

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
JASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS DI *CHRISTAEL ART COFFEE*)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

**Oleh:**

**Timothy Trisfant**

**6041801001**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**

**Terakreditasi Unggul oleh LAMEMBA No. 522/DE/A.5/AR.10/VII/2023**

**BANDUNG**

**2024**

***OPERATIONAL REVIEW ON SERVICE ACTIVITY TO INCREASE  
CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT CRISTAEL ART COFFEE)***



***BACHELOR'S THESIS***

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

**By:**

**Timothy Trisfant**

**6041801001**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN ACCOUNTING**

**Accredited by LAMEMBA No. 522/DE/A.5/AR.10/VII/2023**

**BANDUNG**

**2024**

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

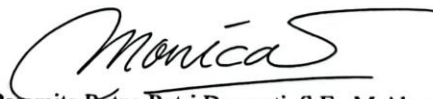


**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
JASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS DI *CHRISTAEL ART COFFEE*)**

Oleh:  
Timothy Trisfant  
6041801001

Bandung, Juli 2024  
Ketua Program Sarjana Akuntansi



Monica Paramita-Ratna Putri Dewanti, S.E., M.Ak., CertDA.

Pembimbing Skripsi,



Samuel Wirawan, S.E., M.M., Ak.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Timothy Trisfant  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 11 Juli 2000  
NPM : 6041801001  
Program Studi : Akuntansi  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI  
KASUS DI CHRISTAEL ART COFFEE)**

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 ungka dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (palgiarism) 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: 4 Juli 2022  
Pembuat pernyataan:

  
(Timothy Trisfant)

## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pemeriksaan operasional dan kualitas pelayanan di *Christael Art Coffee*, sebuah kafe di Bandung dengan visi menciptakan lapangan kerja berkelanjutan dan memberikan edukasi tentang kopi. Dalam lima tahun terakhir, industri kuliner mengalami perkembangan signifikan, terutama dalam inovasi kuliner dan kesadaran akan pola makan sehat, serta dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Di era *new normal*, bisnis kedai kopi berkembang pesat, mendukung pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. *Christael Art Coffee* menonjolkan harga terjangkau, suasana nyaman, dan lokasi strategis, namun menghadapi tantangan dalam efisiensi layanan dan pengetahuan karyawan tentang menu. Pemeriksaan operasional dilakukan untuk mengidentifikasi kelemahan dan memberikan rekomendasi perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan sudah baik, masih ada aspek yang perlu ditingkatkan.

Pemeriksaan operasional adalah proses evaluasi aktivitas operasi perusahaan untuk mengidentifikasi kendala, kelemahan, dan masalah yang ada. Setelah mengidentifikasi, perusahaan melakukan tindakan perbaikan untuk mengatasi masalah tersebut guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tergantung pada apakah pelayanan yang mereka terima memenuhi harapan mereka. Jika pelayanan memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu topik penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan dan studi literatur. Dalam studi lapangan, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Sementara itu, dalam studi literatur, data dikumpulkan dengan mempelajari buku-buku ilmiah dan sumber elektronik terkait pemeriksaan operasional, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemeriksaan operasional yang dilakukan di *Christael Art Coffee* diketahui bahwa, kebijakan dan prosedur yang diterapkan terkait kualitas pelayanan kepada pelanggan secara keseluruhan sudah cukup baik. Penilaian pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang sudah sangat baik, meskipun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, dengan total rata-rata skor akhir sebesar 87,02%. Peneliti menemukan temuan atas dasar penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang sudah diberikan berdasarkan lima jenis dimensi kualitas pelayanan yang memiliki rata-rata skor akhir sebesar 90,12% untuk dimensi *tangibles*, 87,28% untuk dimensi *reliability*, 83,36% untuk dimensi *responsiveness*, 90,96% untuk dimensi *assurance*, 83,4% untuk dimensi *empathy*. Oleh karena itu, pemeriksaan operasional bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dalam kualitas pelayanan di *Christael Art Coffee*. Selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat membantu mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, pemeriksaan operasional

## **ABSTRACT**

*This research explores operational and service quality checks at Christael Art Coffee, a café in Bandung with a vision of creating sustainable jobs and providing coffee education. In the last five years, the culinary industry has experienced significant developments, especially in culinary innovation and awareness of healthy eating, and is influenced by technological developments. In the new normal era, the coffee shop business is thriving, supporting economic growth and employment. Christael Art Coffee features affordable prices, a cozy atmosphere, and a strategic location, but faces challenges in service efficiency and employee knowledge of the menu. An operational examination was conducted to identify weaknesses and provide recommendations for improvement to increase customer satisfaction. The results show that although service quality is good, there are still aspects that need to be improved.*

*Operational inspection is the process of evaluating a company's operating activities to identify existing constraints, weaknesses, and problems. After identifying, the company takes corrective action to address these problems in order to increase customer satisfaction. Customer satisfaction depends on whether the service they receive meets their expectations. If the service meets expectations, customers will feel satisfied. Conversely, if the service does not meet expectations, the customer will feel dissatisfied. Service quality has five dimensions, namely: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.*

*The research method used in writing this thesis is descriptive research which aims to describe a research topic. This research was conducted by collecting primary and secondary data. Data collection was done through field studies and literature studies. In the field study, data was collected through interviews, observations, and questionnaires. Meanwhile, in the literature study, data was collected by studying scientific books and electronic sources related to operational checks, service quality, and customer satisfaction.*

*Based on operational checks carried out at Christael Art Coffee, it is known that the policies and procedures implemented regarding the quality of service to customers are overall quite good. Customer assessments show that the quality of service is very good, although there are still several aspects that need to be improved, with a total average final score of 87.02%. Researchers found findings based on customer assessments of the quality of service that has been provided based on five types of service quality dimensions which have an average final score of 90.12% for the tangibles dimension, 87.28% for the reliability dimension, 83.36% for the responsiveness dimension, 90.96% for the assurance dimension, 83.4% for the empathy dimension. Therefore, the operational examination aims to identify weaknesses in service quality at Christael Art Coffee. In addition, researchers also provide recommendations that are expected to help overcome these weaknesses, so that customer satisfaction can increase.*

*Keywords: customer satisfaction, quality of service, operational review*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulisan skripsi yang berjudul “Pemeriksaan Operasional Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di *Christael Art Coffee*)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat peneliti yang selalu menyertai, memberikan arahan, dan memberkati peneliti dalam penulisan skripsi ini setiap harinya.
2. Bapak Pdt. Johannis Trisfant, M.Th., Luciana Jayawiguna, dan Theodorus Trisfant selaku keluarga peneliti yang selalu memberikan doa, nasehat, dukungan, pengertian, dan kesabaran yang luar biasa dalam setiap aspek kehidupan peneliti.
3. Irene Valerie selaku teman peneliti yang selalu memberikan semangat, waktu, doa, kesabaran, dan kasih sayang kepada peneliti.
4. Almarhumah Ibu Elisabeth Elsje Kosasih, Dra., Ak., M.Sc. yang pernah menjadi dosen wali peneliti telah membantu peneliti dalam mengikuti studi di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Samuel Wirawan, S.E., M.M., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala arahan, bimbingan serta saran yang diberikan dari awal skripsi hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Amelia Setiawan, SE., M.Ak., Ak., CISA. selaku dosen wali yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan dan mengikuti studi di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Ibu Monica Paramita Ratna Putri Dewanti, S.E., M.Ak., CertDA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu peneliti menyelesaikan studinya.

8. Bapak dan Ibu penguji sidang yang telah menguji peneliti serta memberikan arahan, masukan, kritik, dan saran kepada peneliti untuk memperbaiki skripsi ini.
9. Seluruh staf pengajar Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan telah memberikan ilmu pengetahuan yang sungguh sangat berharga selama peneliti menempuh pendidikan di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
10. Pihak *Christael Art Coffee* terutama *owner* dari *cafe* yaitu Ev. Alvin Christian S.Th. yang telah memberi bantuan dalam proses penelitian untuk skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu dengan tulus memberikan dukungan, doa, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi peneliti dan para pembaca.

Bandung, Juli 2024



Timothy Trisfant



## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
ABSTRAK .....	<b>v</b>
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>vi</b>
KATA PENGANTAR.....	<b>vii</b>
DAFTAR ISI .....	<b>ix</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>xiii</b>
DAFTAR TABEL .....	<b>xvi</b>
DAFTAR LAMPIRAN .....	<b>xviii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2.Rumusan Masalah Penelitian .....	4
1.3.Tujuan Penelitian .....	4
1.4.Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.Kerangka Pemikiran.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1.Pemeriksaan .....	11
2.1.1. Pengertian Pemeriksaan .....	11
2.1.2. Jenis Pemeriksaan .....	11
2.2.Pemeriksaan Operasional .....	12
2.2.1. Pengertian Pemeriksaan Operasional.....	13
2.2.2. Jenis Pemeriksaan Operasional .....	13
2.2.3. Tujuan Pemeriksaan Operasional.....	14
2.2.4. Manfaat Pemeriksaan Operasional.....	15
2.2.5. Tahap-Tahap Pemeriksaan Operasional.....	16
2.3.Efektivitas, Efisiensi, dan Ekonomis .....	22
2.3.1. Efektivitas .....	22
2.3.2. Efisiensi.....	22

2.3.3. Ekonomis .....	22
2.4.Pengendalian Intern.....	22
2.4.1. Pengertian Pengendalian Internal.....	23
2.4.2. Fungsi Pengendalian Intern.....	23
2.4.3. Tujuan Pengendalian Intern .....	24
2.4.4. Komponen Pengendalian Intern.....	24
2.5.Kualitas .....	25
2.5.1. Pengertian Kualitas .....	25
2.5.2. Manfaat Kualitas .....	26
2.6.Jasa .....	26
2.6.1. Pengertian Jasa .....	26
2.6.2. Karakteristik Jasa .....	26
2.6.3. Kualitas Jasa.....	27
2.6.4. Dimensi Kualitas Jasa .....	27
2.7.Kepuasan Pelanggan .....	28
2.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	29
2.7.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	29
2.8. <i>Cafe</i> .....	30
2.8.1. Definisi <i>Cafe</i> .....	30
2.8.2. Standar <i>Cafe</i> .....	31
<b>BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1.Metode Penelitian.....	32
3.1.1. Sumber Data .....	32
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.1.3. Teknik Pengolahan Data .....	37
3.1.4. Kerangka Penelitian .....	39
3.2.Objek Penelitian .....	43
3.2.1. Profil Singkat Perusahaan .....	43
3.2.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	44
3.2.3. Deskripsi Pekerjaan.....	44
3.2.4. Gambaran Umum Aktivitas Pelayanan Jasa .....	46
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>

4.1.Tahap Perencanaan ( <i>Planning Phase</i> ) .....	48
4.2.Tahap Program Kerja ( <i>Work Program Phase</i> ).....	53
4.3.Tahap Pemeriksaan Lapangan ( <i>Field Work Phase</i> ).....	55
4.3.1. Hasil wawancara dengan <i>Owner</i> mengenai kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh <i>Christael Art Coffee</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan ....	56
4.3.2. Hasil wawancara dengan pelayan atau <i>waiters</i> mengenai Tugas dan tanggung jawab pelayan atau <i>waiters</i> yang diterapkan oleh <i>Christael Art Coffee</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan ....	61
4.3.3. Hasil wawancara dengan <i>Head Chef</i> mengenai tugas dan tanggung jawab <i>Head Chef</i> yang diterapkan oleh <i>Christael Art Coffee</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.....	66
4.3.4. Hasil wawancara dengan <i>Head Barista</i> mengenai tugas dan tanggung jawab <i>Head Barista</i> yang diterapkan oleh <i>Christael Art Coffee</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.....	71
4.3.5. Hasil wawancara dengan Kasir mengenai tugas dan Tanggung jawab Kasir yang diterapkan oleh <i>Christael Art Coffee</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.....	78
4.3.6. Hasil observasi terhadap kondisi fisik, fasilitas, dan kualitas pelayanan jasa.....	83
4.3.7. Hasil Kuesioner Mengenai Kualitas Pelayanan Kepada Pelanggan dan Menganalisis Hasil Kuesioner	

tersebut Pada Tahap Penelitian Lapangan.....	91
4.4.Tahap Pengembangan Temuan dan Rekomendasi	
<i>(Development of Review Findings and Recommendation Phase)</i> .....	181
4.4.1. Dalam Kualitas Pelayanan jasa atas dimensi	
<i>tangibles</i> (bukti fisik) yang belum memadai.....	187
4.4.2. Dalam Kualitas Pelayanan jasa atas dimensi	
<i>reliability</i> (keandalan) yang belum memadai.....	192
4.4.3. Dalam Kualitas Pelayanan jasa atas dimensi	
<i>responsiveness</i> (ketanggapan) yang belum memadai .....	197
4.4.4. Dalam Kualitas Pelayanan jasa atas dimensi	
<i>assurance</i> (jaminan) yang belum memadai .....	201
4.4.5. Dalam Kualitas Pelayanan jasa atas dimensi	
<i>empathy</i> (empati) yang belum memadai .....	208
4.5.Manfaat Pemeriksaan Operasional atas Aktivitas Pelayanan Jasa	
dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	
<i>Christael Art Coffee</i> .....	212
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>217</b>
5.1.Kesimpulan .....	217
5.2.Saran.....	220
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal.</b>
Gambar 3.1. Kerangka Penelitian .....	42
Gambar 3.2. Struktur Organisasi <i>Christael Art Coffee</i> .....	44
Gambar 4.1. Hari Kunjungan Responden .....	92
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	93
Gambar 4.3. Usia Responden.....	94
Gambar 4.4. Responden Telah Mengunjungi <i>Cafe</i> .....	95
Gambar 4.5. Tujuan Responden Datang ke <i>Cafe</i> .....	96
Gambar 4.6. Sumber Informasi Responden Mengetahui <i>Christael Art Coffee</i> .....	97
Gambar 4.7. Alasan yang Membuat Responden Mengunjungi <i>Cafe</i> .....	98
Gambar 4.8. Penilaian responden terkait dekorasi dan estetika interior <i>Christael Art Coffee</i> unik dan menarik .....	101
Gambar 4.9. Penilaian responden terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menyediakan tempat yang bersih dan nyaman.....	103
Gambar 4.10. Penilaian responden terhadap peralatan makanan dan minuman yang disediakan lengkap (Contoh: sendok, garpu, sedotan, dan <i>tissue</i> .....	106
Gambar 4.11. Penilaian responden terhadap toilet yang disediakan bersih dan dalam kondisi yang baik.....	107
Gambar 4.12. Penilaian responden terhadap fasilitas parkir <i>Christael Art Coffee</i> yang memadai .....	109
Gambar 4.13. Penilaian responden terhadap setelah pesanan diberikan kepada <i>waiters, waiters</i> mengulang kembali pesanan tersebut kepada pelanggan .....	113
Gambar 4.14. Penilaian responden terhadap lama waktu pesanan untuk diantar sesuai dengan yang dijanjikan oleh <i>waiters</i> .....	116
Gambar 4.15. Penilaian responden terhadap pesanan yang diantar oleh <i>waiters</i> sesuai dengan yang dipesan .....	119
Gambar 4.16. Penilaian responden terhadap makanan dan minuman yang disajikan memiliki rasa yang enak .....	122
Gambar 4.17. Penilaian responden terhadap tagihan yang diberikan sesuai dengan pesanan yang dipesan .....	124

Gambar 4.18. Penilaian responden terhadap karyawan sigap menyiapkan tempat duduk untuk pelanggan yang baru datang.....	128
Gambar 4.19. Penilaian responden terhadap karyawan mengatasi keluhan pelanggan secara cepat.....	131
Gambar 4.20. Penilaian responden terhadap karyawan cepat memberikan menu makanan kepada pelanggan yang telah duduk.....	134
Gambar 4.21. Penilaian responden terhadap pesanan yang dipesan disajikan dengan cepat.....	136
Gambar 4.22. Penilaian responden terhadap <i>waiters</i> menanggapi kebutuhan atau keperluan pelanggan dengan cepat.....	140
Gambar 4.23. Penilaian responden terhadap <i>waiters</i> melayani pelanggan dengan ramah dan sopan.....	145
Gambar 4.24. Penilaian responden terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menjaga kebersihan meja dan tempat duduk.....	148
Gambar 4.25. Penilaian responden terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menghadirkan makanan serta minuman yang higienis.....	150
Gambar 4.26. Penilaian responden terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menjaga keamanan dan kerahasiaan pelanggan disaat transaksi berlangsung.....	151
Gambar 4.27. Penilaian responden terhadap <i>Christael Art Coffee</i> memberikan kompensasi atau penggantian terhadap masalah yang terjadi pada pesanan.....	153
Gambar 4.28. Penilaian responden terhadap karyawan memberikan senyum, sapa, dan salam kepada pelanggan pada saat datang dan pulang.....	158
Gambar 4.29. Penilaian responden terhadap karyawan tidak membedakan antara pelanggan lama dan pelanggan baru.....	161
Gambar 4.30. Penilaian responden terhadap <i>waiters</i> “peka” atau peduli dan memperhatikan kebutuhan pelanggan tanpa diminta.....	163
Gambar 4.31. Penilaian responden terhadap <i>waiters</i> memberikan perhatian serius kepada pelanggan.....	166
Gambar 4.32. Penilaian responden terhadap karyawan mendahulukan kepentingan pelanggan dibandingkan dengan kepentingan pribadi karyawan.....	170
Gambar 4.33. Penilaian responden terkait kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh <i>Christael Art Coffee</i> .....	174

Gambar 4.34. Penilaian responden terkait kepuasan pelanggan secara umum atas pelayanan yang sudah diberikan oleh <i>Christael Art Coffee</i> .....	176
Gambar 4.35. Penilaian responden terkait pelanggan akan merekomendasikan orang lain untuk berkunjung ke <i>Christael Art Coffee</i> .....	178
Gambar 4.36. Penilaian responden terkait pelanggan tertarik untuk datang kembali ke <i>Christael Art Coffee</i> .....	179

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal.</b>
Tabel 3.1. Kriteria Penilaian Kuesioner .....	38
Tabel 4.1. Perhitungan skor atas penilaian terkait dekorasi dan estetika interior <i>Christael Art Coffee</i> unik dan menarik.....	101
Tabel 4.2. Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menyediakan tempat yang bersih dan nyaman.....	104
Tabel 4.3. Perhitungan skor atas penilaian terhadap peralatan makanan dan minuman yang disediakan lengkap (Contoh: sendok, garpu, sedotan, dan <i>tissue</i> ).....	106
Tabel 4.4. Perhitungan skor atas penilaian terhadap fasilitas toilet yang disediakan bersih dan dalam kondisi yang baik.....	108
Tabel 4.5. Perhitungan skor atas penilaian terhadap fasilitas parkir <i>Christael Art Coffee</i> memadai.....	109
Tabel 4.6. Penilaian keseluruhan terhadap skor dari setiap pernyataan pada dimensi <i>tangibles</i> (bukti fisik) .....	111
Tabel 4.7. Perhitungan skor atas penilaian terkait setelah pesanan diberikan kepada <i>waiters</i> , <i>waiters</i> mengulang kembali pesanan tersebut kepada pelanggan .....	114
Tabel 4.8. Perhitungan skor atas penilaian terhadap lama waktu pesanan untuk diantar sesuai dengan yang dijanjikan oleh <i>waiters</i> .....	117
Tabel 4.9. Perhitungan skor atas penilaian terhadap pesanan yang diantar oleh <i>waiters</i> sesuai dengan yang dipesan nyaman .....	120
Tabel 4.10. Perhitungan skor atas penilaian terhadap makanan dan minuman yang disajikan memiliki rasa yang enak .....	122
Tabel 4.11. Perhitungan skor atas penilaian terhadap tagihan yang diberikan sesuai dengan pesanan yang dipesan.....	125
Tabel 4.12. Penilaian keseluruhan terhadap skor dari setiap pernyataan pada dimensi <i>reliability</i> .....	126
Tabel 4.13. Perhitungan skor atas penilaian terkait karyawan sigap menyiapkan tempat duduk untuk pelanggan yang baru datang .....	129
Tabel 4.14. Perhitungan skor atas penilaian terhadap karyawan mengatasi keluhan pelanggan secara cepat .....	132
Tabel 4.15. Perhitungan skor atas penilaian terhadap karyawan cepat	



	memberikan menu makanan kepada pelanggan yang telah duduk ..	134
Tabel 4.16.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap pesanan yang dipesan disajikan dengan cepat .....	137
Tabel 4.17.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>waiters</i> menanggapi kebutuhan atau keperluan pelanggan dengan cepat .....	140
Tabel 4.18.	Penilaian keseluruhan terhadap skor dari setiap pernyataan pada dimensi <i>responsiveness</i> .....	143
Tabel 4.19.	Perhitungan skor atas penilaian terkait <i>waiters</i> melayani pelanggan dengan ramah dan sopan.....	146
Tabel 4.20.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menjaga kebersihan meja dan tempat duduk .....	148
Tabel 4.21.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menghadirkan makanan serta minuman yang higienis.....	150
Tabel 4.22.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>Christael Art Coffee</i> menjaga keamanan dan kerahasiaan pelanggan disaat transaksi berlangsung .....	152
Tabel 4.23.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>Christael Art Coffee</i> memberikan kompensasi atau penggantian terhadap masalah yang terjadi pada pesanan pelanggan.....	154
Tabel 4.24.	Penilaian keseluruhan terhadap skor dari setiap pernyataan pada dimensi <i>assurance</i> (jaminan) .....	156
Tabel 4.25.	Perhitungan skor atas penilaian terkait karyawan memberikan senyum, sapa, dan salam kepada pelanggan pada saat datang dan pulang.....	159
Tabel 4.26.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap karyawan tidak membedakan antara pelanggan lama dan pelanggan baru .....	161
Tabel 4.27.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>waiters</i> “peka” atau peduli dan memperhatikan kebutuhan pelanggan tanpa diminta .....	164
Tabel 4.28.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap <i>waiters</i> memberikan perhatian serius kepada pelanggan.....	167
Tabel 4.29.	Perhitungan skor atas penilaian terhadap karyawan mendahulukan kepentingan pelanggan dibandingkan dengan kepentingan pribadi karyawan .....	170
Tabel 4.30.	Penilaian keseluruhan terhadap skor dari setiap pernyataan pada dimensi <i>empathy</i> (empati) .....	172

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil wawancara dengan *Owner* pada Tahap Perencanaan.
- Lampiran 2. Hasil observasi pada Tahap Perencanaan.
- Lampiran 3. Hasil wawancara dengan *Owner* mengenai kebijakan dan prosedur yang diterapkan *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan pada Tahap Penelitian Lapangan.
- Lampiran 4. Hasil wawancara dengan pelayan atau *waiters* mengenai tugas dan tanggung jawab pelayan atau *waiters* yang diterapkan *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
- Lampiran 5. Hasil wawancara dengan *Head Chef* mengenai tugas dan tanggung jawab *Head Chef* yang diterapkan *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
- Lampiran 6. Hasil wawancara dengan *Head Barista* mengenai tugas dan tanggung jawab *Head Barista* yang diterapkan *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
- Lampiran 7. Hasil wawancara dengan Kasir mengenai tugas dan tanggung jawab *Kasir* yang diterapkan *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
- Lampiran 8. Hasil observasi terhadap kondisi fisik, fasilitas, dan kualitas pelayanan pada tahap penelitian lapangan.
- Lampiran 9. Kuesioner Kualitas Pelayanan.
- Lampiran 10. Hasil rekapitulasi kuesioner terkait identitas dan alasan responden untuk berkunjung ke *Christael Art Coffee*.
- Lampiran 11. Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Tangibles*.
- Lampiran 12. Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Reliability*.
- Lampiran 13. Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Responsiveness*.
- Lampiran 14. Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Assurance*.
- Lampiran 15. Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Empathy*.
- Lampiran 16. Hasil Rekapitulasi kepuasan pelanggan *Christael Art Coffee*.

Lampiran 17. Rekomendasi Dimensi *Tangibles*.

Lampiran 18. Rekomendasi Dimensi *Empathy*



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Dalam lima tahun terakhir, industri kuliner telah mengalami perkembangan positif yang signifikan. Inovasi kuliner terus menerobos batas dengan menu yang semakin kreatif, teknik memasak yang baru, dan presentasi makanan yang menarik. Selain itu, kesadaran akan pentingnya pola makan yang sehat telah meningkat, mendorong pertumbuhan pasar untuk makanan organik, nabati, dan bebas gluten. Perkembangan teknologi juga telah memengaruhi cara industri kuliner beroperasi, dengan munculnya aplikasi pemesanan makanan *online*, sistem reservasi meja, dan layanan pengiriman makanan yang semakin efisien. Di samping itu, peningkatan kualitas layanan juga menjadi fokus utama bagi banyak restoran dan kafe, dengan tujuan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.<sup>1</sup> Terakhir, keberlanjutan dan kesadaran lingkungan semakin menjadi perhatian di industri ini, dengan banyak pelaku industri yang mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan seperti penggunaan bahan lokal dan pengurangan limbah plastik. Semua perkembangan ini mencerminkan transformasi positif dalam industri kuliner menuju masa depan yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Banyak individu telah beralih ke sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mencari mata pencaharian dikarenakan peran vital dan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Di era *new normal* ini, bisnis kedai kopi menjadi sebuah fenomena yang menonjol. Persaingan di antara UMKM dalam industri kedai kopi berkembang pesat, karena banyak orang yang terdampak pandemi sehingga mulai membuka usaha kedai kopi mereka sendiri. Meskipun kedai kopi telah hadir di Indonesia sejak Starbucks, asal Seattle, Amerika, masuk ke pasar pada tahun 1971, saat ini banyak

---

<sup>1</sup> [elibrary.unikom.ac.id](https://elibrary.unikom.ac.id),  
[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1857/6/UNIKOM\\_Syarida%20Puspa%20Astari\\_21216701\\_Bab%201.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1857/6/UNIKOM_Syarida%20Puspa%20Astari_21216701_Bab%201.pdf) diakses pada 21 April 2024, 20.14)

gerai yang sejenis telah bermunculan di berbagai kota, desa, dan daerah terpencil dengan ciri khas rasa yang unik di setiap outletnya, seperti *J.CO Donuts and Coffee*, Warung Upnormal, Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Kopi Dari Hati, *Flash Coffee*, dan Hi Kopi, serta lainnya. Peningkatan UMKM dalam industri kedai kopi di era new normal ini diperkirakan memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Kopi memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan dan harus didukung oleh berbagai pihak terkait. Usaha dalam budidaya kopi arabika dan robusta juga mampu mendorong sektor-sektor lain seperti sektor pertanian dengan meningkatkan produktivitas lahan hutan dan sektor perdagangan dengan mendorong diversifikasi produk olahan kopi serta mengembangkan usaha tani menjadi usaha dagang.

Salah satu pelaku *cafe* di kota Bandung, yaitu *Christael Art Coffee* yang hadir dengan sebuah visi yaitu untuk menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan dan lingkungan kerja yang sehat, sambil memberikan edukasi kepada masyarakat tentang dunia kopi. Walaupun nama dari perusahaan seperti *coffee shop*, tetapi perusahaan ini lebih ke arah *cafe* dibandingkan *coffee shop*, karena *cafe* tidak fokus pada kopi, tetapi *comfort food* juga. Meskipun pada awalnya fokus utama adalah pada kopi dan makanan ringan seperti indomie dan cuanki, namun karena atmosfer tempatnya yang nyaman dan *cozy*, konsep bisnis ini mengalami pergeseran. Penekanan utamanya saat ini lebih difokuskan pada pilihan makanan, meskipun kopi dan minuman tetap dipromosikan secara aktif melalui berbagai promosi. Konsep awalnya adalah menciptakan *café* yang berfungsi sebagai *semi working space*, dengan fasilitas seperti stopkontak listrik di setiap tempat duduk dan koneksi *Wi-Fi* yang stabil. Pada *Grand Opening* tanggal 16 Agustus 2023, *Christael Art Coffee* menonjolkan beberapa keunggulan, termasuk harga makanan dan minuman yang terjangkau namun tetap berkualitas, ruang yang luas yang cocok untuk berkumpul, serta lokasi yang strategis yang berada di sebelah Yogya, pusat keramaian Mekarwangi saat ini.

*Christael Art Coffee* menawarkan suasana yang menyenangkan, bersih, dan luas, serta terorganisir dengan baik. Semua aspek ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang datang. Kebersihan dan keteraturan ruangan menciptakan kesan yang menyenangkan bagi pengunjung, sementara ruang yang luas memberi mereka kesempatan untuk bersantai dan menikmati waktu bersama. Namun, tidak hanya itu, untuk menjaga loyalitas pelanggan, *Christael Art*

*Coffee* juga fokus pada optimalisasi layanan yang disediakan. Stafnya selalu ramah, proses pemesanan dan penyajian makanan dan minuman berjalan dengan lancar, tetapi ada kendala di mana proses pembuatan makanan cukup menghabiskan waktu yang panjang, bahkan diantara proses pembuatan makanan dan minuman memiliki rentang waktu yang lama, di mana terkadang bisa terjadi minuman yang dimiliki oleh pelanggan tersisa setengah gelas, sedangkan makanan pelanggan tersebut belum tersedia. Karyawan *Christael Art Coffee* proaktif dalam menangani setiap keluhan atau masalah yang mungkin timbul, walaupun belum terlihat secara jelas, karena adanya beberapa karyawan yang tidak acuh terhadap keluhan atau masalah, hanya ada beberapa karyawan yang spesifik dan sangat acuh terhadap keluhan pelanggan, tetapi, *Christael Art Coffee* tetap berusaha menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pengunjung, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan menjaga kepercayaan serta kesetiaan mereka terhadap bisnis tersebut.

Pemeriksaan operasional belum pernah dilakukan sebelumnya di *Christael Art Coffee*. Di samping suasana yang sangat mendukung, masih banyak kelemahan dari *Christael Art Coffee*, yaitu masih adanya *waiters* yang kurang mengetahui isi menu yang dimiliki oleh *Christael Art Coffee*, di mana disaat pelanggan bertanya mengenai apa isi dari menu tersebut, *waiters* tidak dapat menjawab, disaat pelanggan bertanya mengenai menu favorit, *waiters* juga tidak dapat menjawab dengan lancar atau cepat, mereka perlu melihat kembali ke dalam menu untuk mengingat kembali menu favorit yang sering dipesan oleh pelanggan. Selain itu, proses pelayanan terhadap pelanggan masih dapat dikatakan cukup memerlukan waktu yang lama. Karyawan yang lainnya tidak memberikan salam dan senyum kepada pelanggan yang datang, bahkan tidak mengantarkan hingga sampai ke meja pelanggan, bahkan disaat pelanggan selesai dari *cafe* tersebut, karyawan juga tidak mengucapkan terimakasih selain dari kasir saja yang telah menerima pembayaran yang berasal dari pelanggan. Karyawan juga dapat dikatakan tidak sigap untuk memberikan menu kepada pelanggan, butuh beberapa waktu agar karyawan dapat memberikan menu tersebut kepada pelanggan. Banyak yang harus diperbaiki dari kualitas pelayanan jasa yang dimiliki oleh *Christael Art Coffee*, agar pelanggan dapat datang kembali ke *cafe*.

Pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan serta memberikan rekomendasi dan saran bagi

*Christael Art Coffee* agar dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan sehingga *Christael Art Coffee* memiliki *Competitive Advantages* yang dapat memberikan keunggulan di tengah persaingan pasar. Salah satu *competitive advantages* yang dimiliki oleh *cafe* adalah *cafe* yang sangat berbentuk ruko dapat memberikan fasilitas atau suasana *cafe* yang layaknya bukan seperti ruko, melainkan memiliki konsep *indoor* dan *outdoor* serta dekorasi dan desain setiap lantai yang berbeda dan terdiri dari empat lantai.

### **1.2. Rumusan Masalah Penelitian**

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

1. Apa kebijakan dan prosedur yang ditetapkan oleh *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Christael Art Coffee*?
3. Apa manfaat dari pemeriksaan operasional yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Christael Art Coffee* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

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

1. Mengetahui kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh *Christael Art Coffee* terkait kualitas pelayanan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang.
2. Mengetahui penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Christael Art Coffee*.
3. Mengetahui manfaat yang diperoleh dari pemeriksaan operasional yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas pelayanan jasa yang *diberikan Christael Art Coffee* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.



#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan terhadap pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan serta memberikan pengalaman dalam melakukan pemeriksaan operasional perusahaan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Christael Art Coffee dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Penelitian ini juga dapat mengasah kemampuan peneliti untuk mengetahui faktor-faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membantu peneliti untuk berkomunikasi dan bekerja sama dengan seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan akan pelayanan yang diberikan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan serta kelemahan yang perlu diperbaiki, serta saran dan rekomendasi yang dibutuhkan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar para pembaca dapat mengetahui proses pemeriksaan operasional atas kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berfokus pada faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sangat diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian dengan topik serupa di masa yang akan datang.

#### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Kemunculan *cafe* di jaman modern ini mendorong banyaknya persaingan di dalam industri kuliner. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *cafe* adalah sebuah tempat yang menjual kopi, teh, bir dan makanan lainnya. *Cafe* sering kali menjadi tempat bagi orang untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul dengan teman atau kolega.

Mereka sering memiliki suasana yang santai dan nyaman, dengan sejumlah kursi dan meja di dalamnya. Banyak café juga menawarkan akses Wi-Fi untuk pelanggan yang ingin bekerja atau berselancar di internet. Selain itu, beberapa café memiliki tema atau konsep khusus, seperti café buku, café seni, atau café musik hidup. Pemilik bisnis dituntut untuk menciptakan *Competitive Advantages* atas jasa yang diberikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. *Competitive Advantages* juga memberikan keuntungan pada pemilik bisnis dan usaha yang dimilikinya. Aktivitas pelayanan yang baik merupakan salah satu *Competitive Advantages* yang mempengaruhi faktor untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Menurut Porter (1998: 12), *Competitive Advantages* merujuk pada kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai posisi yang unik dan lebih menguntungkan daripada pesaingnya dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan ini bisa berasal dari berbagai faktor, seperti biaya produksi yang lebih rendah, produk atau layanan yang berbeda dari pesaing, akses ke sumber daya yang jarang dimiliki, atau fokus pada segmen pasar tertentu. Dengan menciptakan dan menjaga keunggulan kompetitif ini, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya, mengamankan pangsa pasar yang lebih besar, dan memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mencapai *Competitive Advantages*, maka akan semakin tinggi juga kinerjanya, dalam hal ini adalah *Cafe*.

Keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) adalah atribut atau faktor yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya di pasar, memungkinkan perusahaan tersebut untuk meraih posisi yang lebih baik dan mencapai keberhasilan yang lebih besar. Keunggulan kompetitif (*Competitive Advantages*) dalam konteks kualitas pelayanan jasa dapat dijelaskan sebagai keunggulan yang dimiliki oleh sebuah usaha dalam menyediakan pelayanan yang unggul dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik daripada pesaingnya. Kualitas pelayanan jasa yang superior dapat menjadi sumber daya yang tak ternilai bagi suatu bisnis, karena dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan menciptakan reputasi yang kuat. Dengan mengoptimalkan kualitas pelayanan jasa, sebuah bisnis dapat membedakan dirinya dari pesaingnya, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pangsa pasar yang stabil.

Menurut Porter (1990), keunggulan bersaing mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya dalam industri yang sama. Porter mengidentifikasi beberapa strategi untuk mencapai keunggulan bersaing, *Cost Leadership*, strategi ini berkaitan dengan menjadi unggulan dalam biaya rendah dalam industri tertentu. Bisnis yang menerapkan strategi ini berusaha untuk menghasilkan produk atau layanan dengan biaya produksi yang lebih rendah daripada pesaing mereka. Dengan demikian, mereka dapat menawarkan harga yang lebih rendah kepada pelanggan mereka dan masih tetap menghasilkan keuntungan yang layak. Fokus utama dalam strategi ini adalah efisiensi operasi, pengendalian biaya produksi, dan pemanfaatan sumber daya yang optimal;

*Differentiation*, strategi ini melibatkan menciptakan nilai tambah atau diferensiasi dalam produk atau layanan yang ditawarkan sehingga produk tersebut dianggap unik atau memiliki nilai yang lebih tinggi oleh pelanggan. Diferensiasi dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti kualitas produk yang lebih tinggi, desain yang inovatif, merek yang kuat, pelayanan pelanggan yang luar biasa, atau fitur produk yang unik. Dengan memiliki nilai tambah yang unik, bisnis dapat menarik pelanggan yang bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk atau layanan mereka. *Focus*, strategi fokus melibatkan konsentrasi pada segmen pasar atau pasar target yang tertentu. Alih-alih mencoba bersaing secara luas di seluruh pasar, bisnis yang menerapkan strategi fokus memilih untuk fokus pada segmen pasar yang lebih kecil namun lebih terkonsentrasi. Strategi fokus dapat dibagi menjadi dua jenis: fokus biaya (*cost focus*) dan fokus diferensiasi (*differentiation focus*). Fokus biaya mengarah pada menjadi unggul dari sisi biaya dalam segmen pasar tertentu, sedangkan fokus diferensiasi berusaha untuk menciptakan nilai tambah atau diferensiasi dalam segmen pasar yang sama. Dengan memilih untuk fokus pada segmen pasar yang terbatas, bisnis dapat dengan lebih efektif memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dalam segmen tersebut.

Dalam era globalisasi, keunggulan bersaing menjadi faktor kunci untuk mempertahankan posisi yang kuat di pasar. Keunggulan kompetitif bisa berupa harga yang lebih murah, kualitas produk atau layanan yang lebih tinggi, inovasi produk, citra merek yang kuat, atau fokus pada segmen pasar tertentu. Menciptakan dan

mempertahankan keunggulan kompetitif menjadi tujuan utama dalam strategi bisnis untuk sukses dalam persaingan pasar.

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memiliki laba sebanyak-banyaknya dan tentunya pelanggan adalah faktor terbesar dalam meraih laba di dalam sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam keberhasilan setiap bisnis. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka beli, mereka cenderung kembali untuk bertransaksi lagi di masa depan, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan membangun hubungan jangka panjang dengan merek atau perusahaan. Kepuasan pelanggan tidak hanya mencakup pengalaman langsung dengan produk atau layanan, tetapi juga semua interaksi dengan perusahaan, mulai dari proses pemesanan, layanan pelanggan, hingga proses pengembalian barang. Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka, memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi, menanggapi umpan balik pelanggan dengan cepat, dan terus-menerus meningkatkan proses bisnis mereka. Dengan fokus yang kuat pada kepuasan pelanggan, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan pangsa pasar yang kuat dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Secara tidak langsung, pelanggan mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan saat mereka datang ke *Cafe*. Bila kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi ekspektasi pelanggan, maka kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Cafe* dapat dikatakan tinggi. Menurut Parasuraman (1988:23), kualitas pelayanan dapat dibagi menjadi lima dimensi, yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

1. *Tangibles* (Bukti Fisik): Dimensi ini mencakup aspek-aspek fisik yang terlihat dan dirasakan oleh pelanggan saat mereka berinteraksi dengan penyedia jasa. Ini termasuk penampilan fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, penampilan staf, serta bahan promosi dan informasi yang disediakan.
2. *Reliability* (Keandalan): Keandalan mengacu pada kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini mencakup keberlanjutan dalam memberikan layanan tanpa

gangguan, keakuratan dalam pengiriman layanan, serta kepatuhan terhadap waktu dan janji yang diberikan kepada pelanggan.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan): Dimensi ini menggambarkan seberapa cepat penyedia jasa merespons kebutuhan dan permintaan pelanggan. Responsif berarti mampu memberikan layanan dengan cepat dan efisien, serta memberikan perhatian yang tepat terhadap masalah atau pertanyaan yang diajukan pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan): Jaminan mencakup kepercayaan dan keyakinan yang diberikan kepada pelanggan mengenai kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang berkualitas dan memenuhi harapan mereka. Ini termasuk kompetensi dan keahlian staf, kepercayaan yang ditunjukkan kepada pelanggan, serta kemampuan penyedia jasa untuk menjamin kepuasan dan keamanan pelanggan.
5. *Empathy* (Empati): Empati mengacu pada kemampuan penyedia jasa untuk memahami dan merespons perasaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan dengan cara yang peduli dan memperhatikan. Ini melibatkan kemampuan untuk mendengarkan dengan baik, memahami perspektif pelanggan, dan menyediakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan individu pelanggan.

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

Dalam penelitian ini, pemeriksaan operasional difokuskan terkait kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. 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.

Reider (2002:39) mengatakan bahwa 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 Perencanaan (*Planning Phase*): Tahap ini melibatkan perencanaan strategis untuk pemeriksaan operasional, termasuk menetapkan tujuan, lingkup, dan pendekatan pemeriksaan. Perencanaan juga mencakup pengidentifikasian

sumber daya yang diperlukan dan penyusunan rencana kerja yang terperinci. Tahap Program Kerja (*Work Program Phase*): Pada tahap ini, program kerja atau rencana kerja secara rinci disusun berdasarkan pada tujuan dan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Program kerja ini mencakup metode pengumpulan data, alat, sumber daya, dan jadwal yang diperlukan untuk melaksanakan pemeriksaan. Tahap Kerja Lapangan (*Field Work Phase*): Tahap ini melibatkan pelaksanaan pemeriksaan secara langsung di lapangan. Tim pemeriksa akan mengumpulkan data, melakukan wawancara dengan personel, mengobservasi proses operasi, dan melakukan tindakan pemeriksaan lainnya sesuai dengan program kerja yang telah disusun sebelumnya. Tahap Pengembangan Temuan dan Rekomendasi (*Development of Findings and Recommendations Phase*): Setelah data terkumpul, tahap ini melibatkan analisis data, identifikasi temuan, dan pengembangan rekomendasi untuk perbaikan atau perubahan yang diperlukan dalam operasi perusahaan. Tahap Pelaporan (*Reporting Phase*): Tahap terakhir adalah menyusun laporan pemeriksaan yang merangkum temuan, rekomendasi, dan hasil evaluasi. Laporan ini disampaikan kepada manajemen perusahaan dan pihak terkait lainnya untuk memberikan informasi yang berguna dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Dengan telah dilakukannya kelima tahapan operasional atas kualitas pelayanan jasa, diharapkan saran dan rekomendasi yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan diharapkan *cafe* dapat bersaing dan memiliki *Competitive Advantages* di dalam industri kuliner.