menggunakan seluruh istilah bahasa Indonesia. Selain itu, menu yang disediakan juga sebaiknya memuat seluruh gambar menu makanan/ minuman yang ditawarkan sehingga dapat menciptakan kesamaan persepsi pihak restoran dengan pelanggan.
 - c. HittoBitto mengajak para pelanggan untuk memberikan ulasan positif di *Google* sehingga *rating* dari HittoBitto di internet dapat meningkat. HittoBitto pun memberikan *compliment* kepada pelanggan yang telah memberikan ulasan positif di *Google*.
10. Kualitas pelayanan jasa berkaitan dengan dimensi *empathy*:
- a. Restoran menetapkan pembagian tugas yang seimbang kepada *waiter* sehingga *waiter* memiliki waktu yang memadai untuk melayani setiap pelanggan.
 - b. Menyediakan pelatihan kepada seluruh *waiter* mengenai seluruh deskripsi menu yang disajikan termasuk cara bagaimana memberikan rekomendasi kepada orang yang tepat.
 - c. Menyediakan kuesioner untuk pelanggan yang ingin menyampaikan keluhan, kritik, dan saran. Kuesioner tersebut menggunakan kertas yang berisi penilaian kepuasan pelanggan serta keluhan, kritik, dan saran di mana pada kuesioner tersebut, pelanggan tidak perlu mencantumkan identitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A.A., & dkk. (2020). Edisi 17. *Auditing and Assurance Services*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Atmaja, J. (2018). "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB" *Jurnal Ecodemica*, II(1):49-63.
- Govinaza, A., & Budiani, M. S. "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X" *Jurnal Penelitian Psikologi*, IX(5):143-152.
- Hayes, R., & dkk. (2014). Edisi 3. *Principle of Auditing*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). Edisi 10. *Operations Management*. United States: Pearson Prentice Hall.
- Indriawati, D. (2018). "Mall Resto di Pontianak" *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*, VI(2):246-256.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Edisi 16. *Principles of Marketing*. England: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Edisi 15. *Marketing Management*. England: Pearson.
- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2008). "Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective" *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, XX(2):142-155.
- Pakadang, D. (2013). "Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Intern Penerimaan Kas Pada Rumah Sakit Gunung Maria di Tomohon" *Jurnal EMBA*, I(4):213-223.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014.
- Reider, R. (2002). Edisi 3. *Operational Review*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Romney, M., & Steinhart, P. J. (2018). Edisi 14. *Accounting Information System*. Harlow: Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Edisi 8. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley Sons Ltd.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar" *E-Jurnal Manajemen Unud*, IV(8):2318-2332.