

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data seperti yang dilakukan pada bab 4, maka dapat disimpulkan:

1. Tujuan penggunaan *House of Quality* pada penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki produk dan pelayanan *Gage Korean Grill and Café* berdasarkan persepsi konsumen saat berkunjung dan mengkonsumsi makanan dan minuman yang ditawarkan oleh *Gage Korean Grill and Café*.
2. Dimensi kualitas pelayanan dan produk yang dianggap paling penting oleh konsumen untuk diperbaiki adalah dimensi *responsiveness*, *tangibles*, dan *product*, dimana selengkapnya dapat dilihat pada subbab 4.2.
3. Dari semua kriteria kualitas pelayanan dan produk yang dinilai, kriteria yang dianggap paling penting adalah rasa makanan yang dijual (12.35%), kesigapan karyawan dalam melayani konsumen (8.81%), serta kesediaan untuk selalu membantu konsumen (8.49%), dimana dapat dilihat dengan lebih rinci pada tabel 4.8.
4. Penilaian konsumen terhadap *Gage Korean Grill and Café* dengan restoran Korea lainnya menunjukkan bahwa kinerja *Gage Korean Grill and Café* secara umum lebih rendah jika dibandingkan dengan restoran Korea lainnya dimana dapat dilihat dengan lebih jelas pada tabel 4.10. Angka kesenjangan kinerja terbesar terdapat pada kriteria keramahan karyawan dalam melayani konsumen (-1.14), kesigapan karyawan dalam melayani konsumen (-1.07), serta tanggapan karyawan untuk permintaan konsumen (-1.03). Sedangkan angka kesenjangan kinerja terkecil terdapat pada kriteria variasi makanan yang dijual (-0.07). Hal ini dapat dilihat dengan lebih rinci pada tabel 4.11.

5. Karakteristik teknik yang didapat melalui wawancara dengan pengelola Gage *Korean Grill and Café*, dimana dalam hal ini adalah pemilik dan *supervisor* dari Gage *Korean Grill and Café* sendiri adalah antara lain memberikan *training* pada karyawan bagaimana cara melayani yang tepat, memberitahu karyawan bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan pada sebuah menu, melakukan *personal assessment* secara berkala, melakukan *briefing* secara berkala, menambah bagian pelayan pada saat jam-jam sibuk, memasang prosedur makan Korea yang tepat pada ruang makan, menambahkan gorden dengan bahasa serta dekorasi Korea, menambahkan foto-foto menu pada dinding-dinding ruang makan, memasang stiker bernuansa Korea pada pintu kaca tempat masuk konsumen, memberikan celemek yang sesuai dengan seragam karyawan, melakukan pengecekan peralatan makan secara berkala, melakukan pengecekan terhadap standar resep secara berkala, menawarkan konsumen daging yang tipis dan tebal, mengurangi tingkat keasinan pada sambal, dan menerbitkan menu baru secara berkala. Untuk mengetahui lebih rinci dapat dilihat pada tabel 4.12.
6. Kekuatan hubungan antar karakteristik teknik diketahui dengan melakukan penilaian dengan skala kuat (*), menengah (•), dan lemah (Ø), dimana dapat dilihat dengan lebih jelas pada tabel 4.14.
7. Kekuatan hubungan antara kriteria kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknik berkisar antara 6 hingga 9, dengan angka 9 menandakan kekuatan hubungan yang sangat kuat dan angka 0 menandakan tidak adanya hubungan antara keduanya. Untuk mengetahui dengan lebih rinci lagi dapat dilihat pada tabel 4.19.
8. Prioritas perbaikan untuk Gage *Korean Grill and Café* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan bobot relatif yang memiliki nilai diatas 5% adalah:
 - Melakukan *personal assessment* setiap hari dan dievaluasi setiap dua minggu (12.24%)
 - Melakukan *briefing* setiap pagi hari (11.83%)

- Memberikan *training* yang dibutuhkan kepada karyawan sesuai dengan tugasnya (10.37%)
- Memasang satu foto menu baru setiap bulannya (9.20%)
- Memasang prosedur makan berupa *wallpaper* pada ruang makan (9.18%)
- Membuat perbedaan nama menu berdasarkan jenis daging (8.26%)
- Menambah dua karyawan selama dua hingga tiga jam sibuk (7.68%)
- Memberikan *product knowledge* kepada karyawan terkait setiap *item* pada menu (7.48%)
- Melakukan pengecekan terhadap standar resep tiga hari sekali (5.57%)

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran kepada Gage *Korean Grill and Café* sebagai berikut:

1. Penilaian karakteristik teknik yang dilakukan oleh pengelola Gage *Korean Grill and Café* yang memiliki nilai 4 (baik) atau 5 (sangat baik) dapat diartikan sudah tidak ada masalah, sedangkan untuk penilaian dibawah 4 berarti perlu untuk dilakukannya perbaikan. Karakteristik teknik yang perlu dievaluasi dengan nilai dibawah 3 (cukup baik) adalah:
 - a. Menambahkan gorden dengan bahasa serta dekorasi Korea (dengan nilai 2 yang berarti buruk), dapat dimulai dengan menambahkan gorden dengan bahan kain tradisional Korea serta penulisan Korea yang membuat suasana Korea pada restoran lebih terasa.
 - b. Menambahkan foto-foto menu pada dinding-dinding ruang makan (dengan nilai 2 yang berarti buruk), sebaiknya dapat dimulai dengan melakukan foto-foto yang baik pada makanan dan minuman dari yang sering dibeli dan yang paling menarik untuk konsumen, dengan pemasangan foto diharapkan untuk bisa dilakukan secara rutin sebanyak satu foto setiap bulannya.
 - c. Memasang stiker bernuansa Korea pada pintu kaca tempat masuk konsumen (dengan nilai 2 yang berarti buruk), dapat dimulai dengan mencari gambar-

gambar stiker yang mendukung suasana Korea dalam jangka panjang serta sebagai arahan untuk mengetahui ingin seperti apakah Gage *Korean Grill and Café* ke depannya melalui stiker-stiker tersebut. Stiker tersebut juga diharapkan memiliki bahan yang tahan lama karena akan dipasang di pintu kaca tempat masuk konsumen.

2. Nilai target yang menjadi prioritas perbaikan bagi Gage *Korean Grill and Café* dengan dilihat dari nilai bobot relatif sebesar 5% atau lebih:
 - a. Melakukan *personal assessment* secara berkala (12.24%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dilakukan hal ini dengan meningkatkan hubungan secara pribadi antara pengelola dengan karyawan, terutama melalui waktu untuk menjelaskan kepada karyawan yang dikhususkan pada waktu tertentu. Pembahasan yang diberikan dapat difokuskan pada kesalahan-kesalahan apa saja yang dilakukan karyawan dalam kurun 2 minggu, serta memberitahu bagaimana atau apa yang diharapkan baik oleh pengelola ataupun konsumen dari *customer feedback* dan sebagainya.
 - b. Melakukan *briefing* secara berkala (11.83%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dilakukan setiap hari sekali dengan rutin dan konsisten, mulai dari pembahasan oleh pengelola mengenai hal-hal apa saja yang harus dilakukan oleh setiap bagian menurut *job description* masing-masing serta perlakuan yang baik seperti apa untuk konsumen yang harus dilakukan.
 - c. Memberikan *training* pada karyawan bagaimana cara melayani yang tepat (10.37%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dilakukan dengan memasukkan 1-2 karyawan dari bagian yang berbeda kepada bagian pelatihan yang resmi atau setidaknya dapat dimulai dari membawa karyawan berkeliling ke restoran Korea lainnya untuk dapat melihat bagaimana pelayanan yang baik bisa dilakukan.
 - d. Memasang prosedur makan Korea yang tepat pada ruang makan (9.18%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dapat

dimulai dari disain prosedur makan yang disesuaikan dengan tujuan *Gage Korean Grill and Café* untuk beberapa waktu ke depan, dan untuk dilakukan pemasangannya seperti pada tembok ruang makan dalam bentuk *wallpaper* untuk dapat dilihat banyak orang langsung, dan dengan demikian konsumen juga dapat merasakan bagaimana pengalaman makan Korea yang tepat.

- e. Menawarkan konsumen daging yang tipis dan tebal (8.26%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dilakukan dengan memastikan konsistensi pemotongan daging tipis serta tebal dan menggunakan nama yang berbeda untuk daging dengan tingkat ketebalan yang berbeda sebagai bagian dari menu yang baru.
- f. Menambah bagian pelayan pada saat jam-jam sibuk (7.68%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang artinya masih perlu untuk ditingkatkan, dimana jam-jam sibuk ini berarti adalah jam-jam dimana konsumen paling banyak untuk datang (jam makan malam pada akhir minggu), maka dapat dilakukan penambahan karyawan bagian pelayan sebanyak 1-2 orang untuk waktu tersebut agar tidak terjadi proses penghantaran pesanan yang lebih lambat dibandingkan dengan saat tidak sibuk.
- g. Memberitahu karyawan bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan pada sebuah menu (7.48%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang berarti masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dimulai dengan memberikan pengetahuan dasar kepada karyawan, yaitu mengenai bahan apa saja yang digunakan untuk bagian pelayan, dan takaran seperti apa yang diperlukan untuk bagian dapur, sehingga konsumen dapat mengetahui dengan lebih jelas saat memilih menu yang akan mereka makan.
- h. Melakukan pengecekan terhadap standar resep secara berkala (5.57%) dengan nilai 3 (cukup baik) yang berarti masih perlu untuk ditingkatkan, dapat dilakukan perbaikan dengan melakukan pengecekan tersebut setiap sebelum masakan dibuat dan diperbaharui setiap 3 hari sekali berdasarkan *customer review* untuk bagaimana rasa yang sebaiknya disajikan kedepannya.

3. *House of Quality* sebagai metode yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus dilakukan dengan berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu karena kebutuhan konsumen yang dinamis dan mudah terpengaruh oleh kondisi eksternal maupun internal. Dengan menggunakan metode *House of Quality*, Gage *Korean Grill and Café* dapat mengetahui apa yang harus dilakukannya sebagai restoran Korea.
4. Penggunaan metode *House of Quality* tidak hanya dilakukan untuk melakukan perbaikan saja, tetapi dapat digunakan untuk perancangan proses operasional serta bagaimana untuk menjaga pelayanan tetap konsisten, walau dalam penelitian ini hanya dilakukan untuk melakukan perbaikan, tetapi diharapkan agar Gage *Korean Grill and Resto* dapat menggunakannya dengan lebih lengkap agar lebih bermanfaat dalam memperbaharui kualitas pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilshad, R. M., & Latif, M. I. (2013). Focus Group Interview as a Tool for Qualitative Research: An Analysis. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 33, 191-198.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* (4th ed.). New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Foster, S. T. (2013). *Managing Quality: Integrating the Supply Chain* (5th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2006). *Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations Management* (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Jaiswal, E. S. (2012). A Case Study on Quality Function Deployment. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering (IOSR-JMCE)*, 27-35.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 420-450.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 420-450.
- Reid, R. D., & Sanders, N. R. (2010). *Operations Management: An Integrated Approach*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Schroeder, R. G. (2004). *Operations Management: Contemporary Concepts And Cases*. New York, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (6th ed.). Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Tague, N. R. (2005). *The Quality Toolbox*. Milwaukee: ASQ.