

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS: BOBER CAFE DI KOTA BANDUNG)

SERVICE QUALITY ANALYSIS BASED ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY IN BOBER CAFÉ BANDUNG)

Agung Binotoyo¹⁾ dan Farah Alfannur²⁾

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom,

¹⁾ binotoyo_agung@yahoo.co.id, ²⁾ farah.029@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi persaingan Industri kreatif di bidang Kuliner di Indonesia semakin tinggi. Bober Café adalah salah satu usaha bisnis kuliner di Indonesia yang berada di Kota Bandung. Kota Bandung menjadi pusat para pebisnis kreatif, banyak bisnis café bermunculan dengan berbagai konsep dan inovasi yang baru didukung dengan performa karyawan yang baik. Tingginya tingkat persaingan bisnis kuliner diikuti dengan pangsa pasar yang semakin tumbuh membuat Bober Café harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan strategi peningkatan kualitas layanan pada Bober Café Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability judgement sampling* dengan jumlah responden yang diambil sebagai sampel adalah 384 responden. Menggunakan *customer satisfaction index* kemudian dianalisis lagi menggunakan *important performance analysis* dalam mengetahui nilai kepuasan dan pemetaan kualitas pelayanan.

Hasil dari penelitian ini adalah analisis kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan memperoleh tanggapan yang baik dari responden. Tingkat kepuasan pelanggan Bober Café berada dalam kategori puas (66%-80). Untuk hal tingkat kualitas pelayanan berdasarkan *Tangible* dan *Assurance* memiliki tingkat kinerja yang baik dan telah sesuai dengan harapan pelanggan, *Empathy* memiliki kinerja yang baik, namun bagi pelanggan tidak terlalu penting, *Realibility* memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan sedangkan *Responsive* memiliki tingkat kinerja yang rendah, namun kurang penting bagi pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Strategi, *Customer Satisfaction Index* dan *Important Performance Analysis*.

ABSTRACT

Competition in creative industry of culinary sector in Indonesia has a fast growth. Bober cafe is one of Indonesian culinary business at Bandung. Bandung has been a central place for a creative preneur, many cafe business have appear with new various concept and innovation which supported with great job performance of their employee. The high of competition culinary business followed with growth of market segment which make Bober Cafe must increasing service quality to carry the competition. The Purposes of this research are identified consumer satisfaction, service quality, and strategy to increase the service quality of Bober Cafe Bandung.

This research use quantitative method with non-probabilty judgement sampling technique of 384 respondent. This research using Customer Satisfaction Index then data has processed using important performance analysis to find out the value of satisfaction and service quality mapping.

The result showed that the analysis of the quality of service based on customer satisfaction received good responses from respondents. Customer satisfaction of Bober Café is in a category are satisfied (66%-80%). Quality of service based on *Tangible* and *Assurance* has a good level of performance and appropriate customer expectation, *Empathy* has a good performance but not too important to customer, *Realibility* has a high level of importance but in fact doesn't meet customer expectation, *Responsive* have a low level performance and less important for customer.

Keyword : Service Quality, Customer Satisfaction, Strategy, Customer Satisfaction Index dan Important Performance Analysis.

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu faktor yang menjadi penggerak perekonomian nasional. Industri kreatif Indonesia semakin berkembang dan diminati pasar global. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri Kuliner, Fashion dan Kerajinan memiliki kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional Indonesia [5].

Kota Bandung memiliki perkembangan industri kreatif yang pesat dan mampu dijadikan sebagai contoh bagi daerah-daerah di Indonesia. Perkembangan industri kreatif di kota Bandung mencakup industri kuliner, tempat hiburan dan kerajinan tangan akan tetapi industri kreatif yang sangat berkembang di kota Bandung adalah café [9].

Industri kreatif khususnya café memiliki potensi yang cerah bagi pelaku usaha di Bandung. Perkembangan industri café yang sangat pesat menjadi potensi bisnis besar yang memberikan peluang usaha kreatif. Industri kuliner di Bandung kian meningkat signifikan seiring bermunculan berbagai kuliner dan café yang memberikan keunikan tersendiri [2].

Seiring perkembangan dunia bisnis khususnya bisnis café yang semakin ketat maka suatu café dituntut untuk benar-benar memahami dinamika selera konsumen yang menjadi target pasarnya dan bagaimana cara memuaskan pelanggan agar kembali membeli dan menarik pelanggan baru untuk membeli. Melihat perkembangan tersebut para owner dituntut memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memuaskan para konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen [10].

Hal ini juga harus dilakukan Bober Café agar dapat mempertahankan dan menambah jumlah pelanggannya dengan memberikan, meningkatkan kualitas pelayanannya. Penyampaian kualitas yang prima akan menciptakan nilai tinggi yang dapat menciptakan kualitas pelanggan [4].

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengukur tingkat kepuasan pelanggan, mengukur tingkat kualitas pelayanan dan mengetahui strategi selanjutnya untuk menentukan elemen-elemen yang perlu ditingkatkan, dihilangkan dan dipertahankan oleh Bober Café dalam kualitas pelayanannya.

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Bober Café?
2. Bagaimana kualitas pelayanan Bober Café?
3. Bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Bober Café?

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

2.1 Tinjauan Pustaka

Menurut Lewis dan Booms dalam (Wijaya, 2011:152), kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:75) adalah sebagai berikut:

- 1) *Tangible* (bukti fisik)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contohnya: fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang *representative* di bengkel.
- 2) *Emphaty* (empati)
Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya: seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.
- 3) *Realibility* (kehandalan)
Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya: dokter mampu mendiagnosis penyakit pasien dengan akurat.
- 4) *Responsiveness* (cepat tanggap)
Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya: sistem *reservasi* dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
- 5) *Assurance* (jaminan)
Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.

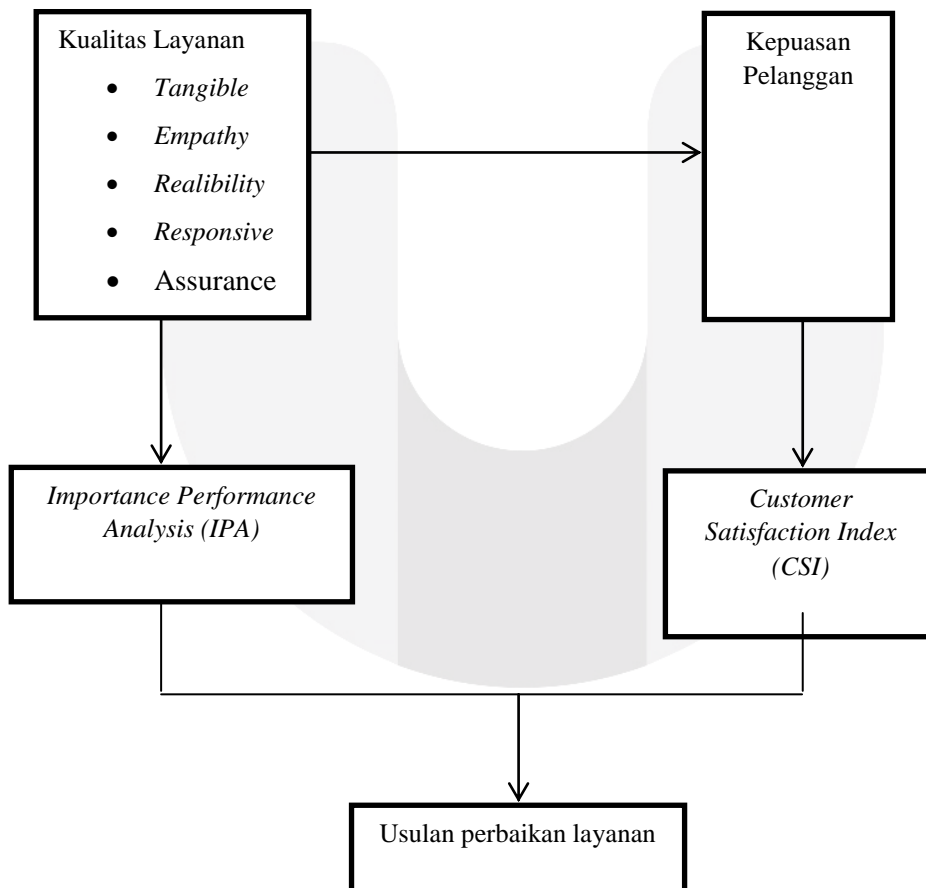
Menurut Lewis dan Booms dalam (Wijaya, 2011:152), kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspekstasi pelanggan, dengan tingkat pelayanan yang diberikan secara maksimal akan memberikan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa cara. Salah satunya dengan *Customer Satisfaction Index*. *Customer Satisfaction Index* merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk Amran & Ekadeputra (2010:164). Sedangkan kualitas layanan dapat diukur dengan *Importance Performance Management (IPA)*.

Importance Performance Analysis memberikan kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasannya dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Penelitian menetapkan suatu konseptual yang berfungsi pedoman sekaligus alur berfikir dalam menyelesaikan penelitian ini. Proses yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data dan informasi dari narasumber [8]. Berdasarkan pendekatan teori tersebut, maka dibuatlah kerangka pemikiran seperti yang terlihat pada gambar 1 dibawah.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

2.2 Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian studi deskriptif dengan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan, tingkat kualitas pelayanan dan strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [9].

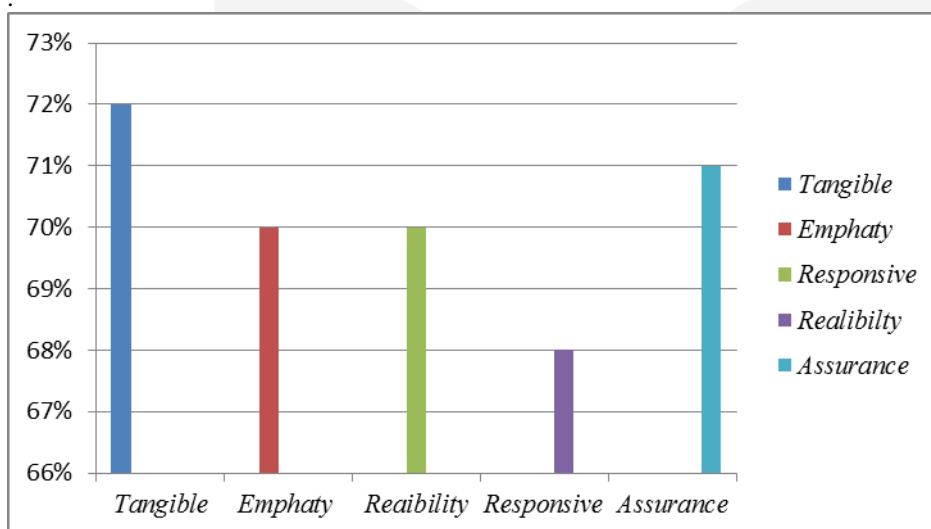
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bober Café dengan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *judgment sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 384 responden. Data kuantitatif diolah dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang atau tentang fenomena sosial.

Penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*. *Customer Satisfaction Index* sebagai alat untuk mengukur kepuasan pelanggan sedangkan *Importance Performance Analysis* sebagai alat untuk memetakan kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* dapat membantu memberikan usulan perbaikan terhadap kualitas pelayanan.

3. PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan jumlahnya hampir seimbang yaitu laki-laki (55,21%) dan perempuan (44,79%). Sedangkan dilihat dari segi usia, responden yang terbanyak adalah yang berusia antara 21-30 tahun dengan presentase sebesar 62,42%. Selain itu kebanyakan responden memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa (57,03%). Mayoritas responden berpenghasilan antara Rp.2.000.000-Rp.2.500.000 (43,75%). Frekuensi berkunjung responden mayoritas lebih dari dua kali yang berkunjung ke Bober Café dengan presentase nilai sebesar 84,82%.

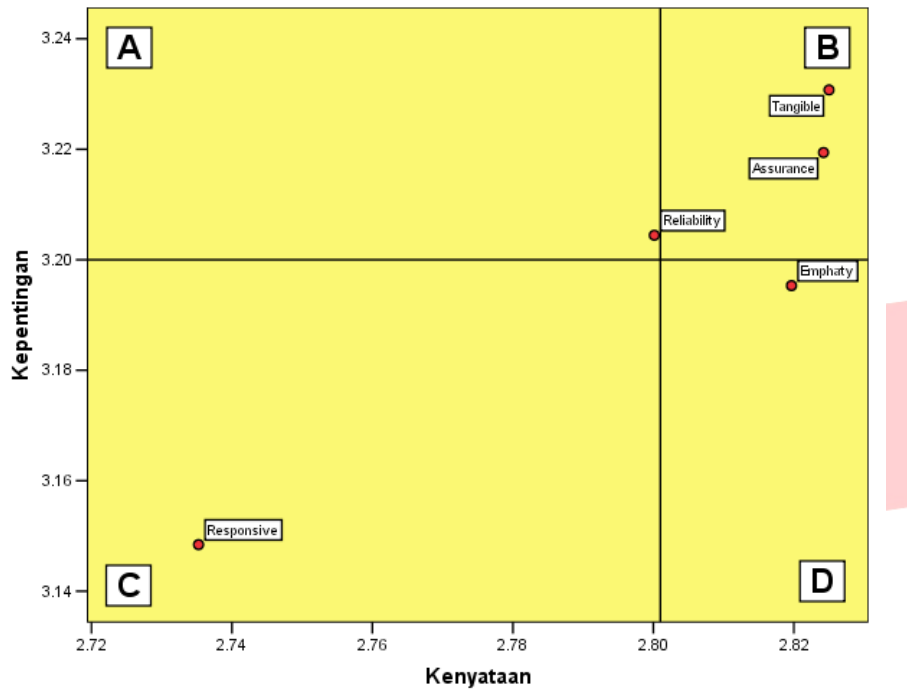
Hasil penelitian menunjukkan nilai *CSI* dari masing-masing dimensi layanan seperti pada gambar 2



Gambar 2. CSI lima dimensi kualitas pelayanan

Dari gambar 2 terlihat bahwa diantara lima dimensi kualitas pelayanan yang diukur, dimensi *tangible* merupakan dimensi yang memiliki derajat pemenuhan kepuasan yang tertinggi, yaitu sebesar 71,62%. Artinya, apa yang diharapkan konsumen Bober Café dengan kualitas pelayanan dari sisi *tangible* dinilai paling sesuai dengan harapan konsumen. *Assurance* berada diperingkat kedua dengan nilai CSI sebesar 71,61% sedangkan *emphaty* memiliki nilai CSI sebesar 70,51%, *realibility* memiliki nilai CSI sebesar 68,39% dan *responsive* memiliki nilai CSI sebesar 70,03%. Dari hasil tersebut dimensi kualitas pelayanan dapat dipetakan kedalam diagram *cartesius* (*Importance Performance Analysis*) untuk melihat dimensi yang mana yang perlu ditingkatkan, dipertahankan dan dianggap tidak perlu.

Dari lima dimensi tersebut dapat dipetakan kedalam diagram *cartesius* sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram *Importance Performance Analysis*

Hasil dari *Importance Performance Analysis* dimensi *reliability* berada di kuadran I yang artinya dimensi ini tingkat kepentingannya tinggi akan tetapi pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan yang mencakup kecekatan, keakuratan, dan perhatian pelayanan. dimensi *tangible* dan *assurance* yang mencakup dekorasi ruangan, kenyamanan, fasilitas berada di kuadran II artinya dimensi ini harus dipertahankan dikarenakan kedua dimensi tersebut dianggap penting oleh responden, serta memiliki tingkat kinerja sudah baik. Dimensi *responsive* berada di kuadran III yang artinya memiliki kinerja yang rendah dan bagi pelanggan juga dianggap kurang penting. Dimensi *empathy* berada di kuadran IV yang artinya dimensi ini sudah baik, namun bagi pelanggan tidak terlalu penting

Berdasarkan pemetaan tersebut didapatkan usulan perbaikan dimensi terlihat pada tabel 1.

No	No Atribut	Atribut	Kondisi Cafe	Usulan Perbaikan
1	2	Bober Café memiliki tempat yang nyaman	Kondisi tempat duduk berdasarkan tata letak yang terlalu rapat dan tidak adanya bebas area merokok bagi pelanggan yang tidak merokok	Pada tata letak tempat duduk sebaiknya diberikan jarak atau ruang yang luas dan perlu penambahan area bebas asap rokok atau menambah fasilitas kipas angin ataupun

				penyedot udara .
2	3	Fasilitas yang tersedia	Seringnya fasilitas wifi dalam keadaan gangguan, kurangnya tisu pada setiap meja pengunjung, dan kurangnya sarana hiburan seperti <i>live acoustic</i> , <i>stand up comedy</i> hanya ada pada saat malam minggu.	Sebaiknya wifi yang ada di Bober Cafe diberi perawatan setiap bulan atau perharinya , persediaan tisu dimeja harus diperhatikan dan sarana hiburannya berupa <i>live acoustic</i> dan <i>stand up comedy</i> harus diadakan setiap harinya agar pengunjung tidak merasa jenuh.
3	12	Bober Café memberikan perhatian serius ketika tempat sedang penuh	Tidak adanya karyawan yang tugaskan khusus sebagai pemberitahu jika tempat sedang penuh.	Sebaiknya ada karyawan yang <i>stand by</i> didepan pintu masuk yang ditugaskan untuk memberitahu jika tempat sedang penuh.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Index* mengenai tingkat kepuasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *tangible* termasuk dalam kategori puas dengan nilai kepuasan sebesar 70,62%, *emphaty* termasuk kedalam kategori puas dengan nilai sebesar 70,51%, *reability* termasuk dalam kategori puas dengan nilai sebesar 70,03%, *responsive* termasuk dalam kategori puas dengan nilai kepuasan sebesar 68,39% dan *assurance* termasuk kedalam kategori puas dengan nilai kepuasan sebesar 70,61%.

Dari hasil penelitian mengenai tingkat atau posisi kualitas pelayanan yang dilakukan dengan *Importance Performance Analysis*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dimensi *realibilty* yang mencakup kecekatan, keakuratan, dan perhatian pelayanan memiliki tingkat kepentingan tinggi sedangkan harapan yang diperoleh

responden tidak sesuai. Untuk dimensi *tangible* yang mencakup dekorasi ruangan, kenyamanan, fasilitas, yang memiliki tingkat kepentingan tinggi telah sesuai dengan harapan responden, begitu juga dengan dimensi *assurance* yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah sesuai dengan harapan pengunjung Bober Café. Sedangkan dimensi *responsive* yang memiliki tingkat kepentingan rendah kenyataan yang ditemui responden di Bober Café kurang istimewa. Pada dimensi yang terakhir yaitu *empathy* sudah dirasakan sudah cukup dan tidak perlu dirasakan berlebihan oleh pelanggan Bober Café dengan tingkat kepentingan yang rendah. Hasil tersebut dapat diambil kesimpulannya untuk menetapkan strategi yang dapat dilakukan perusahaan, strategi itu adalah peningkatan kualitas pelayanan yang mencakup kecekatan, keakuratan dan perhatian dengan menggunakan training karyawan dan strategi selanjutnya yang dilakukan mempertahankan kinerja perusahaan "Keep Up With The Good Work".

4.2 Saran

Bober Cafe dapat mempertimbangkan hasil dari penelitian peneliti di antaranya:

- a. Memperhatikan dan meningkatkan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi tetapi kenyataan atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun atribut yang harus diperhatikan dan ditingkatkan kinerjanya adalah kenyamanan, fasilitas dan perhatian ketika tempat sedang penuh.
- b. Mempertahankan kinerja atribut-atribut yang dianggap sudah memenuhi harapan konsumen serta memiliki tingkat kepentingan tinggi, seperti kelengkapan perlengkapan, keramahan pramusaji, kecakapan berkomunikasi, cekatan, kemampuan mengelola makanan. Hal tersebut ditujukan agar kepuasan konsumen Bober Café tetap terjaga.
- c. Melakukan peninjauan ulang dikemudian hari terhadap atribut-atribut yang dianggap tidak penting dan kinerjanya tidak istimewa oleh konsumen seperti dekorasi ruangan, perhatian individu, keakuratan, penyajian yang cepat, kecepatan respon, waktu luang, dan kesopanan karyawan. Hal tersebut dikarenakan dimensi atribut dapat mengalami perubahan seiring dengan berjalannya waktu.
- d. Indikator yang dianggap sudah cukup tidak perlu dirasakan berlebihan oleh konsumen atau mengurangi kinerja yang dirasakan berlebihan seperti cita rasa yang selalu harus sama setiap kali berkunjung. Hal tersebut dilakukan demi tercapainya efisiensi.
- e. Lebih memperhatikan kenyamanan pelanggan mengenai tata letak tempat duduk dengan memberikan jarak yang lebih luas, penambahan ruangan *no smoking area* dan memberikan fasilitas yang lebih berupa peningkatan kualitas wifi, penambahan sarana hiburan berupa live acoustic dan stand up comedy yang sebelumnya diadakan seminggu sekali ditingkatkan menjadi setiap harinya.
- f. Memperhatikan sistem *waiting list* agar lebih terstruktur misalnya dengan menempatkan karyawan dipintu masuk yang bertugas untuk memberitahu jika tempat sedang penuh, mendaftarkan pelanggan dan menginformasikan jika ada tempat yang tersedia.

4.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya mengkaji *service quality* perusahaan, tidak mengkaji bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, faktor ini dianggap sebagai faktor penting pendukung penelitian ini sehingga dapat menjadi kajian untuk penelitian berikutnya dengan melakukan analisis pengaruh *service quality* terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amran, Tlena. & Ponti, Ekadeputra. (2011). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan *Root Cause Analysis*. Teknik Industri. h. 160-172
- [2] GramediaMajalah. (2013). Bandung Kini Lautan Kuliner. [Online]. <http://www.gramediamaajalah.com/read/2013/04/15/421/bandung-kini-lautan-kuliner-1#.U3OahyFkaow>. [14 Mei 2014]
- [3] Kotler, Philip. dan Keller, Kevin L. (2009). *Marketing Management Thirteenth Edition*. Jakarta : Erlangga
- [4] Manoppo, Ferninda. (2013). Jurnal Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado. EMBA, vol. 1. no. 4. h. 1341
- [5] Presidenri. (2009). Industri Kreatif. [Online]. www.presidentri.go.id. [14 Mei 2014].
- [6] Sekaran, Uma. (2011). Metode Penelitian Untuk Bisnis (Edisi 4). Buku 1. Jakarta : Salemba Empat
- [7] Sugiyono, P. (2009). Memahami Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- [8] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2012). Pemasaran Strategik (Edisi 2). Yogyakarta : Andi

- [9] Travel Okezone.(2013).Perkembangan Industri Kreatif di Bandung.[Online].www.travel.okezone.com/. [14 Mei 2014].
- [10] Wijaya, Tony. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta : Indeks

