

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada Kedai Kopi X melalui observasi, wawancara, dan kuesioner dengan menggunakan teori *walk-through audit* dan dimensi *service package* berdasarkan rumusan masalah pada penelitian yang terdapat di bab pertama, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi konsumen terhadap proses penghantaran jasa yang diberikan oleh Kedai Kopi X dapat dilihat dari masing-masing dimensi dan indikator dimensinya berdasarkan dimensi dari paket jasa (*service package*).

Berikut merupakan kategori penilaian konsumen berdasarkan dimensi dan indikator dimensi paket jasa di Kedai Kopi X:

- ❖ Dimensi fasilitas pendukung: baik.

Indikator dimensi fasilitas pendukung:

- Lokasi Kedai Kopi X strategis: baik.
- Lokasi Kedai Kopi X mudah ditemukan: baik.
- Pencahayaan yang di hadirkan pada ruangan Kedai Kopi X membuat suasana menjadi nyaman: baik.
- Interior pada Kedai Kopi X menarik: baik.
- Furnitur pada Kedai Kopi X memiliki kualitas yang baik: baik.
- Peralatan makan dan minum yang diberikan oleh Kedai Kopi X lengkap: baik.
- Peralatan makan dan minum yang diberikan kepada konsumen Kedai Kopi X dalam keadaan bersih: baik.
- Kedai Kopi X menyediakan tempat parkir yang memadai: tidak baik.
- Tata letak meja dan kursi di Kedai Kopi X tertata dengan rapi: baik.
- Jarak antar meja memberikan ruang untuk bergerak yang cukup: baik.

- ❖ Dimensi barang yang difasilitasi: baik.

Indikator barang yang difasilitasi:

- Porsi minuman yang disajikan oleh Kedai Kopi X selalu sama setiap kali pembelian (tidak mengalami perubahan): baik.

- Porsi makanan yang disajikan oleh Kedai Kopi X selalu sama setiap kali pembelian (tidak mengalami perubahan): baik.
  - Rasa minuman yang disajikan oleh Kedai Kopi X selalu sama setiap kali pembelian (tidak mengalami perubahan): baik.
  - Rasa makanan yang disajikan oleh Kedai Kopi X selalu sama setiap kali pembelian (tidak mengalami perubahan): baik.
  - Rasa kopi sesuai dengan karakteristik dari masing-masing jenis biji kopi: baik.
  - Rasa makanan yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa yang diinginkan: baik.
  - Jumlah pilihan menu minuman yang ditawarkan cukup beragam: baik.
  - Jumlah pilihan menu makanan yang ditawarkan cukup beragam: cukup.
- ❖ Dimensi informasi: cukup.
- Indikator dimensi informasi:
- Keterangan plang nama Kedai Kopi X terlihat jelas: baik.
  - Iklan atau tawaran yang diberikan oleh Kedai Kopi X pada instagram tersampaikan: cukup.
  - Menu yang diberikan memuat informasi yang dibutuhkan (harga, deskripsi minuman dan makanan): baik.
- ❖ Dimensi layanan eksplisit: baik.
- Indikator layanan eksplisit:
- Minuman yang ditawarkan pada menu selalu tersedia: baik.
  - Makanan yang ditawarkan pada menu selalu tersedia: cukup.
  - Pesanan minuman selalu datang dengan cepat: baik.
  - Pesanan makanan selalu datang dengan cepat: baik.
  - Pelayan Kedai Kopi X selalu siap dalam melayani konsumen: baik.
  - Wifi yang disediakan oleh Kedai Kopi X memiliki koneksi yang cepat: baik.
- ❖ Dimensi layanan implisit: baik.
- Indikator layanan implisit:
- Pelayan Kedai Kopi X menyambut konsumen dengan ramah: baik.
  - Pelayan Kedai Kopi X melayani konsumen secara sopan: baik.

- Volume musik di Kedai Kopi X tidak mengganggu aktivitas konsumen: baik.
  - Sirkulasi udara pada Kedai Kopi X baik (asap rokok tidak mengganggu konsumen): cukup.
2. Penyebab proses penghantaran jasa yang diberikan kepada konsumen yang datang ke Kedai Kopi X menjadi tidak sempurna disebabkan oleh kesalahan-kelasahan yang terjadi pada Kedai Kopi X.
- a. Berdasarkan kategori penilaian konsumen terhadap dimensi dan indikator dimensi paket jasa, didapatkan lima indikator dimensi yang dinilai tidak baik yaitu:
- ❖ Kedai Kopi X menyediakan tempat parkir yang memadai.
  - ❖ Jumlah pilihan menu makanan yang ditawarkan cukup beragam.
  - ❖ Iklan atau tawaran yang diberikan oleh Kedai Kopi X pada instagram tersampaikan.
  - ❖ Makanan yang ditawarkan pada menu selalu tersedia.
  - ❖ Sirkulasi udara pada Kedai Kopi X baik (asap rokok tidak mengganggu konsumen).
- b. Penyebab permasalahan pada proses penghantaran jasa yaitu:
- ❖ Permasalahan pada “Kedai Kopi X tidak menyediakan tempat parkir yang memadai”.
    - Personel  
Tukang parkir kurang sigap dalam menempatkan dan merapikan parkiran motor.
    - Lingkungan  
Lahan parkir seringkali penuh karena digunakan untuk keperluan umum.
  - ❖ Permasalahan pada “pilihan menu makanan kurang beragam”.
    - Personel  
Tidak adanya karyawan khusus memasak (koki).
    - Peralatan  
Keterbatasan alat dapur.

- Prosedur  
Tidak adanya prosedur untuk melakukan RnD produk.
  - ❖ Permasalahan “iklan atau tawaran yang diberikan oleh Kedai Kopi X pada *instagram* tidak tersampaikan”.
    - Personel  
Tidak ada yang bertanggung jawab khusus untuk mengelola media sosial *instagram*.
    - Prosedur  
Tidak ada penjadwalan secara tertulis mengenai pengelolaan media sosial *instagram*.
  - ❖ Permasalahan “menu makanan tidak selalu tersedia”.
    - Personel
      - Karyawan sering lupa melakukan pengecekan bahan baku.
      - Kurangnya koordinasi ketika pergantian jadwal kerja (*shift*).
    - Bahan  
Sering terjadi persediaan habis (*stock out*) pada bahan baku dan gas.
    - Prosedur  
Prosedur pengecekan bahan baku yang kurang baik.
  - ❖ Permasalahan “sirkulasi udara pada Kedai Kopi X tidak baik”.
    - Peralatan  
Kurangnya *exhaust fan*.
    - Lingkungan  
Tidak adanya pemisahan untuk area merokok dan tidak merokok pada ruangan Kedai Kopi X.
3. Agar dapat meningkatkan kualitas dalam proses penghantaran jasa kepada konsumen pada Kedai Kopi X, diberikan usulan tindakan perbaikan yang digolongkan menjadi empat bagian, yaitu:
- a. Personel
    - Memaksimalkan upaya *marketing tools electronic word of mouth* kepada konsumen mengenai media sosial “*instagram*”.
    - Melakukan *on-the-job training* kepada karyawan untuk dapat memasak makanan pada menu.

- Menambah satu karyawan untuk menjadi *supervisor* agar menjaga karyawan lain selalu bekerja dengan baik dan sigap terhadap konsumen.
- b. Prosedur
- Membuat *Form* pengecekan bahan baku yang lebih jelas.
  - Melakukan evaluasi terhadap menu makanan dan mencari tahu keinginan konsumen.
  - Membuat metode tertulis dengan melakukan penjadwalan mengenai penggunaan media sosial *instagram*.
- c. Peralatan
- Menambahkan rak gantung di bagian dapur agar dapat menambah tempat untuk persediaan bahan baku baru.
  - Menambah *exhaust fan*.
- d. Lingkungan
- Memberi pembatas ruangan kaca untuk memisahkan bagian untuk merokok dan tidak merokok.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kedai Kopi X, terdapat saran yang dapat diberikan dan dapat digunakan oleh perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam proses penghantaran jasa dilihat dari tingkat kemudahan dan kepentingannya menurut penulis. Saran yang dapat diberikan untuk Kedai Kopi X, sebagai berikut:

1. Membuat *form* pengecekan bahan baku yang lebih jelas.  
Pencatatan bahan baku yang lebih jelas tentunya akan membuat informasi mengenai bahan baku menjadi lebih baik, maka perusahaan disarankan untuk membuat *form* pengecekan bahan baku yang lebih jelas. Hal ini dapat menghindari kesalahan karyawan pada saat pergantian jadwal kerja (*shift*) dan keterlambatan dalam pemesanan bahan baku.
2. Menambah satu karyawan untuk menjadi *supervisor* agar menjaga karyawan lain selalu bekerja dengan baik dan sigap terhadap konsumen.

Untuk menjaga karyawan untuk selalu bekerja dengan baik dan sigap perusahaan disarankan untuk menambah *supervisor* karena pemilik tidak bisa selalu hadir setiap saat.

3. Menambahkan rak gantung di bagian dapur agar dapat menambah tempat untuk persediaan bahan baku baru.

Perusahaan disarankan untuk menambahkan rak gantung yang dapat berfungsi untuk menyimpan bahan baku baru sehingga kedai kopi dapat menambahkan jumlah varian menu makanan. Rak gantung dapat diletakan pada sisi tembok yang masih kosong.

4. Melakukan evaluasi terhadap menu makanan dan mencari tahu keinginan konsumen.

Untuk terus memenuhi keinginan konsumen, maka perusahaan disarankan melakukan survey terhadap apa yang konsumen inginkan. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui menu makanan apa yang paling disukai oleh konsumen sehingga dapat menyediakan persediaan yang lebih banyak pada menu tersebut.

5. Melakukan *on-the-job training* kepada karyawan untuk dapat memasak makanan pada menu.

Perusahaan disarankan untuk melakukan program pelatihan kepada karyawannya untuk memasak makanan berat yang dikiranya cukup sederhana untuk dimasak sehingga perusahaan dapat menambahkan menu makanan berat tanpa harus menambah karyawan baru untuk memasak. Setelah dilakukan pelatihan, perusahaan juga dapat membuat metode tertulis mengenai tata cara pembuatan menu makanan yang dapat ditempel di dapur, sehingga karyawan dapat mengikuti tata cara tersebut jika mereka lupa.

6. Membuat metode tertulis dengan melakukan penjadwalan mengenai penggunaan media sosial *instagram*.

Untuk membuat media sosial *instagram* menjadi lebih efektif perusahaan disarankan untuk membuat metode tertulis dengan melakukan penjadwalan mengenai konten dan waktu untuk melakukan pengunggahan pada *instagram*.

7. Memaksimalkan upaya *marketing tools: electronic word of mouth* kepada konsumen melalui media sosial *instagram*.

Hal ini merupakan upaya untuk konsumen dapat mengetahui adanya *instagram* kedai kopi ini sekaligus mengetahui lokasi kedai kopi.

8. Menambahkan *exhaust fan*

Penambahan *exhaust fan* pada ruangan dapat membantu mengurangi pengendapan asap rokok dan udara panas di dalam ruangan.

9. Memberi pembatas ruangan kaca untuk memisahkan bagian untuk merokok dan tidak merokok

Kenyamanan konsumen akan terganggu jika konsumen yang tidak merokok mencium bau rokok atau asap rokok, oleh karenanya pemisahan area merokok dan tidak merokok menjadi hal yang cukup penting untuk kenyamanan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar, V., Leone R.P., & Day, G.S. (2013). *Marketing Research*. Singapore: John Wiley and Sons.
- A.B Susanto (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Penerbit Kompas.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management*. New York: McGraw-Hill.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing*. United States: Pearson Education, Inc.
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Rampersad, H. (2005). *Managing Total Quality: Enhancing Personal and Company Value*. California: Tata McGraw-Hill.
- Sangadji, M., Etta, & Sopiah. (2010). *Research Methods For Business*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Stevenson, William J.,(2012). Edisi 11. *Operations Management*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa* (Vol. Edisi pertama). Malang: Bayu Media Publishing.
- Zulian , Y. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: EKONISIA.