

KUALITAS PELAYANAN PADA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN

¹Tiris Sudrartono ²Ratnanto Aditiarno

¹²Politeknik Piksi Ganesha Bandung

¹tiris.sudrartono@gmail.com, ²ratnanto.aditiarno@gmail.com

ABSTRACT

In the era of globalization in the business sector and very tight competition in various business units that require business managers to compete to attract consumers to buy the products they offer, this study aims to find out about the quality of service at the level of consumer satisfaction at "Café Jolie-Bee Bandung" which provides food and beverage menus, this research method uses a qualitative method with a direct observation approach by the author and interviews with consumers directly and with managers, it is known that the cafe has made efforts to improve the quality of service to consumers through efforts made in the form of increasing physical evidence (tangibles), Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy both through training and continuous employee coaching, things that need to be fixed by cafe managers are the provision of ornamental plants, karaoke music, product certificates and awards, provision of criticism and suggestion boxes and information about toilets and employee behavior that must be improved so that an inviting atmosphere is created and consumers feel comfortable being at "Café Jolie-Bee".

Kata kunci : Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Di era globalisasi di sektor bisnis dan persaingan yang sangat ketat diberbagai unit usaha sehingga mengharuskan pengelola usaha berlomba lomba menarik konsumen agar dapat membeli produk yang ditawarkannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan pada Tingkat kepuasan konsumen di "Café Jolie-Bee Bandung" yang menyediakan menu makanan dan minuman, metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan pengamatan langsung penulis dan wawancara dengan konsumen langsung maupun dengan pengelola, diketahui bahwa café telah melakukan Upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen melalui upaya upaya yang dilakukan berupa dalam bentuk meningkatkan bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) baik melalui Latihan maupun pembinaan pegawai secara terus menerus, hal yang perlu di benahi oleh pengelola café adalah penyediaan tanaman hias, karaoke music, sertifikat produk dan penghargaan, penyediaan kotak kritik dan saran serta informasi tentang toilet serta prilaku pegawai yang harus ditingkatkan sehingga tercipta suasana mengundang dan konsumen merasa nyaman berada di "café Jolie-Bee".

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis dalam era globalisasi di setiap lini seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan dari berbagai bidang usaha dan kegiatan Masyarakat lainnya antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga secara cepat, Untuk menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya. Keunggulan pelayanan didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

Kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis, Untuk dapat menentukan konsumen yang berkunjung pada perusahaan sangat puas, cukup puas, atau tidak puas ama sekali dengan pembelian produk dari perusahaan dapat diketahui dari segi pelayanan yang diberikan Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari seberapa dekat antara harapan (*expectations*) pembeli atas produk tersebut dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dari produk tersebut. Jika kinerja produk tersebut lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas; dan jika melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas. Perasaan-perasaan ini akan mempengaruhi apakah konsumen tersebut akan membeli produk itu lagi dan menyampaikan secara positif atau negatif tentang produk tersebut kepada orang lain tentang produk yang disediakan oleh Perusahaan.

Café Jolie-Bee yang terletak di Jalan Jendral Gatot Subroto No. 301 Bandung berupa Café yang menyediakan penjualan produk *Food*, *Snack* dan *Drink* dengan harga yang terjangkau untuk kalangan Masyarakat luas utamanya para kalangan mahasiswa dan karyawan yang ada disekitar café tersebut dengan harga mulai Rp. 10.000 samapai dengan Rp.20.000 per porsinya selain juga menyediakan menu dengan berbagai paket harga. Berikut data kunjungan konsumen di Café Jolie-Bee pada tabel 1

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Café Jolie-Bee Periode April-Juni 2024

Bulan	Jumlah Kunjungan	% Kunjungan
April	1.220	-
Mei	1.118	-8.3
Juni	1.355	19.4

Sumber : Data Yang diolah 2024

Pada tabel 1 diketahui jumlah kunjungan konsumen di Café Jolie-Bee terdapat penurunan, yaitu pada bulan Mei 2024 sebesar 8.3 % dibandingkan pada bulan sebelumnya, namun demikian jumlah kunjungan meningkat Kembali pada bulan Juni sebesar 19.4 % dari bulan sebelumnya, Penurunan jumlah kunjungan di Café Jolie-Bee di duga karena belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Café Jolie-Bee yang menjadikan kosumen belum puas atas pelayanan yang diberikan, untuk mengetahui hal tersebut penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Kualitas Pelayanan Pada Tingkat Kepuasan Konsumen” dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada dan mencari Solusi yang sesuai untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan sehingga kunjungan konsumen di kafe tersebut meingkat terus

LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen merupakan alat untuk pencapaian tujuan yang di inginkan. Manajemen yang tepat akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diaturnya berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen itu (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian). Jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Adapun unsur-unsur manajemen itu terdiri dari *men, money, method materials, mechine dan market* yang disingkat 6 M, menurut Kotler pada (Manullang & Dra. Esterlina Hutabarat, 2016) Manejemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Untuk itu perlu sasaran pemasaran yang sesuai, (Sudrartono et al., 2020) meyakini bahwa Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan suatu nilai kepada pelanggan, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk atau jasa dengan mudah, mempromosikan secara efektif dan efisien serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan manajemen yang baik dalam pemasaran pada suatu perusahaan. Manajemen perusahaan adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono pada (TIRIS SUDRARTONO, 2019) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan ekspektasi jika ingin mencapai kepuasan masyarakat. Jika kualitas pelayanan tidak bisa melampaui ekspektasi masyarakat maka dipastikan tidak akan menciptakan kepuasan Masyarakat. Menurut Tjiptono pada (Junior et al., 2019) terdapat lima dimensi tentang kualitas pelayanan yaitu : Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), (*responsiveness*), Daya Tanggap Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*). ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Dalam pelayanan publik yang diselenggarakan oleh swasta, adaptabilitas pelayanan sangat tinggi. Penyelenggara pelayanan selalu berusaha untuk merespon keinginan pengguna karena posisi tawar pengguna yang sangat tinggi.

Apabila keinginan pengguna tidak direspon, maka pengguna akan beralih kepada penyelenggara pelayanan yang lain. Dengan demikian sifat pelayanan adalah pelayanan yang dikendalikan oleh pengguna (Meilasari & Sudrartono, 2021)

3. Kepuasan Konsumen

Menurut pada (Junior et al., 2019) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya. Menurut (Tjiptono, F ; Anastasia, 2016) mengatakan bahwa "Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan". Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama,

METODOLOGI

Metode yang digunakan pada penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) kualitatif adalah ciri khas ilmu pengetahuan sosial yang bergantung pada pengamatan individu dan individu dalam bahasa mereka dan dalam peristiwa. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan pihak pengelola Café Jolie-Bee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Café Jolie-Bee yang terletak di Jalan Jendral Gatot Subroto 301 merupakan Café yang menyediakan Makanan, Makanan ringan serta minuman, makanan terdiri dari nasi kepal sebagai menu andalan utamanya, untuk makanan ringan nya menyediakan *burger, fish roll, Fatato Fries* serta menu andalannya berupa Mie Pangsit serdangkan minuman menyediakan *Ice Tea* dengan berbagai rasa, kopi serta menu andalannya untuk minuman adalah *choco milk Belgian* dengan harga mulai dari sepuluh ribu rupiah sampai dengan duapuluh ribu rupiah untuk makanan dan enam ribu rupiah sampai dengan dua belas ribu rupiah untuk harga minumannya.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dan wawancara langsung dengan pengelola café maupun dengan pengunjung diketahui hal sebagai berikut

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Berdasarkan hasil pengamatan penulis diketahui bahwa Cafe telah menyediakan dekorasi dan Desain interior yang menarik terdiri dari penyediaan meja dan kursi yang sesuai dan layak untuk di tempati, pencahayaan yang cukup serta terdapat hiasan dinding seperti lukisan dan slogan dan dilengkapi dengan musik serta tempat untuk mengisi daya baterai handphone, hasil wawancara dengan pengunjung meytakan bahwa bukti fisik sudah cukup lengkap namun cukup disayangkan untuk hiburan musik tidak bisa karaoke serta tidak adanya tanaman hias di sekitar meja kursi makan sehingga belum kamsimal penataannya dan suasana santai nya belum terasa. Diketahui juga cafe sudah menyediakan menu fisik, brosur serta logo dan nama cafe yang jelas terlihat begitu juga kebersihan lantai dan meja, tempat sampah dan kebersihannya namun menurut pengunjung toilet yang jaraknya tidak berada di sekitar cafe, namun

demikian Wifi gratis dan tempat parkir yang luas di tunjang dengan pelayanan pegawai yang ramah menggunakan seragam rapih

2. Keandalan (reliability)

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dikathu cafe telah melakukan Penyajian makanan dan minuman yang selalu dalam kondisi baik dan sesuai dengan standar kualitas kafe, Pelayanan yang cepat dan tepat waktu, baik untuk dine-in maupun take-away, Kafe buka dan tutup sesuai dengan jam operasional yang telah diumumkan, Pesanan pelanggan disiapkan dengan benar tanpa kesalahan, Menu yang ditawarkan selalu tersedia dan jarang ada stok yang habis, Perawatan fasilitas dan peralatan dilakukan secara rutin untuk memastikan semuanya berfungsi dengan baik begitu juga hasil wawancara dengan pengelola dan pengunjung menyatakan bahwa cafe sudah handal, pengelola juga menyatakan bahwa Bahan-bahan yang digunakan selalu segar dan berkualitas tinggi namun pengunjung meyarakan disediakan kotak kritik dan saran yang belum tersedia

3. Daya Tanggap (responsiveness)

Hal ini menunjukkan seberapa cepat dan efisien menanggapi permintaan, kebutuhan, atau masalah yang dihadapi konsumen, hali ini dapat dilihat dari pengamatan penulis dimana terlihat cafe Jolie-Bee Pelayanan yang cepat dalam mengambil pesanan, menyajikan makanan dan minuman, Respons cepat terhadap pelanggan yang membutuhkan sesuatu, seperti meminta tambahan saus atau tisu, pegawai yang selalu siap melayani dengan ramah dan profesional, pegawai yang proaktif dalam melihat kebutuhan pelanggan, seperti menawarkan isi ulang minuman atau memeriksa apakah semuanya berjalan baik namun belum dilakukan oleh pegawai adalah Memberikan perhatian ekstra, seperti mengingat preferensi konsumen tetap dan menurut konsumen belum di update nya informasi yang akurat dan lengkap mengenai menu, promo dan informasi lain

4. Jaminan (assurance)

Jaminan cafe mencerminkan tingkat keyakinan yang diberikan oleh kafe kepada pelanggan terkait kualitas dan keandalan layanan, pengamatan penulis cafe telah melakukan Penyajian makanan dan minuman yang selalu segar, higienis, dan berkualitas tinggi, pegawai Staf yang terlatih dengan baik dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang menu, layanan, dan prosedur kafe, Sistem pembayaran yang aman dan efisien serta Memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang menu, bahan, dan asal usul produk, hal tersebut juga dibenarkan oleh konsumen yang berkunjung ke cafe namu konsumen belum mengetahui tentang sertifikasi kebersihan, keamanan pangan, dan mungkin penghargaan dari institusi atau organisasi terpercaya yang menurut konsumen ini hal yang penting. Serta di sosial media belum adanya testimoni dan ulasan positif dari pelanggan sebelumnya yang menunjukkan konsistensi dan kualitas layanan

5. Empati (empathy)

Hal ini mencerminkan kemampuan pegawai dan manajemen cafe untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan, serta memberikan perhatian dan layanan yang personal dan penuh pengertian. Penulis melihat belum adanya pegawai yang yang mengingat nama, preferensi, dan kebiasaan konsumen tetap namun

pegawai telah memberikan tanggapan yang menunjukkan bahwa mereka benar-benar memahami apa yang diinginkan atau dikeluhkan oleh konsumen juga menunjukkan Memberikan tanggapan yang menunjukkan bahwa mereka benar-benar memahami apa yang diinginkan atau dikeluhkan oleh pelanggan sehingga membuat konsumen merasa dihargai dan dipedulikan namun berdasarkan hasil wawancara ada hal yang belum dilakukan pegawai yaitu menciptakan suasana mengundang, di mana konsumen merasa seperti di rumah sendiri.

PENUTUP

Dalam upaya memberikan kepuasan konsumen perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan ini penting dilakukan oleh Perusahaan dalam hal ini pengelola café Jolie-Bee agar konsumen bisa terus berkunjung dan membeli produk yang disediakan oleh café bahkan dapat menyebarkan hal yang positif tentang café tersebut kepada koleganya sehingga konsumen café dapat terus bertambah, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), (*responsiveness*), Daya Tanggap Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) baik melalui Latihan maupun pembinaan pegawai, hal yang perlu di benahi oleh pengelola café adalah penyediaan tanaman hias, karaoke music, sertifikat produk dan penghargaan, penyediaan kotak kritik dan saran serta informasi tentang toilet serta perilaku pegawai yang harus ditingkatkan sehingga tercipta suasana mengundang dan konsumen merasa nyaman berada di café Jolie-Bee

DAFTAR PUSTAKA

- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Manullang, P. D. M., & Dra. Esterlina Hutabarat, M. . (2016). *Nejem. Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*.
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus PT. Infomedia Nusantara Bandung). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2021.
- Sudrartono, T., SOegoto, A. Su., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Syahputra, Sudirman, A., Agustini, I. G. A. A., Putra, A. R., & Triwardhani, D. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=
- TIRIS SUDRARTONO. (2019). Dampak Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pengguna Koperasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 67–80. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v9i1.53>
- Tjiptono, F ; Anastasia, D. 2018 : (2016). Strategi Promosi. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13, 17–39.