

# **PENERAPAN *SERVICE QUALITY* DI RESTORAN XYZ CABANG BLOK M**

<sup>1</sup>Ngatimin, <sup>2</sup>Muammar Rudiawan

<sup>1</sup>ngatimin77@gmail.com, <sup>2</sup>muammarrudiawan1996@yahoo.com

<sup>12</sup>Jalan Puspitek Buaran Serpong Tangerang Selatan, Universitas Pamulang

## *Abstrak*

*Service Quality adalah hal utama pada Restaurant Bornga, karena dalam hal penyajian pelayan langsung berinteraksi dengan pelanggan. Penerapan Service Quality pada Restoran XYZ cabang Blok M sangat berpengaruh terhadap pendapatan omset karena berhubungan dengan loyalitas pelanggan Restaurant. Penerapan Service Quality yang tidak tepat akan berdampak pada omset pendapatan Restaurant. Penerapan Service Quality pada Restoran XYZ cabang Blok M sudah mempunyai standar khusus dalam pelaksanaannya. Hanya saja kurang dalam berkembangnya konsep dan variasi dari penerapan kualitas pelayanan, dan kurangnya pelatihan khusus yang diberikan untuk pengarahan ataupun pembelajaran tentang standar pelayanan kepada karyawan Restaurant XYZ cabang Blok M yang baru, yang tentunya belum siap untuk terjun secara langsung dan memberikan pelayanan kepada pelanggan*

*Kata Kunci: Service Quality, Pendapatan Perusahaan, Standar Pelayanan*

## *Abstract*

*Service Quality is the main thing in Restaurant Bornga, because in terms of serving the waiter directly interact with customers. The implementation of Service Quality at the XYZ Restaurant in the Blok M branch is very influential on turnover revenue because it is related to Restaurant customer loyalty. Improper implementation of Service Quality will have an impact on Restaurant revenue turnover. The implementation of Service Quality at the XYZ Restaurant in the Blok M branch already has a specific standard in its implementation. It's just lacking in the development of concepts and variations in the application of service quality, and the lack of special training provided for direction or learning about the standard of service to the new Blok M branch of Restaurant XYZ employees, who are certainly not ready to jump in directly and provide services to customers*

*Keywords: Service Quality, Service Standards, Company Revenue.*

## **PENDAHULUAN**

Bisnis kuliner menjadi semakin maju sebagaimana yang dapat dilihat dari semakin beragamnya jenis bisnis kuliner yang ada. Bisnis kuliner akhir-akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya bisnis kuliner dengan

berbagai konsep, seperti Restoran keluarga, Restoran cepat saji, Warung kaki lima, hingga Bistro dan Café. Tidak hanya menjual makanan dan minuman olahan asli Indonesia saja, bisnis kuliner di Indonesia juga diramaikan oleh olahan makanan Internasional. Masyarakat Indonesia memang cenderung terbuka dengan budaya Negara lain, termasuk

makanannya. Di Indonesia dapat dengan mudah kita temui restoran yang menjual pizza dan aneka pasta khas Italia, sushi dan sashimi khas Jepang dan makanan khas Korea. Menikmati makanan di restoran bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan primer tapi juga sebagai gaya hidup, dimana restoran makanan sudah menjadi tempat berkumpul yang sangat diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul bersama kerabat dan keluarga.

Bisnis makanan menjadi bidang bisnis yang menjanjikan, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta. Padatnya kesibukan dan aktivitas masyarakat di kota Jakarta menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk sekedar menyiapkan makanannya sendiri dan lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah. Sebuah penelitian yang pernah dilakukan Dr. Grace Judio-Kahl, Msc., mengatakan bahwa secara keseluruhan perilaku masyarakat Indonesia adalah lebih menyukai makanan diluar rumah dibandingkan makanan dirumah sendiri karena keterbatasan waktu yang dimilikinya.

Melihat fenomena diatas, Bornga Korea Restaurant hadir dengan menawarkan keunikan tersendiri agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Restoran Korea yang didirikan oleh PT. XYZ sejak tahun 2011 dan menjadi restoran Korea franchise pertama di Indonesia. Bornga Korea Restaurant menawarkan berbagai makanan tradisional khas Korea, terutama pada menu andalan BBQ daging sapi yang di slice tipis dengan rasa khas yang manis, dan hingga saat ini sudah memiliki 3 outlet yang tersebar di Kota Jakarta.

Dengan mendirikan outlet yang tersebar di wilayah Jakarta, diharapkan bisa menjangkau pelanggan potensial baru

dan mempertahankan yang lama agar jangan sampai pelanggan meninggalkan restoran. Tetapi dengan adanya beberapa cabang baru timbul pula dampak negatif yang dialami perusahaan. Dilihat dari omzet pada cabang ke-3, yang berada di Blok M tidak berbanding lurus dengan apa yang diharapkan oleh pemilik bisnis, seperti yang terjadi pada restoran Bornga outlet pertama tepatnya di Wolter Monginsidi omzet penjualan selalu stabil. Hasil wawancara dengan pemilik bisnis, omzet yang dihasilkan pada Bornga cabang Blok M mengalami penurunan hingga 11% pada periode tahun 2017. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak adanya konsistensi dalam pendapatan omzet penjualan yang menandakan tingkat loyalitas konsumen Restoran XYZ cabang Blok M belum kuat, sehingga dikhawatirkan akan pindah ke restoran Korea lainnya.

Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bias menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 2006). Untuk mencapai tujuan maka perusahaan perlu melakukan berbagai macam usaha agar tingkat loyalitas pelanggan bias tercapai sehingga meningkatkan pendapatan omzet penjualan.

Kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan pada bidang restoran saat ini. Menurut Ziethaml dan Bitner 2003 Kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap produk atau pelayanan yang menciptakan sebuah kepuasan konsumen, restoran harus memiliki keunggulan dalam *Service Quality*. Konsep ini diharapkan dapat menimbulkan kepuasan bagi pelanggan yang berujung pada loyalitas.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pelayanan**

Pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik (Kotler dan Keller (2009 : 42). Menurut Tjiptono (2012:4) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*).

Pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe (Rust dalam Tjiptono, 2005 : 259). Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen sewaktu menilai kualitas pelayanan tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005 : 121) Kualitas layanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Lebih lanjut, Menurut Wyckop (dalam Tjiptono, 2005 : 260), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman dalam Tjiptono, 2005 : 262). Implikasinya, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Bagi pelanggan, kualitas layanan adalah sedekat mana pelayanan yang diterimanya dibandingkan dengan harapannya. Apabila persepsi terhadap pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila persepsi terhadap layanan lebih jelek dibandingkan dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagian besar masyarakat sekarang mulai memperlihatkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk atau jasa yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. Banyak penelitian mengenai kualitas pelayanan jasa, hal ini karena ada

persaingan bisnis yang ketat sehingga menawarkan kualitas pelayanan sebagai strategi yang mendasar untuk sukses dan bertahan. Ini menjadi fokus utama bagi manajemen perusahaan untuk menyusun strategi yang dapat menentukan kualitas pelayanan bagi pelanggan dan bagaimana mengembangkan strategi tersebut agar dapat memenuhi harapan pelanggan. Karenanya perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan dari kualitas pelayanan pesaingannya akan mampu memenangkan persaingan (Kusuma Atmaja 2011).

Ukuran kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*). Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

#### 1. Layanan yang Dipersepsikan

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dalam Tjiptono 2005 : 273). Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi layanan, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Sayangnya, layanan memiliki karakteristik *variability*, sehingga kinerjanya acapkali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat *intrinsic* (*output* dan penyampaian layanan) dan isyarat *ektrinsik* (unsur-unsur pelengkap layanan). Sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Konsekuensinya, layanan yang sama bisa dinilai secara berlainan oleh konsumen yang berbeda.

#### 2. Layanan yang Diharapkan

Model Servqual menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum membeli atau mengonsumsi suatu layanan sebagai acuan dalam mengevaluasi kinerja layanan yang bersangkutan. Hasil penelitian Zeithaml, *et al* (dalam Tjiptono, 2005 : 271) menunjukkan bahwa terdapat sepuluh faktor utama yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap suatu layanan. Kesepuluh faktor tersebut meliputi:

- a. *Enduring service intensifiers*, berupa harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai suatu layanan.
- b. Kebutuhan pribadi, meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologi.
- c. *Transitory service intensifiers*, terdiri atas situasi darurat yang membutuhkan jasa tertentu (seperti asuransi kesehatan dan asuransi kecelakaan) dan layanan terakhir yang pernah dikonsumsi pelanggan.
- d. Persepsi pelanggan terhadap tingkat pelayanan perusahaan lain.
- e. *Self-perceived service role*, yaitu persepsi pelanggan terhadap keterlibatannya dalam proses penyampaian layanan.
- f. Faktor situasional yang berada diluar kendala penyedia layanan.
- g. Janji pelayanan eksplisit, baik berupa iklan, *personal selling*, perjanjian, maupun komunikasi dengan karyawan penyedia layanan.
- h. Janji layanan implisit, yang tercermin dari harga dan sarana pendukung jasa.
- i. *Word-of-mouth*, baik dari teman, keluarga, rekan kerja, pakar, maupun publikasi media massa.
- j. Pengalaman masa lampau.

#### 3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pengukuran kualitas layanan dalam model Servqual didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Menurut Parasuraman, *et al*, 1998 (dalam Tjiptono, 2005 : 273) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan sesuai urutan derajat kepentingannya yakni sebagai berikut:

- a. Keandalan (*Reliability*)
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*)
- c. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)
- d. Empati (*empathy*)
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan beberapa tahapannya itu analisis domain, analisis komponensial, dan analisis tema yaitu,

### **Analisis Komponensial**

Teknik analisis komponensial adalah teknik analisis yang cukup menarik dan paling mudah dilakukan karena menggunakan “pendekatan kontras antar elemen”.

Data yang diambil adalah data omzet penjualan Bornga Korean Restaurant tahun 2017 untuk menganalisis penerapan *service quality* terhadap omzet penjualan.

## **INSTRUMEN PENELITIAN**

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan instrument atau alat penelitian sesuai dengan metode penelitian yang dipilih. Instrumen penelitian yg dipergunakan dalam penelitian ini berupa interview tidak terstruktur.

Interview tidak berstruktur merupakan interview yang bebas dan peneliti tidak menggunakan pedoman interview yang telah tersusun secara

sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang dipergunakan berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun pertanyaan – pertanyaan untuk mendapatkan data penelitian. Dalam penelitian ini, dari setiap variable yang ada akan diberikan penjelasan sehingga menghasilkan penelitian yang jelas.

## **METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode yang digunakan selama melakukan penelitian, penulis mengumpulkan data yang valid dengan menggunakan teknik interview, dokumentasi dan observasi.

### **A. Wawancara**

Wawancara dapat diartikan sebagai proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden. (Nazir, 1988: 49 234). Dalam penelitian ini hasil wawancara digunakan untuk memperoleh data – data yang berasal dari informasi penelitian sebagai data primer.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara berjenjang terhadap informan penelitian, yaitu Manager Umum Restaurant Bornga cabang Blok M. Secara umum wawancara dilakukan secara langsung bertatap muka dengan informan penelitian. Adapun bentuk wawancara yang digunakan adalah interview tidak terstruktur. Yaitu merupakan wawancara yang bebas dan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara. Proses wawancara diawali dengan membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan informan penelitian tentang waktu yang dapat digunakan peneliti untuk melangsungkan interview.

Hal dilakukan agar aktivitas informan tidak terganggu dan peneliti memiliki keleluasaan waktu untuk menggali informasi yang dibutuhkan. Wawancara ini akan ditujukan kepada Manager di perusahaan.

## B. Dokumentasi

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu pengambilan data – data yang diperoleh melalui dokumen – dokumen. Menurut Usman dan Purnomo (2004:73), keuntungan menggunakan teknik dokumentasi ini ialah biayanya relative murah, waktu dan tenaga lebih efisien. Data sekunder berupa dokumentasi internal dan eksternal. Data yang diperoleh peneliti selama penelitian antara lain data – data penjualan tahun 2017. Untuk mendapatkan dokumen – dokumen tersebut peneliti meminta secara langsung kepada informan yang diwawancarai untuk menguatkan keterangan – keterangan yang informan sampaikan kepada peneliti. Sebagian dokumen tersebut juga diberikan secara langsung oleh informan ketika proses wawancara berlangsung baik dalam bentuk softcopy.

## C. Observasi

Observasi digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan yang telah diperoleh dari data dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung dan pencatatan sistematis mengenai objek yang ada di wilayah penelitian, seperti keadaan dan kondisi lingkungan lainnya di sekitar objek penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Salah satu faktor internal yang berdampak pada omset pendapatan

Restaurant XYZ cabang Blok M yaitu, faktor dari *service quality*. Kurang berkembangnya konsep atau variasi dari penerapan kualitas pelayanan, dan pelatihan khusus pada karyawan yang baru, hal ini dikarenakan sebagian karyawan Restaurant baru atau sedang tahap pelatihan dalam penyajian pelayanan dan produk. Oleh karena itu kualitas pelayanan menurun yang berdampak pada loyalitas pelanggan hingga menimbulkan penurunan omset pendapatan Restaurant.

*Service Quality* sangat berdampak pada omset pendapatan restoran karena berhubungan dengan loyalitas pelanggan Restaurant. *Service Quality* adalah hal utama pada restaurant, karena dalam hal penyajian pelayan langsung berinteraksi dengan pelanggan.

Pada periode tahun 2017 Restaurant XYZ cabang Blok M semakin menurun pelanggannya, dikarenakan kualitas pelayanan yang buruk sehingga loyalitas pelanggan terhadap Restaurant menurun, hal ini juga berdampak pada omset pendapatan. Berikut rincian tabel penjualan pada periode tahun 2017.

BULAN	OMSET PENDAPATAN
Januari	Rp 1.407.765.633
Februari	Rp 1.282.567.701
Maret	Rp 1.347.474.858
April	Rp 1.438.943.406
Mei	Rp 1.414.492.634
Juni	Rp 1.428.163.577
Juli	Rp 1.282.230.991
Agustus	Rp 1.297.741.659
September	Rp 1.287.161.392
Oktober	Rp 1.268.104.003
November	Rp 1.302.875.235
Desember	Rp 1.581.311.713
<b>Total</b>	<b>Rp 16.338.832.801</b>

Keuangan

Sumber: Laporan

*Service Quality* sangat berdampak pada omset pendapatan Restaurant XYZ cabang Blok M karena berhubungan dengan loyalitas pelanggan Restaurant. *Service Quality* adalah hal utama pada Restaurant, karena dalam hal penyajian pelayan langsung berinteraksi dengan pelanggan.

Sudah 3 tahun Restaurant XYZ cabang Blok M buka dan sudah memiliki standar khusus dalam penerapan *service quality*. Akan tetapi pada pertengahan tahun 2017 omset pendapatan yang diperoleh menurun secara signifikan. Menurut Manager restaurant, hal ini disebabkan karena kurangnya kinerja karyawan yang baru.

Semua menu daging di restoran ini disajikan secara mentah dan dibakar di meja pelanggan secara langsung, sehingga pelanggan pun menyaksikan sendiri proses pembakaran daging tersebut. Pembakarannya pun tidak bisa dilakukan dengan karyawan yang belum bisa membakar daging atau memiliki pengalaman untuk membakar daging, karena bila salah akan merubah rasa dari daging – daging tersebut. Pada proses ini yang semestinya harus dijalankan atau dilayanin oleh karyawan yang cukup berpengalaman ataupun para senior. Menurut Manager karena keterbatasan karyawan pada restaurant cabang Blok M, karyawan yang masih dalam tahap pelatihan pun ikut serta dalam membakar daging, hasilnya pun tidak sesuai dengan apa yang diinginkan para pelanggan.

Tak hanya sekedar faktor keandalannya saja, ketanggapan dan empati juga harus bisa diterapkan oleh seorang pelayan terhadap pelanggan. Bila bisa diterapkan ketiga faktor tersebut akan muncul komunikasi yang berjalan baik dari seorang pelayan kepada pelanggan.

Hal ini akan menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap sebuah restoran, dan berdampak pada omset pendapatan restoran XYZ cabang Blok M.

Menurut peneliti penerapan *service quality* di Restaurant XYZ cabang Blok M bisa dikembangkan lagi apabila pelatihan untuk karyawan yang baru dijalankan dengan optimal dan sedemikian mungkin. Pihak manajemen khususnya bagian produksi harus segera melakukan optimalisasi kualitas pelayanan. Mengingat sudah banyak muncul restoran – restoran baru yang kualitas makanan yang tidak beda jauh.

Berdasarkan pada table diatas dijelaskan bahwa total omset pendapatan Restaurant XYZ cabang Blok M pada periode tahun 2017 sebesar Rp 16.338.832.801,- (*Enam Belas Milyar Tiga Ratus Tiga Puluh Delapan Juta Delapan Ratus Tiga Puluh Dua Ribu Delapan Ratus Satu Rupiah*). Omset pendapatan pada bulan Januari hingga Juni mengalami kenaikan dan tetap stabil. Tetapi omset pendapatan restaurant mengalami penurunan yang sangat signifikan pada bulan Juli hingga Oktober. Sebaliknya pada bulan November dan Desember terjadi peningkatan pendapatan, hal ini terjadi karena bertepatan dengan akhir tahun karena terdapat banyak liburan nasional.

Penerapan *Service Quality* Restaurant Bornga cabang Blok M sangat berdampak terhadap pendapatan omset. Hal ini disebabkan karena pelayanan adalah hal yang paling utama dalam penyajian kepada pelanggan di restaurant XYZ cabang Blok M. Penerapan *Service Quality* yang tidak tepat akan berdampak pada pendapatan omset restaurant, ada pun pelanggan yang mencari karyawan yang selalu melayanin pelanggan tersebut, sehingga loyalitas pelanggan terhadap restoran menurun.

Sesuai dengan kebutuhan pembahasan terhadap data dari hasil penelitian, maka peneliti memilih mewawancarai Manager Restaurant Bornga cabang Blok M yaitu Bapak Tarmin dengan cara wawancara secara mendalam (*in-depth interview*).

Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan, menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) pada Restaurant XYZ cabang Blok M sudah diterapkan menurut standar pelayanan sebagaimana mungkin. Tetapi dikarenakan berkurangnya karyawan yang berpengalaman atau senior, menyebabkan karyawan baru atau yang sedang dalam tahap pelatihan harus menjalankan juga tugas yang seharusnya dijalankan oleh karyawan senior. Hal ini menimbulkan menurunnya kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap pelanggan di restaurant, dan berdampak pada omset pendapatan restaurant pada periode tahun 2017.

Sekitar objek penelitian yaitu restaurant XYZ cabang Blok M, tidak adanya Restaurant Korea lain ataupun Restaurant yang menyajikan makanan sejenisnya. Untuk kondisi dan suasananya pun cukup mendukung dan kondusif untuk mendirikan usaha kuliner. Tetapi ada kejadian yang mengarah dengan kualitas service di Restaurant XYZ cabang Blok M yaitu, seorang karyawan yang membakar sebuah daging tetapi hasilnya pun tidak sesuai yang diinginkan oleh pelanggan. Tidak hanya itu karyawan tersebut juga kurang interaksi dengan pelanggan yang dia layani. Untuk mengatasi masalah ini Manager pun harus mengganti daging pesanan pelanggan dan memberi komplimen yang berupa makanan gratis. Dengan kejadian yang seperti ini juga berdampak terhadap omset pendapatan restaurant.

Hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek penelitian yaitu *Service Quality*, memberikan gambaran bahwa selain memperhatikan kualitas makanan, kondisi dan suasana, kualitas pelayanan pun juga harus diperhatikan sebagaimana mungkin karena berdampak pada loyalitas pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dengan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilaksanakan di Restoran XYZ cabang Blok M tentang penerapan *Service Quality* dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan *Service Quality* pada Restoran XYZ cabang Blok M sudah mempunyai standar khusus dalam pelaksanaannya. Hanya saja kurang dalam berkembangnya konsep dan variasi dari penerapan kualitas pelayanan, dan kurangnya pelatihan khusus yang diberikan untuk pengarahan ataupun pembelajaran tentang standar pelayanan kepada karyawan yang baru, yang tentunya belum siap untuk terjun secara langsung dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.
2. Omzet penjualan Restaurant XYZ cabang Blok M pada periode 2017 dengan total sebesar Rp 16.338.832.901,- (*Enam Belas Milyar Tiga Ratus Tiga Puluh Delapan Juta Delapan Ratus Tiga Puluh Dua Ribu Delapan Ratus Satu Rupiah*). Omzet penjualan yang tidak stabil pada periode 2017 terjadi pada bulan Juli hingga November dengan total penjualan pada bulan Juni Rp 1.428.163.577,- (*Satu Milyar Empat Ratus Dua Puluh Delapan Juta*



*Seratus Enam Puluh Tiga Ribu Lima Ratus Tujuh Puluh Tujuh Rupiah* ) dan turun hingga 10% -15% pada periode bulan Juli hingga bulan November.

3. *Service Quality* adalah hal utama pada Restaurant XYZ, karena dalam hal penyajian pelayan langsung berinteraksi dengan pelanggan. Penerapan *Service Quality* pada Restoran XYZ cabang Blok M berhubungan dengan loyalitas pelanggan Restaurant. Penerapan *Service Quality* yang tidak tepat akan berdampak pada pendapatan omzet yang menurun.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data – data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah – mudahan bermanfaat bagi kemajuan perusahaan pada umumnya. Adapun saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

1. Dikembangkannya lagi pelatihan untuk karyawan yang baru dengan optimal dan sedemikian mungkin. Pihak manajemen khususnya bagian produksi harus segera melakukan optimalisasi penerapan kualitas pelayanan kepada karyawan yang baru. Bukan hanya untuk karyawan yang baru saja, karyawan yang lama juga harus mengoptimalkan kinerja kualitas pelayanan nya kepada para pelanggan.
2. Untuk meningkatkan omzet penjualan pada Restaurant XYZ cabang Blok M dan tetap menjaga omzet penjualan agar tetap stabil, selain meningkatkan *Service Quality* perusahaan juga harus bisa mengembangkan produk – produk yang lama dan bervariasi

dengan sebuah promo ataupun discount dalam sebuah event, seperti pada saat akhir tahun dan awal tahun. Hal ini dapat menarik loyalitas pelanggan sehingga dapat menaikkan omzet penjualan pada periode tahun berikutnya.

3. Untuk meningkatkan *Service Quality* yang berpengaruh dengan loyalitas pelanggan terhadap restoran XYZ cabang Blok M, seorang karyawan bukan hanya sekedar menggunakan faktor keahliannya saja, ketanggapan dan empati juga harus bisa diterapkan oleh karyawan lama terhadap pelanggan. Bila bisa diterapkan ketiga faktor tersebut maka akan muncul komunikasi yang berjalan baik dengan pelanggan. Dengan meningkatnya loyalitas pelanggan, sehingga bisa meningkatkan pula omzet penjualan Restaurant XYZ cabang Blok M.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arisman (2008) *Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Bumbu Desa Bogor*. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Faisal (2006) Analisis Pengaruh Intensitas Persaingan dan Variabel Kontektual Terhadap Penggunaan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Unit Bisnis dengan Pendekatan Partial Least Square. *Simposium Nasional 9 Padang*. <http://isjd.pdii.lipi.go.id/index.php/Search.html?act=tampil&id=2663&ide=28>.
- Garrison, Ray H., Eric W. Norren (2000) *Akuntansi Manajerial*. Buku 1,

- Alih. Bahasa A. Totok Bidisantoso. Salemba, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Marina, A (2009) Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial dengan Ketidakpastian Lingkungan dan Desentralisasi Sebagai Variabel Moderating. *JAI* 5(2).  
[Repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/5589](http://Repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/5589).
- Pratiwi, N.A.H. (2006) *Analisis Nilai dan Loyalitas Pelanggan Macaroni Panggang, Bogor*. Skripsi. Program Sarjana Ektensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Sucipto. (2004) Penerapan Akuntansi Manajemen Dalam Pengembalian Keputusan. *Repository Universitas Sumatera Utara*.  
<http://library.usu.ac.id>.
- Tjiptono, Fandy (2012) *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2, Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra (2011) *Service Quality & Satisfaction Edisi Ke 3*. Andi: Yogyakarta.
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J (2004) *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill, Boston.(2009) *Kualitas Layanan (Service Quality)* {Online}. Tersedia: <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2010/07/kualitas-layanan-service-quality-dan.html> {diakses; Senin, 22 Oktober 2018}.