

Analisis Netnografi Pengalaman Pelanggan Café White Forest

Dimas Muhammad Thoifur ¹⁾; Eka Retno Utari²⁾; Sugiyanto³⁾

¹⁻³⁾Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen
Universitas Pamulang

Email : dimasthoifur@gmail.com¹, ekaretno567@gmail.com², dosen00495@gmail.com³

Abstract. The growth of the food MSME business in Indonesia has continued to experience impressive developments in recent years. Café White Forest is a well-known cafe located in Pamulang Square, Pamulang, South Tangerang. The aim of this research is to identify and analyze the sources of customer dissatisfaction at Café White Forest based on customer reviews or ratings on Google reviews. Considering that currently there are ratings on Google reviews, this can be a consideration for potential customers to visit Café White Forest. The research method used is a Netnographic study, the Netnographic method is used by observing the texts contained in the 1 and 2 star rating assessments at the White Forest Pamulang Square café. After that, the data was processed using atlas.ti software to code words or sentences in each assessment on Google Review. The results of the analysis of 30 customer reviews can be identified that there are 9 important categories obtained from customer reviews. The phrases that came up the most were bad service, bad food, and food that took a long time to be served. For this reason, it is necessary to have several strategies to improve the quality of service and food, in order to provide the best service for customers, so that it can increase customers who visit Café White Forest.

Keywords: Café, Netnographic Study, Service Quality

Abstract. Pertumbuhan bisnis UMKM makanan di Indonesia terus mengalami perkembangan yang mengesankan dalam beberapa tahun terakhir. *Café White Forest* merupakan salah satu kafe yang cukup terkenal berlokasi di Pamulang Square, Pamulang Tangerang selatan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis sumber ketidakpuasan pelanggan di *Café White Forest* pada ulasan atau penilaian pelanggan pada *google review*. Mengingat pada saat ini adanya penilaian pada *google review* dapat menjadikan pertimbangan bagi calon pelanggan untuk berkunjung ke *Café White Forest*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi netnografi, metode Netnografi digunakan dengan mengamati teks-teks yang terdapat pada penilaian rating bintang 1 dan 2 di *café White Forest Pamulang Square*. Setelah itu data diolah menggunakan software *atlas.ti* guna melakukan pengkodean kata atau kalimat dalam setiap penilaian pada *google review*. Hasil analisis terhadap 30 reviews pelanggan dapat diidentifikasi bahwa terdapat 9 kategori penting yang diperoleh dari review pelanggan. Frasa, yang paling banyak muncul adalah pelayanan buruk, makanan tidak enak, dan makanan lama disajikan. Untuk itu perlu adanya beberapa strategi peningkatan kualitas layanan dan makanan, guna memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan pelanggan yang berkunjung ke *Café White Forest*.

Keywords: Café, Studi Netnografi, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis UMKM makanan di Indonesia terus mengalami perkembangan yang mengesankan dalam beberapa tahun terakhir (Sugiyanto et al., 2021). UMKM makanan memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan makanan berkualitas dan beragam (Partha et al., 2023). Tren UMKM seperti café mulai berkembang pesat menjadi salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh generasi milenial saat ini. Khususnya di Jabodetabek café atau coffe shop sering dijumpai diberbagai tempat, dan tidak jarang suatu café menjadi terkenal di sosial media yang membuat bisnis café semakin berkembang pesat. Hal ini tidak lepas dari kebiasaan generasi milenial nongkrong dicafe, kegiatan meminum kopi tidak hanya dilakukan dirumah melainkan dilakukan di coffe shop yang telah menjadi tren terkini. Berbagai macam brand café atau coffe shop yang memberikan fasilitas beragam mulai dari konsep café yang unik sampe dengan pemandangan alam disekitar café yang memukai (Hidayah & Santoso, 2024).

Café White Forest merupakan salah satu kafe yang cukup terkenal berlokasi di Pamulang Square, Pamulang Tangerang selatan. Café ini mulai beroperasi sejak September 2023, sejak saat itu tidak sedikit pengunjung yang datang ke café White coffe karena memiliki view Situ Cileduk yang indah. Mulai dari generasi milenial sampai dengan orang dewasa banyak yang telah berkunjung ke *Café White Forest*. Selain dari memanfaatkan view indah dari Situ Cileduk *Café White Forest* juga menghadirkan suasana konsep café yang menarik dengan konsep natural memadukan antara bentuk bangunan dan alam sekitar. Dengan desain yang menarik serta beragam makanan yang disajikan, tetapi *Café White Forest* juga mendapatkan beberapa keluhan dan ketidakpuasan mulai dari pelayanan sampai dengan makanan yang disajikan oleh pelanggan yang berkunjung.

Penting bagi pelaku bisnis *Café White Forest* untuk memahami dan memperhatikan keluhan pelanggan guna memperbaiki layanan dan strategi bisnis. Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana suatu bisnis dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam memberikan layanan (Hidayah & Santoso, 2024). Selain itu kualitas kopi atau makanan yang disajikan juga memiliki dampak langsung pada kepuasan konsumen. Dampak dari penilaian konsumen pada *google review* akan mempengaruhi reputasi *Café White Forest* di mata pelanggan ataupun calon pelanggan. Untuk itu perlu dilakukan studi terkait kepuasan pelanggan pada pelayanan ataupun makanan pada *Café White Forest* agar dapat menjadi perhatian pemngembang bisnis untuk dapat memajukan atau mengembangkan bisnis *Café White Forest* lebih terkenal keberbagai kalangan.

Studi netnografi dapat menjadi suatu cara dalam menganalisa penilaian pelanggan pada *Café White Forest*. Netnografi yang berasal dari kata internet (*internetconnection network*) dan etnografi yang dapat diartikan sebagai metode penelitian daring yang diadaptasi dari etnografi yang diterapkan untuk memahami interaksi sosial dalam konteks komunikasi digital (Waruwu dan Vera, 2020). Studi netnografi memiliki keunggulan dalam pengambilan data dimana data Netnografi murni diperoleh dari proses *computer-mediated communication* atau interaksi yang tercipta melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini menegaskan bahwa data diperoleh dengan wawancara online, observasi online atau mengunduh semua data interaksi dan percakapan yang terjadi dalam *online communities*. Berbeda dengan etologi yang lebih mengutamakan pada data yang diperoleh dari observasi lapangan, interaksi tatap muka dan catatan lapangan (Waruwu & Vera, 2020).

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis sumber ketidakpuasan pelanggan di *Café White Forest* pada ulasan atau penilaian pelanggan pada *google review*. Mengingat pada saat ini adanya penilaian pada *google review* dapat menjadikan pertimbangan bagi calon pelanggan untuk berkunjung ke *Café White Forest*. Selain itu juga dengan data Netnografi dapat digunakan untuk mengungkap pola keluhan dan umpan balik dari pelanggan, sehingga nantinya hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas layanan dan produk pada *Café White Forest*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengalaman Pelanggan

Pada bisnis café harus dapat menciptakan suatu strategi yang dapat memberikan pengalaman bagi pelanggan saat menikmati minuman, makanan ataupun suasana café. Dengan pelayanan yang terintegrasi dengan tepat akan menimbulkan *experience costomer* atau pengalaman konsumen atau yang berkesan (Hasibuan & Dewi, 2016). Pengalaman yang berkesan akan memberikan kepuasan bagi konsumen, Kepuasan adalah tentang rasa apa yang diperoleh dengan apa yang diharapkan dan itu menjadi dasar keputusan konsumen selanjutnya (Surti & Anggraeni, 2020). Bagian dari tantangan dalam membangun pengalaman pelanggan yang perlu diperhatikan adalah pengalaman yang berwujud kualitas dan sangat berbeda antara orang satu dengan orang yang lain (Kristanto & Adiwijaya, 2018).

Menurut (Hendra, 2017) Pengalaman pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, faktor yang mempengaruhi pengalaman pelanggan yaitu *accessibility, competence, customer recognition, helpfulness, personalization, problem solving, promise fulfilment, dan value for time*. Penelitian yang dilakukan oleh (Hasibuan & Dewi, 2016) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) yang terdiri dari *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan Pada penelitian (Kristanto & Adiwijaya, 2018) Pengalaman pelanggan menjadi point yang paling dominan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam berbisnis, tidak terkecuali dalam banyak industry (Surti & Anggraeni, 2020). Banyak pelaku bisnis yang gagal bersaing karena tidak dapat memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Pelayanan adalah cara memperlakukan pelanggan dengan standar tertentu untuk menjaga keberlangsungan bisnis dan berdampak besar terhadap emosional pelanggan (Abdullah et al., 2018). Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah banyak apabila dinilai dapat memberikan kualitas pelayan sehingga berdampak pada kepuasan bagi pelanggan (Hasibuan & Dewi, 2016). Terdapat beberapa point dalam peningkatan pelayanan yang perlu diperhatikan yaitu sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), dan Tindakan (*action*) (Aisyah et al., 2023). Sikap yang ramah, penuh perhatian, dan memiliki rasa bangga terhadap pekerjaan akan memberikan citra yang baik terhadap perusahaan. Perhatian dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan mendengar dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan pelanggan. Tindakan dalam pelayanan yang dimaksud adalah dengan memberikan tawaran atau bantuan kepada pelanggan seperti mencatat pesanan atau menindak lanjuti keluhan yang muncul (Aisyah et al., 2023).

Studi Netnografi

Netnografi merupakan pendekatan baru melalui riset etnografik yang menggabungkan arsip dan interaksi secara online, membutuhkan pengamatan dan observasi dalam bentuk pengumpulan data secara digital, analisis dan representasi riset (Adnan & Iskandar, 2020). Netnografi juga dapat didefinisikan sebagai metode yang digunakan untuk mempelajari budaya dari penggunaan media digital yang dapat diamati jejak daringnya (Dwiarsianti, 2022). Netnografi merujuk pada proses dan metode penelitian kualitatif baru yang mengadopsi teknik penelitian etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang muncul melalui internet (Pratama & Ramadhan, 2022).

Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus dari riset etnografi untuk mengungkapkan kebiasaan unik dari berbagai jenis interaksi sosial yang termediasi komputer (*internet*), Definisi ini terus berkembang menjadi teknik riset untuk bidang sosial media (Yenny & Astuti, 2019). Penelitian (Adnan & Iskandar, 2020) menggunakan netnografi netnografi murni dan netnografi campuran. Netnografi murni dilakukan dengan data melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer, atau interaksi lain dengan bantuan teknologi informasi atau komunikasi seperti wawancara, observasi, partisipasi dan mengunduh data. Sedangkan netnografi campuran dilakukan Ketika pengambilan data tidak hanya komunikasi yang dimediasi oleh komputer, akan tetapi pengambilan data diperlukan dengan cara interaksi tatap muka.

METODOLOGI PENELITIAN

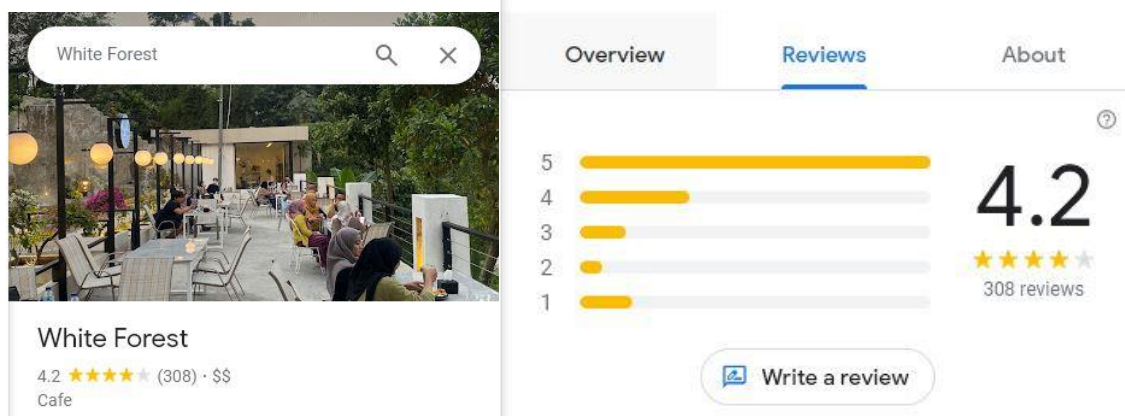
Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan penelitian adalah konstruktivisme. Konstruktivisme adalah teori pengetahuan dan pembelajaran yang menyatakan bahwa individu membangun pemahaman dan pengetahuan mereka tentang dunia melalui pengalaman dan refleksi atas pengalaman tersebut (Waruwu & Vera, 2020). Metode penelitian yang digunakan adalah studi netnografi, Netnografi adalah metode khusus yang digunakan untuk mempelajari ruang sibernetika atau lebih dikenal dengan dunia maya dalam mempelajari budaya komunitas online (Adi, 2023).

Metode Netnografi digunakan dengan mengamati teks-teks yang terdapat pada penilaian pada google review dengan penilaian bintang 1 dan 2 di café White Forest Pamulang Square. Café ini berlokasi di Pamulang Square, Jl. Siliwangi No.7, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15147. Berdasarkan hasil review tersebut, peneliti mengidentifikasi mulai dari kata-kata maupun kalimat yang menunjukkan adanya pesan kritik terhadap penilaian café pada bintang 1 dan 2.

Data yang diperoleh pada penilaian café di *Google review*, diperoleh 30 Penilai yang memberikan bintang 1 dan 2 pada *review café White Forest Pamulang Square*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis berdasarkan frekuensi kemunculan dari kata atau kalimat yang berkaitan dengan pengalaman pelanggan berkunjung ke *Café White Forest*. Teks atau kalimat pada penilaian kemudian di susun dalam tabel excel guna mempermudah dalam menganalisis setiap kata atau kalimat pada setiap penilaian. Setelah itu data diolah menggunakan software *atlas.ti* guna melakukan pengkategorian kata atau kalimat dalam setiap penilaian pada *google review*. Penelitian berfokus pada penilaian bintang 1 dan 2 karena ingin melihat apa yang keluhan, kritikan atau permasalahan pada *Café White Forest*. Penilaian pada bintang 3,4 dan 5 tidak dilibatkan guna memfokuskan pada permasalahan atau keluhan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari *google review* dari Café White Forest, dari total 308 review. Terdapat 21 pelanggan yang memberikan bintang 1 dan 9 pelanggan yang memberikan bintang 2 di *Café White Forest*. Pemberian review berbintang 1 dan 2 tersebar dari bulan September 2023 hingga mei 2024.

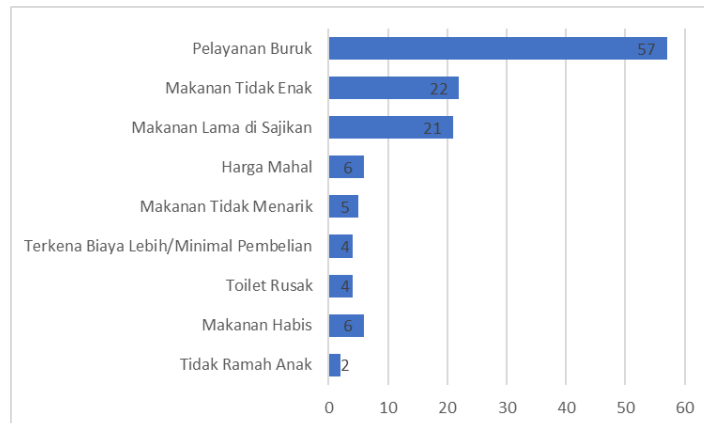


Gambar 1. *Google reviews Cafe White Forest*

Dari Hasil Analisis dapat diidentifikasi bahwa terdapat 9 kategori penting yang diperoleh dari review pelanggan sebagai terlihat pada gambar 2. Dapat dilihat dari 9 frasa, yang paling muncul adalah “pelayanan buruk” yaitu sebanyak 57 kali, selanjutnya frasa yang sering muncul sebanyak 22 kali adalah “makanan tidak enak”. Frasa “makanan lama disajikan” muncul sebanyak 21 kali dan Frasa “Harga Mahal” muncul sebanyak 6 Kali. Frasa “makanan tidak menari” muncul sebanyak 5 kali, frasa “Terkena biaya lebih/Minimal Pembelian” dan toilet rusak muncul sebanyak 4 kali. Frasa “tidak ramah anak” muncul sebanyak 2 kali. Selanjutnya peneliti berfokus pada 3 frasa teratas untuk dibahas lebih detail menganalisa apa yang membuat pelanggan memberikan

penilaian tersebut. Hal ini didasari karena perbedaan jumlah frasa yang cukup jauh dibandingkan dengan 6 frasa lainnya.

Gambar 2. Hasil Analisis



Sumber: Hasil olah data dari *software* atlas.ti

Pelayanan Buruk

Berdasarkan hasil analisis pelayanan yang baik sangat berdampak pada kepuasan konsumen, selain itu pelayanan buruk juga dapat memberikan pengalaman tidak menyenangkan bagi pelanggan. Review pelanggan pada Gambar 3 menunjukkan bagaimana pengalaman Bersama keluarganya yang tergolong dalam “pelayanan buruk” Ketika berkunjung pada *Caffe White Forest*. Pada review ini konsumen menjelaskan dengan sangat detail bagaimana pengalamannya Ketika berkunjung ke *Café White Forest*, dari review ini juga pelanggan memberikan beberapa kesimpulan dari hasil kunjungannya. Berdasarkan hasil penilaian di peroleh bahwa banyak review yang mengutarakan kekecewaannya akibat tidak terakomodir kebutuhan konsumen. Dalam review ini pengunjung juga mengeluhkan akan tidak adanya fasilitas area non smoking sehingga hal ini di nilai café tidak ramah terhadap anak kecil atau balita.

6 reviews · 4 photos

★ ★ ★ ★ ★ 8 months ago

Kesan pertama kami terhadap cafe ini adalah kurang bersahabat terhadap Ibu Hamil dan Anak balita, kronologinya sbb:

1. Saya datang bersama istri yang sedang hamil dan anak kami yang masih balita, saat itu kondisi cafe sedang ramai (sore hari) dan kami berada dalam posisi waiting list. Setelah menunggu kurang lebih selama 10 menit akhirnya kami dipanggil.
2. Kami diantar ke meja yang berada di dalam, saat itu ada 2 meja yang kosong yang tepat bersebelahan satu sama lain yaitu 1 meja kapasitas 4 orang dan 1 meja kapasitas 2 orang. Karena melihat hanya saya, istri dan anak kami yang masih balita akhirnya kami diarahkan ke meja dengan kapasitas 2 orang dengan tambahan 1 baby chair.
3. Saat itu saya melihat disebelah meja yang dipikirkan ada pengunjung yang sedang merokok, oleh karena itu saya menolak meja tersebut dan meminta untuk dapat mengisi meja yang berada di sisi lebih pinggir (meja kapasitas 4 orang) yang lebih berjarak dari meja pengunjung yang sedang merokok. Pertimbangannya adalah saya sedang bersama istri yang sedang hamil dan anak balita yang mana asap rokok tidak baik untuk keduanya dan kami adalah waiting list terakhir pada saat itu sehingga tidak ada orang lain dibelakang kami yang membutuhkan meja tersebut.
4. Namun karyawan cafe yang mengantar kami tidak dapat mengakomodir permintaan tersebut dengan alasan meja tersebut untuk kapasitas 4 orang sedangkan kami hanya 2 orang dewasa ditambah anak balita. Saya mengajukan opsi untuk memindahkan meja kecil tersebut ke area lain yang lebih bebas asap rokok namun mereka juga tidak dapat mengakomodirnya dengan alasan "tidak bisa".
5. Akhirnya saya dan istri memutuskan untuk tidak jadi makan dan minum di kafe ini.

Kesimpulan:

1. Saya sangat kecewa dengan pelayanan yang saya dapatkan.
2. Karyawan perlu dilatih untuk memiliki inisiatif dan fleksibilitas yang lebih baik dalam mengakomodir kebutuhan pengunjung (terutama pengunjung yang tidak bisa terkena asap rokok seperti ibu hamil dan balita).
3. Sebagai tempat makan modern selayaknya cafe ini bisa menyediakan area smoking dan non smoking sehingga dapat mengakomodir pengunjung yang tidak merokok untuk bisa dengan nyaman menikmati makan dan minum di tempat ini.
4. Semoga ulasan ini bisa menjadi pertimbangan pihak manajemen cafe untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Gambar 3. Review Pelanggan terkait pelayanan

Saran Kualitas Pelayanan

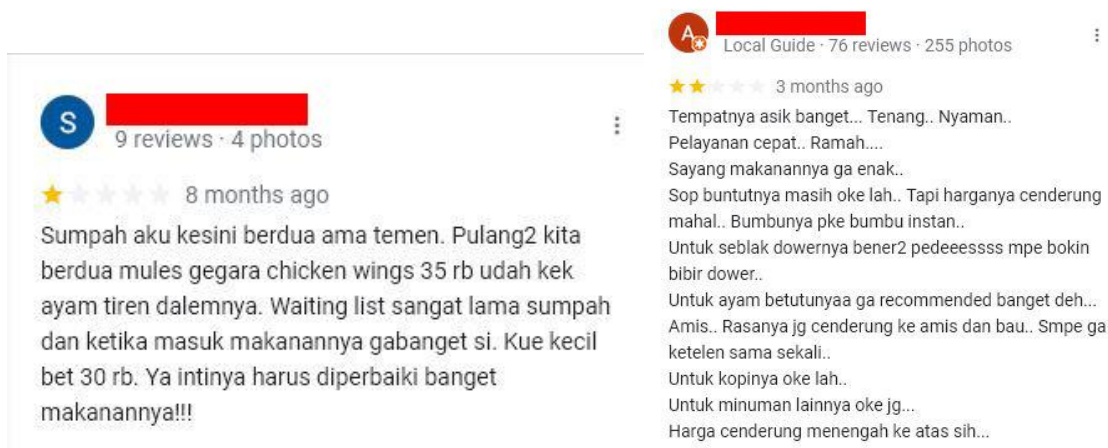
Berdasarkan hasil analisis pelayanan buruk diatas peneliti memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

- a. Pelatihan karyawan diperlukan secara berkala untuk semua karyawan yang berhubungan langsung dengan pelayanan pelanggan, focus pada cara berkomunikasi yang baik, sikap ramah dan responsive terhadap kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian (Subakti, 2014) tentang analisis kualitas pelayanan pada restoran juga menyarankan pemberian pelatihan secara intensif dan berkala mengenai SOP dan Job Description.
- b. Manajemen Keluhan, perlunya respon cepat dan solutif pada setiap keluhan agar ditangani dengan cepat serta memberikan solusi yang memuaskan. Tunjukan pada pelanggan bahwa keluhan mereka didengar dan di hargai.
- c. Perbaiki sistem alur kerja yang efisien, tinjau Kembali alur kerja untuk memastikan efisiensi dan komunikasi yang efektif sehingga semua informasi terkomunikasikan dengan jelas kepada pelanggan.

- d. Fasilitas dan kenyamanan lingkungan, lingkungan kafe yang nyaman dan bersih dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Makanan Tidak Enak

Berdasarkan hasil analisis frasa atau kalimat “Makanan Tidak Enak” termasuk berdampak pada kepuasan konsumen, selain itu makanan yang tidak enak dapat memberikan pengalaman tidak menyenangkan bagi pelanggan. Review pelanggan pada Gambar 4 menunjukkan bagaimana Pengalaman membeli makanan pada Café White Forest. Bahkan pengunjung mengeluhkan dengan kata “mules” serta kondisi makanan yang tidak menarik. Pengunjung juga menerangkan bahwa makanan yang disajikan tidak recommended dan terdapat kata “amis dan bau” yang mengidentifikasi makanan tidak enak. Untuk itu perlu peningkatan kualitas Makanan pada *Café White Forest*. Pengunjung juga mengeluhkan harga yang tidak sebanding dengan kualitas makanan yang disajikan, untuk itu perlu adanya peningkatan kualitas makanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam hal makanan.



Gambar 4. Review Pelanggan terkait makanan tidak enak

Saran Peningkatan Makanan

Berdasarkan hasil analisis makanan tidak enak diatas peneliti memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

- Evaluasi dan perbaikan menu, berdasarkan hasil analisis mengidentifikasi item menu yang sering memperoleh kritik berfokus pada perbaikan rasa, presentasi, dan porsi makanan.
- Penggunaan bahan berkualitas, pastikan bahan-bahan yang digunakan adalah segar dan berkualitas. Pertimbangkan untuk bekerjasama dengan pemasok local untuk mendapatkan bahan-bahan yang lebih segar. Kontrol bahan juga perlu dilakukan secara berkala dan ketat untuk memastikan semua bahan yang masuk ke dapur memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.
- Pelatihan staf dapur, memberikan pelatihan berkelanjutan kepada staf dapur untuk meningkatkan keterampilan memasak dan Teknik presentasi makanan. Tentukan standar resep serta prosedur memasak untuk memastikan konsistensi rasa dan kualitas disetiap sajian. Hal ini sesuai dengan penelitian (Lestaria & Yusuf, 2019) bahwa kualitas makanan perlu untuk memperhatikan cita rasa, jumlah porsi, tingkat kematangan, aroma yang dikeluarkan, warna pada makanan atau minuman, temperatur yang sesuai dan kebersihan dalam penyajian.
- Penyesuaian harga, sesuaikan harga dengan kualitas dan porsi makanan sehingga diperoleh harga yang kompetitif namun tetap memberikan keuntungan bagi café.

Makanan Lama Disajikan

Berdasarkan hasil analisis frasa atau kalimat “Makanan Lama disajikan” termasuk juga memberikan dampak pada kepuasan konsumen, “Makanan lama disajikan” sangat berkaitan dengan “pelayanan buruk”. Namun peneliti melihat pada beberapa review membedakan antara “Pelayanan buruk” dan “Makanan Lama di Sajikan”. Dari beberapa review pada gambar 5 diperoleh bahwa waktu menunggu makanan atau minuman yang datang cukup disorot oleh pelanggan. Beberapa review pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan harus menunggu hingga 1-2 jam setelah memesan makanan untuk mendapatkan makanan yang telah dipesan. Hal ini perlu

di perhatikan mengingat kualitas layanan merupakan salah satu nilai kepuasan pelanggan. Perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan terkhusus terhadap penyajian atau waktu dari memasak setiap pesanan pelanggan. Pelanggan yang menunggu terlalu lama akan berdampak pada emosional pelanggan, dan nantinya dapat berdampak pada keputusan pelanggan untuk datang Kembali ke *Café White Forest*.



Gambar 5. Review Pelanggan terkait makanan lama disajikan

Saran Makanan Lama Disajikan

Berdasarkan hasil analisis makanan makanan lama disajikan diatas peneliti memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

- Evaluasi dan optimalisasi proses dapur, tinjau alur kerja didapur untuk mengidentifikasi hambatan atau *bottleneck*. Optimalisasi alur kerja dapat mempercepat proses persiapan dan penyajian makanan. Buat SOP yang jelas setiap Langkah dalam proses memasak dan penyajian, pastikan semua staf mengikuti SOP untuk menjaga efisiensi.
- Komunikasi yang efisien, pastikan ada komunikasi yang baik antara staf dapur dan pelayanan untuk meminimalisir kesalahan dan mempercepat proses penyajian.
- Perencanaan dan persiapan awal, lakukan persiapan bahan-bahan pada awal hari atau sebelum jam sibuk. Hal ini termasuk memotong sayuran, menyiapkan bumbu, dan memasak bahan yang dapat disiapkan lebih awal. Menu-menu tertentu yang dapat disajikan dengan lebih cepat dengan memasak Sebagian bahan terlebih dahulu dan mentimpannya dengan benar.
- Manajemen waktu dan pemantauan, gunakan timer atau system pengingat untuk memantau waktu memasak setiap hidangan, memastikan tidak ada hidangan yang terlalu lama diproses. Pemantauan kinerja untuk melacak waktu dari pemesanan hingga penyajian, identifikasi area yang membutuhkan perbaikan.
- Manajemen stok, Kelola stok bahan makanna dengan tepat untuk menghindari kehabisan bahan yang menyebabkan penundaan.

Keluhan Lain untuk Meningkatkan Pelayanan Cafe

Berdasarkan hasil analisis terdapat 6 frasa lain yaitu harga mahal, makanan tidak menarik, terkena biaya lebih, toilet rusak, makanan habis dan tidak ramah anak. Frasa tersebut tidak banyak disebut pada hasil analisis namun hal ini tetap harus diperhatikan untuk meningkatkan pelayanan pada *Café White Forest*. Dari analisis diatas peneliti memberikan saran terkait ke 6 frasa diatas sebagai berikut :

- a. Penetapan harga yang wajar, lakukan survei pasar untuk memahami harga yang ditawarkan oleh kompetitor. Disesuaikan dengan harga agar kompetitif namun tetap menguntungkan.
- b. Inovasi menu untuk menanggapi makanan tidak menarik, rancang ulang menu dengan bantuan konsultan kuliner untuk menciptakan hidangan yang lebih menarik dari segi rasa maupun presentasi.
- c. Kejelasan biaya, jelaskan semua biaya tambahan di menu atau pada saat pemesanan. Hindari biaya tambahan yang tidak dijelaskan sebelumnya.
- d. Perawatan rutin perlu dilakukan pemeriksaan kebersihan toilet setiap hari untuk memastikan fasilitas dalam kondisi bersih dan dapat digunakan konsumen.
- e. Manajemen stok yang tepat, perbaiki sistem manajemen stok untuk memastikan ketersediaan bahan makanan sesuai dengan perkiraan permintaan.
- f. Fasilitas ramah anak, sediakan fasilitas seperti kursi tinggi, ruang bermain kecil, atau meja menggambar untuk anak. Pastikan juga lingkungan café aman untuk anak-anak dengan memperhatikan faktor-faktor seperti kebersihan dan tata letak yang aman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah frasa “Pelayanan Buruk”, “Makanan Tidak Enak”, dan “Makanan Lama di Sajikan” menjadi frasa yang paling banyak disebut dalam review pada bintang 1 dan 2 di google review dari *Café White Forest*. Terdapat juga frasa harga mahal, makanan tidak menarik, terkena biaya lebih, toilet rusak, makanan habis dan tidak ramah anak yang menjadi penilaian dari review pelanggan. Dari hasil analisis pelayanan buruk berfokus pada kekecewaan pelanggan akibat tidak terakomodir kebutuhan konsumen. Penilaian makanan tidak enak berfokus pada cita rasa, bau yang keluar dari makanan tidak enak, serta presentasi makanan yang disajikan tidak menarik. Terkait makanan lama disajikan berfokus pada waktu yang cukup lama yaitu 1-2 jam pelanggan menunggu makanan yang dipesan. Frasa lain juga menjelaskan keluhan pelanggan terkait harga yang mahal, makanan yang tidak menarik, terkena biaya lebih selain dari makanan, toilet yang rusak, makanan habis dan kondisi café tidak ramah anak.

Berdasarkan hasil analisis peneliti memberikan saran terhadap pelayanan buruk yang perlu untuk diperhatikan yaitu pelatihan karyawan, manajemen keluhan, perbaikan sistem alur kerja, dan Fasilitas dan kenyamanan lingkungan. Terkait makanan tidak enak peneliti memberikan saran yaitu evaluasi dan perbaikan menu, penggunaan bahan berkualitas, pelatihan staf dapur, penyesuaian harga. Terkait makanan lama disajikan peneliti memberikan saran yaitu evaluasi dan optimalisasi proses dapur, komunikasi yang efisien, perencanaan dan persiapan awal, manajemen waktu dan pemantauan, serta manajemen stok. Terkait dari ketiga frasa tersebut peneliti juga memberikan saran berupa penetapan harga yang wajar, inovasi menu, kejelasan biaya, perawatan rutin, manajemen stok yang tepat dan fasilitas ramah anak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Hamir, N., Nor, N. M., Jayaraman, K., & Rostum, A. M. M. (2018). Food quality, service quality, price fairness and restaurant re-patronage intention: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(17), 211–226. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i17/5226>
- Adi, I. A. S. P. (2023). Pengalaman Wisatawan Mengikuti Cooking Class: Sebuah Studi Netnografi. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 11(1), 105–112. <https://doi.org/10.52352/jgi.v11i1.1122>
- Adnan, I., & Iskandar, D. (2020). Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Komunitas The Podcasters Di Media Social Discord. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(8), 619–623. <https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>
- Aisyah, H., Andriani, D., Octaviani, L., Anisa, Syahadat, R., Ramadhani, I., Mokodompit, E., Feriyandi, Afrilian, P., Satmoko, N., Hayati, R., Satriawati, Z., & Musafir. (2023). *Manajemen Operasional Layanan Kepariwisata* (N. Rsmawati (ed.)). Widina Media Utama.
- Dwiarsianti, A. (2022). Sharenting dan Privasi Anak: Studi Netnografi pada Unggahan Instagram dengan Tagar #Anakku. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 1–20.

- <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24803>
- Hasibuan, M., & Dewi, I. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *Jurnal Ecobisma*, 3(1), 93–103. <https://doi.org/10.7868/s0869565216210155>
- Hendra, T. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 129–141. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1694>
- Hidayah, C. N., & Santoso, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Hargadan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D'Admiral Café Kota Surabaya. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(1), 130–140.
- Kristanto, K., & Adiwijaya, M. (2018). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko. *Jurnal AGORA*, 6(1), 1–10.
- Lestaria, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Manajemen, Jurnal Ekonomi*, 5(2), 94–101.
- Partha, C. I. P. C., Aryadina, P. D. M., & Yasa, N. N. K. (2023). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Cafe Bucu Sanur. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 92–97. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.759>
- Pratama, I. W. A., & Ramadhan, I. (2022). Studi Netnografi : Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(1), 26–33.
- Subakti, A. G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan di Restoran Saung Mirah, Bogor. *Binus Business Review*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i1.1195>
- Sugiyanto, Kartolo, R., & Yusuf, M. (2021). Implikasinya Umkm Pada Ekonomi Kreatif Dan Inovasi Di Kabupaten Garut Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 67–74.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>
- Waruwu, D., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69.
- Yenny, & Astuti, S. W. (2019). Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika Body Shaming in The Virtual: Netnographic Study on Youtube Accounts Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Universitas*, 5(1), 166–188.