

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI KANTIN MAITREYAWIRA MEDAN

Tessya Caroline Khowijaya^{1*}, Sutarno Sutarno², Ngadjudin Nugroho³, William Vincent⁴, dan Cindy Cindy⁵

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

^{2,3}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana

⁴Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana

⁵Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana

Jl. Sakti Lubis, Siti Rejo I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara - 20219

*Korespondensi Penulis: tessyacaroline@gmail.com

Abstract: *Maitreyawira Canteen is a restaurant selling vegetarian food. It was established in 2015, and is located in the Cemara Asri Complex, Jalan Boulevard Utara Number 8. Deli Serdang, North Sumatra. In this study, the author took the theory of service quality from Fandy Tjiptono. The purpose of this study is to determine the quality of service in the Maitreyawira Canteen. The author uses descriptive qualitative research methods. The data sources used by the authors are primary and secondary data. The authors used data collection techniques with field research (interviews). From the results of research conducted by the author shows that the quality of service carried out by the Maitreyawira Canteen is still lacking, customers still feel disappointed with the service provided.*

Keywords: *Maitreyawira Canteen; Quality of Service, Qualitative, Customer*

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan jaman sekarang, kebutuhan manusia mendorong mereka untuk melakukan tindakan untuk menemukan cara inovatif dan kreatif guna memuaskan kebutuhan mereka. Sebagai pelaku bisnis, terutama pada bidang pangan tentu saja memerlukan kepercayaan dari masyarakat. Untuk memperoleh kepercayaan itu tentu saja pelaku bisnis harus mampu membangun relasi yang baik dengan konsumen terutama dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada, yaitu memberikan pelayanan yang baik. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting karena kondisi masyarakat mengalami perkembangan yang dinamis, karena mereka semakin sadar dan mengerti tentang hak dan kewajiban mereka sebagai warga bernegara. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas dari pelayanan sendiri sangat berkaitan dengan pelayanan apa yang diharapkan oleh konsumen dan kemampuan dari penyedia pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Semakin meningkatnya kebutuhan pangan membuat pelaku bisnis semakin gencar berusaha memberikan yang terbaik untuk memuaskan konsumennya. Pelaku bisnis dituntut untuk lebih memahami dan memenuhi ekspektasi dari konsumen. Rumah makan telah menjadi pilihan yang penting bagi masyarakat untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan mereka akan pangan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap rumah makan akan menjadi poin penting yang akan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk memgunjunginya kembali. Jika pelayanan yang diberikan baik, akan menjadi keunggulan tersendiri yang dapat menarik perhatian pelanggan untuk datang berkunjung lagi. Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada penelitian kajian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Ghani (Politeknik Cendana) dengan judul penelitian Studi tentang Kualitas Pelayanan di UD. Surya Baja Jaya, Deli Tua. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana UD. Surya Baja Jaya dalam menerapkan dimensi kualitas pelayanan. (Abdul Ghadi, 2019)

Dari informasi yang didapatkan penulis pada tanggal 16 Maret 2022 melalui wawancara

singkat dengan 2 narasumber, penulis mendapatkan informasi bahwa kualitas pelayanan di Kantin Maitreyawira masih harus dilakukan perbaikan. Melalui survey lapangan yang dilakukan oleh penulis, Kantin Maitreyawira masih belum mengoptimalkan pelayanan mereka kepada konsumen, dapat dilihat tidak adanya penyampaian dari mulut ke mulut yang dilakukan konsumen yang

merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kantin Maitreyawira Medan peneliti pun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, '**Analisis Kualitas Pelayanan di Kantin Maitreyawira Deli Serdang**'.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen sering diartikan sebagai sebuah rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau target yang telah ditentukan. Manajemen memiliki arti yang cukup penting dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. (Limakrisna dan Purba, 2017)

Manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan. (Kotler, 2018)

Manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaannya, berkembang, serta mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran harus dapat menarik perhatian konsumen agar merasa puas sehingga perusahaan dapat terus berkembang.

2. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. (Atmaja, 2018).

Kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. (Tony Wijaya, 2018)

Kualitas jasa sendiri dipengaruhi oleh dua variable, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). (Harman Manalu, 2017)

Dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan suatu kondisi yang berpengaruh pada produk maupun jasa yang mendukung untuk memberikan kepuasan baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Pengertian Pelayanan

Memberikan pelayanan yang baik merupakan tugas dari suatu badan usaha agar keberlangsungan usahanya dapat bertahan lama. Pelanggan merupakan bagian yang paling penting dalam suatu usaha. Pelanggan tidak akan bergantung pada kita, akan tetapi kitalah yang bergantung kepada pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik merupakan bagian dari tanggung jawab pemilik usaha untuk memuaskan pelanggannya.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak

berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. (Algifari, 2019)

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. (Kasmir, 2019)

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk prosedur yang diberikan kepada orang lain sehingga dapat memenuhi harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi pelanggan.

4. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan pelayanan seperti apa yang diharapkan oleh pelanggan dan bagaimana kemampuan suatu perusahaan menyediakan serta memenuhi harapan dari pelanggannya.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. (Fandy Tjiptono, 2019)

Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan masalah pelanggan.
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2017)

Adapun metode penelitian yang dipakai oleh penulis adalah penelitian kualitatif (berbentuk data, kalimat, skema dan gambar). Penelitian menurut tingkat explanasinya, yaitu: penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lain. Penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena dalam penelitian yang dilakukan penulis hanya menjelaskan variabel mandiri tanpa adanya hubungan apapun (hubungan/perbandingan) antar variabelnya dan data yang dikumpulkan adalah data-data yang tidak dalam bentuk angka, melainkan berupa data, kalimat-kalimat, skema maupun gambar yang terstruktur dan dapat menjelaskan/mendesripsikan fenomena-fenomena yang

berhubungan dengan penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kemampuan Kantin Maitreyawira dalam memuaskan pelanggan sejak pertama kali pelanggan datang berkunjung tanpa melakukan kesalahan apapun masih kurang baik, banyak pelanggan yang merasa kecewa dengan keterlambatan penyajian makanan yang dihidangkan.
2. Tanggapan dari pelayan yang kurang cepat dan pelanggan agak sulit untuk memanggil mereka.
3. Fasilitas yang disediakan baik namun pelayan kurang memperhatikan kebersihan dan kesejukan dari ruangan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan penulis pada BAB IV, maka kesimpulan yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*)
Kemampuan Kantin Maitreyawira dalam membangun citra yang baik di mata pelanggan sejak pertama kali sudah terjadi kesalahan. Yang di mana pelanggan merasa kecewa dengan keterlambatan penyajian makanan yang mereka sajikan. Hal ini sangat merugikan Kantin Maitreyawira dalam membangun citra yang baik untuk pelanggan yang pertama kali datang berkunjung.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*)
Pelayanan yang diberikan cukup baik dalam menanggapi kesalahan yang disampaikan oleh pelanggan, namun kecepatan waktu penyajian yang cukup lama membuat pelanggan kecewa dengan ketanggapan yang diberikan. Pelanggan juga mengalami kesulitan untuk memanggil pelayan untuk dimintai bantuan.
3. Jaminan (*assurance*)
Pelayan memberikan pelayanan yang cukup baik dalam melayani konsumen. Pelanggan juga merasa cukup nyaman dengan suasana di Kantin Maitreyawira.
4. Empati (*empathy*)
Kantin Maitreyawira membangun relasi yang cukup baik dengan pelanggan. Mereka berusaha mengajak komunikasi pelanggan yang sedang menunggu pesannya. Mereka juga mengkomunikasikan kesalahan dan meminta maaf atas kesalahan yang mereka berikan. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan juga ditanggapi dengan baik.
5. Bukti fisik (*tangibles*)
Karyawan dari Kantin Maitreyawira sudah berpakaian yang rapi dan menarik di mata pelanggan. Fasilitas yang disediakan juga sudah cukup baik, namun pelayan kurang memperhatikan kebersihan dari meja yang akan ditempati oleh pelanggan dan juga kurang memperhatikan suhu dari ruangan.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut ini dikemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi Kantin Maitreyawira, antara lain :

1. Kegiatan Maitreyawira harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan sejak pertama kali pelanggan datang berkunjung. Pelanggan yang datang pertama kali berkunjung akan memberikan efek yang positif bagi perusahaan jika mereka merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan, Menurut Aprilya (2013: 3), Keandalan (*realibility*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara andal dan akurat. Pelayanan yang tepat waktu dan ketepatan penyajian makanan harus lebih diperhatikan lagi oleh Kantin Maitreyawira untuk mengembangkan usahanya dan membangun citra yang lebih baik lagi di mata pelanggan.

2. Kantin Maitreyawira juga harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan dan daya tanggap yang diberikan kepada pelanggan. Pelanggan mengalami kesulitan untuk meminta bantuan dari pelayan, maka dari itu pelayanan yang diberikan harus ada perubahan nuntuk menarik perhatian pelanggan lagi. Pelanggan akan merasa puas jika mereka menikmati pelayanan yang diberikan
3. Kantin Maitreyawira harus lebih memperhatikan kebersihan meja dan ruangan. Juga hal yang harus diperhatikan lagi adalah suhu pendingin ruangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghadi. (2019). *Studi Tentang Kualitas Pelayanan di UD. Surya Baja Jaya, Deli Tua*.
- Algifari. (2019). *Mengukur Kualitas Layanan*. BPFE.
- Atmaja. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*.
[Http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index,Php/Ecodemica/Article/View](http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view).
- Fandy Tjiptono. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction*. CV. Andi Offset.
- Harman Manalu. (2017). *Manajemen Pemasaran*. CV. Alfabeta.
- Kasmir. (2019). *Customer Services*. Rajawali Pers.
- Kotler, K. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Erlangga.
- Limakrisna dan Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Afabeta.
- Tony Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT. Indeks.