

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Restoran “B” melalui observasi dan wawancara mengenai proses pelayanan jasa dengan menggunakan teori *service blueprint* dan *servqual model*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses pelayanan jasa di Restoran “B”:
 - Pelanggan memarkirkan kendaraan di tempat parkir restoran dan petugas parkir membantu mengarahkan serta memarkirkan kendaraan.
 - Pelanggan masuk ke dalam restoran dan *greeter* menyambut, memberi salam, dan menanyakan jumlah pelanggan, serta keinginan untuk makan di area *outdoor* atau *indoor*.
 - *Greeter* mengantarkan pelanggan menuju meja yang kosong dan pelanggan mengikuti arahan tempat duduk.
 - *Greeter* mempersilakan pelanggan untuk duduk dan men-*scan* menu pada *QR Code* yang ada di meja serta memberitahukan pelanggan untuk memanggil *waiter/ess* ketika akan memesan makanan. Sementara itu, pelanggan duduk di meja pelanggan, men-*scan QR Code* menu, dan memilih makanan serta minuman.
 - Pelanggan memanggil *waiter/ess* untuk memesan makanan dan minuman.
 - *Waiter/ess* mencatat pesanan pelanggan dan nomor meja pelanggan di kertas kecil lalu memasukkan pesanan tersebut ke dalam sistem *Point-of-Sales* (POS).
 - Sistem POS mencetak pesanan di bagian dapur serta bar minuman dan memperbaharui persediaan produk.
 - Bagian dapur dan bartender menerima makanan dan minuman yang tercetak dalam sistem POS.
 - Bagian dapur meneriaki pesanan yang masuk.
 - Bagian dapur dan bar minuman memproses makanan dan minuman yang dipesan pelanggan.

- Bagian dapur dan bar minuman membunyikan *bell* menandakan makanan dan minuman siap disajikan.
- *Waiter/ess* mengambil makanan dari bagian dapur serta minuman dari bar minuman.
- *Waiter/ess* mengantarkan makanan dan minuman ke meja pelanggan.
- Pelanggan menerima dan menyantap makanan dan minuman.
- *Waiter/ess* mengantarkan lilin ke meja pelanggan (tambahan permintaan pelanggan).
- Pelanggan selesai menyantap makanan dan minuman lalu pergi dari tempat duduk.
- *Waiter/ess* membersihkan meja pelanggan.
- *Steward* menerima peralatan makan dan minum yang kotor dan mencucinya.
- Pelanggan meminta bon pembayaran.
- Kasir menanyakan nomor meja pelanggan dan membuat bon pembayaran.
- Pelanggan melakukan transaksi pembayaran.
- Kasir memproses pembayaran dan memberikan bon bukti pelunasan pembayaran.
- *Greeter* menanyakan *feedback* pelanggan dan menuliskannya di sistem perusahaan (E-Dsurvey).
- Pelanggan memberikan *feedback* restoran kepada *greeter*.
- Pelanggan meninggalkan restoran dan petugas parkir membantu mengeluarkan kendaraan.

2. Proses yang berpotensi terjadinya *failure points*:

- *Waiter/ess* meng-*input* pesanan pelanggan ke dalam sistem POS.
- Bagian dapur memproses pesanan makanan.
- Pelayanan kepada konsumen kurang cepat tanggap.
- Kasir membuat bon pembayaran.

3. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan aktual (*gap 3*) di bagian

dapur, *service*, dan juga *steward*. Di bagian dapur, kesenjangan 3 pada *servqual model* terjadi karena faktor *perceived control*, *role conflict*, dan *role ambiguity*. Di bagian *service*, faktor penyebab terjadinya kesenjangan 3 pada *servqual model* adalah karena faktor *technology-job fit*, *perceived control*, dan *role ambiguity*. Sedangkan, di bagian *steward* faktor penyebab terjadinya adalah karena faktor *teamwork*, *employee-job fit*, *technology-job fit*, *supervisory control systems*, *role conflict*, dan *role ambiguity*.

4. Solusi perbaikan yang disarankan berdasarkan faktor masalah kesenjangan kualitas antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan aktual (*gap 3 servqual model*), yaitu:
 - a. *Teamwork*: membangun kerja sama tim antar karyawan dan manajer.
 - b. *Employee-job fit*: melakukan rekrutmen dan seleksi yang sesuai dengan tugas pekerjaan.
 - c. *Technology-job fit*: meningkatkan kesesuaian peralatan ataupun teknologi yang dibutuhkan karyawan.
 - d. *Perceived control*: mendorong dan membantu karyawan untuk memiliki fleksibilitas, kepercayaan, dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas pekerjaannya.
 - e. *Supervisory control systems*: melakukan evaluasi secara teratur dengan karyawan mengenai keluhan pelanggan yang diterima.
 - f. *Role conflict*: melatih karyawan dalam penetapan skala prioritas dan manajemen waktu ketika bekerja.
 - g. *Role ambiguity*: memperjelas peran karyawan, memastikan bahwa karyawan memahami bagaimana pekerjaan mereka dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, dan memberikan pelatihan yang diperlukan karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaannya.

5.2 Saran

Mengacu dari hasil temuan penelitian pada perhitungan skor rata-rata faktor *servqual gap 3* (Gambar 4.31) yang memperoleh skor negatif di ketujuh faktor

utama dan penelahaan dari buku Zeithaml et al. (1990), saran yang dapat diberikan oleh Penulis berturut-turut berdasarkan skala prioritas meliputi:

1. Untuk memperbaiki faktor *role ambiguity*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat memberikan pelatihan yang dibutuhkan oleh karyawan di tiap-tiap bagian restoran mengenai bagaimana pekerjaan mereka harus dilakukan dan memperjelas uraian tugas sehingga karyawan dapat merasa percaya diri dan kompeten ketika melayani pelanggan serta memiliki informasi yang akurat tentang peran mereka.
2. Untuk memperbaiki faktor *role conflict*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat melatih karyawan dalam penetapan prioritas dan manajemen waktu sehingga karyawan dapat mengetahui pelanggan mana yang perlu mereka dahului ketika banyak pelanggan yang meminta layanan di waktu yang bersamaan.
3. Untuk memperbaiki faktor *perceived control*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat memberikan karyawan kepercayaan dan tanggung jawab ketika melayani pelanggan sebab karyawan perlu untuk bertindak secara fleksibel ketika menghadapi kondisi restoran yang ramai pengunjung.
4. Untuk memperbaiki faktor *technology-job fit*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat secara berkala melakukan pengecekan kelengkapan dan kebutuhan perlengkapan karyawan sebab perlengkapan yang sesuai dan layak dapat mendukung karyawan melakukan pekerjaannya dengan baik.
5. Untuk memperbaiki faktor *teamwork*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat membangun ataupun memperbaiki kerja sama tim antar karyawan maupun antar bagian karyawan di dalam restoran karena kerja sama tim diperlukan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.
6. Untuk memperbaiki faktor *employee-job fit*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat membuat *job specifications* ketika hendak melakukan rekrutmen dan seleksi calon karyawan sebab perusahaan perlu mencari karyawan dengan pendidikan, keterampilan, dan kepribadian yang cocok dengan posisi pekerjaan di restoran.
7. Untuk memperbaiki faktor *supervisory control systems*, manajer atau pihak lain dalam perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap keluhan pelanggan dan

memberikan *feedback* kepada karyawan berdasarkan keluhan tersebut sehingga perusahaan dapat menghindari terulangnya keluhan pelanggan yang diterima.

Selain saran untuk Restoran “B”, terdapat rekomendasi untuk peneliti selanjutnya yaitu pada penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan metode lain dalam meneliti permasalahan ini seperti menggunakan metode *Service Level Agreement (SLA)* agar dapat membantu mendefinisikan secara jelas harapan dan standar pelayanan antara penyedia layanan dan pelanggan serta menggunakan metode penelitian *action research*.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2023). *Marketing: An Introduction* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung*.
<https://bandungkota.bps.go.id/pressrelease/2023/02/28/1077/pertumbuhan-ekonomi-kota-bandung-tahun-2022.html>
- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* (10th ed.). McGraw Hill LLC.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). McGraw Hill Irwin.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Introducing English Language* (5th ed.). Sage Publications, Inc.
<https://doi.org/10.4324/9781315707181-60>
- Dale, B. G., Bamford, D., & Wiele, T. Van Der. (2016). *Managing Quality: An Essential Guide and Resource Gateway* (6th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Dewi, L. T., Chinh, N. T., & Kerviona, K. (2022). Service Blueprinting to Enhance Restaurant's Service Process. *International Journal of Industrial Engineering and Engineering Management*, 4(1), 1–6.
<https://doi.org/10.24002/ijieem.v4i1.5506>
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429203374-1>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Hossain, M. Z., Enam, F., & Farhana, S. (2017). Service Blueprint a Tool for

- Enhancing Service Quality in Restaurant Business. *American Journal of Industrial and Business Management*, 7, 919–926.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4236/ajibm.2017.77065>
- Hoyer, R. W., & B.Y., H. B. (2001). What is quality. *Quality Progress*, 34(7), 53–62.
- Kamus Pembakuan Statistik. (2022). *Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum*. <https://www.bps.go.id/klasifikasi/app/view/kbli2020/I>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education Limited. www.pearson.com/uk
- Kowalik, K., & Klimecka-Tatar, D. (2018). The Process Approach to Service Quality Management. *Production Engineering Archives*, 18(18), 31–34.
<https://doi.org/doi:10.30657/pea.2018.18.05>
- Ramya, N., A. Kowsalya, & K. Dharanipriya. (2019). Service Quality and Its Dimensions. *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), 38–41.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2010). Operations Management. In *Financial Times Prentice Hall* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Torres, E. N., & Zhang, T. (2023). *Customer Service Marketing: Managing the Customer Experience*. Routledge.
- Wirtz, J. (2023). *Essentials of Services Marketing* (4th ed.). Pearson Educated Limited.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery Service. *Journal of Marketing*, 52(2), 35–48.

Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (2004). Service Quality. In *Management and Marketing of Services*. Marketing Science Institute.
<https://doi.org/10.4324/9780080938691-11>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.