

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA
RUMAH MAKAN METRO**



JURNAL

Oleh :

**SANDIKA SAPUTRA
C1B110070**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BENGKULU
2014**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA
RUMAH MAKAN METRO**



JURNAL

**Diajukan Kepada Universitas Bengkulu Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh :

**SANDIKA SAPUTRA
C1B110070**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BENGKULU
2014**

PERNYATAAN

Nama : Sandika Saputra

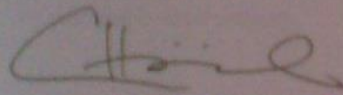
NPM : C1B110070

Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Metro

Menyatakan bahwa jurnal ini telah diperiksa oleh pembimbing dan disetujui untuk kemudian dipublikasikan.

Bengkulu, Februari 2014
Mengetahui,

Pembimbing,



Chairil Afandy, SE, M.Si
NIP. 19790352002121005

Ketua Program Ekstensi



Syaiful Bachri, SE, M.Si
NIP. 195601021986031002

ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY AT RESTAURANT METRO

By :

Sandika Saputra ¹⁾

Chairil Afandy ²⁾

ABSTRACT

This research aims to determine customer satisfaction with the quality of existing service at restaurant Metro based on attributes of service quality dimensions consisting of variables : Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, and Tangible. This research is a type of qualitative descriptive used primary and secondary data. This research accidental sampling with samples taken 50 people with waseater at restaurant Metro and already taken service three minimal times. From my research the average value and frequency distribution on the dimensions of reliability 3.65 (73.0%) included in either category, the dimensions of responsiveness 3.51 (70.2%) belong to the category of good, assurance dimensions 3.69 (73.8%) belong to the category of good, the dimensions emphaty 3.07 (61.4%) belong to the category of fairly good, and the dimensions of tangible classified in the category of 3.77 (75.4%) or better. Overall quality of service at the restaurant Metro of dimensions of service quality views of the respondents to the statements that have been filed to get an average total score of 3.54 (70.8%) included in either category.

Keyword: Dimensions of Service Quality

¹⁾ *Student*

²⁾ *Lecturer*

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN METRO

Oleh :

Sandika Saputra ¹⁾

Chairil Afandy ²⁾

RINGKASAN

Konsumen adalah kunci utama bagi eksistensi suatu perusahaan, oleh sebab itu, orientasi pada konsumen merupakan suatu keharusan yang harus dipegang oleh perusahaan. Salah satunya adalah memberikan suatu pelayanan yang baik dan berkualitas bagi konsumen agar terjalin hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara konsumen dengan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Rumah Makan Metro berdasarkan atribut dimensi kualitas jasa yang terdiri dari variabel-variabel: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangible*).

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, pengumpulan data diperoleh melalui data primer. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang konsumen Rumah Makan Metro yang sudah mendapatkan pelayanan sebanyak minimal tiga kali, dengan menggunakan metode *accidental sampling*, kuesioner, menggunakan skala likert, dan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap variabel penelitian ini digunakan metode nilai rata-rata (*mean*) dan tabel distribusi frekuensi.

Hasil penelitian nilai rata-rata dan distribusi frekuensi pada dimensi Keandalan (*Reliability*) 3,65 (73,0%) pada kategor baik, dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) 3,51 (70,2%) dalam kategor baik, dimensi Jaminan (*Assurance*) 3,69 (73,8%) termasuk pada kategori baik, dimensi Perhatian (*Emphaty*) 3,07 (61,4%) tergolong dalam kategori cukup baik, dan dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) 3,77 (75,4%) pada kategori baik. Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Metro dari dimensi kualitas jasa dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan yang telah diajukan mendapatkan skor rata-rata total 3,54 (70,8%) termasuk dalam kategori baik, tetapi ada beberapa konsumen yang menyatakan kurang setuju terhadap pelayanan transaksi pembayaran dengan cepat, halaman parkir yang memadai hal ini perlu diperhatikan lagi agar konsumen merasa nyaman dan loyal terhadap jasa yang kita berikan.

Kata Kunci: Dimensi Kualitas Jasa

¹⁾ Mahasiswa

²⁾ Dosen Pembimbing Skripsi

PENDAHULUAN

Rumah Makan adalah salah satu industri yang berkembang dengan cepat, khususnya di area perkotaan, karena daerah perkotaan dianggap tempat yang strategis dan mempunyai penduduk yang banyak, semakin banyak jumlah penduduk kemungkinan untuk mendapatkan pangsa pasar makin besar. Semakin diterimanya rumah makan oleh masyarakat, maka persaingan antar rumah makan terhadap kualitas produk dan layanan akan semakin menonjol di masa mendatang, perusahaan diharapkan lebih mengerti kebutuhan pelanggannya, sehingga konsumen tetap percaya terhadap produk yang ia pakai dan penyedia jasa perlu menggunakan strategi khusus agar perusahaan tersebut tidak tertinggal dari yang lain.

Rumah Makan Metro adalah salah satu Rumah Makan khas Jawa yang terdapat di Kota Bengkulu. Dengan persaingan di dalam bidangnya, Rumah Makan Metro mampu bertahan hingga puluhan tahun, bahkan Rumah Makan Metro dapat mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di beberapa tempat. Pada awalnya Rumah Makan Metro hanyalah Rumah Makan biasa yang bertempat di jalan Flamboyan, dengan ciri khas dan cita rasa yang berbeda dengan Rumah Makan yang lainnya, seiring waktu berjalan Rumah Makan Metro sekarang sudah cukup berkembang dalam pengembangan usahanya dengan memiliki cabang di Nusa Indah, bahkan sudah memiliki cabang diluar kota seperti di Rejang Lebong, Kepahiang dan Seluma.

Menurut Kotler (2005:111) Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produknya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.

Jasa merupakan sesuatu yang tidak bisa dikucilkan dari dunia bisnis, hal ini akan mendorong perekonomian di sektor jasa akan banyak peluang bisnis dan kesempatan kerja akan semakin terbuka luas, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan produk yang berkualitas dan layanan purna jual yang baik agar tercipta *image* yang baik di mata konsumen.

Kualitas jasa merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing, untuk mencapai kualitas jasa yang diinginkan, pengelola jasa memerlukan upaya pemenuhan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan *expected service*. Definisi kualitas jasa pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Konsumen adalah aset perusahaan yang sangat penting, oleh karena itu maka perusahaan mempunyai kewajiban untuk menjaganya agar konsumen tetap loyal terhadap jasa yang kita berikan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001:46), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, artinya konsumen akan merasa puas apabila barang atau jasa yang

diberikan bisa memenuhi harapannya atau lebih dari apa yang ia harapkan. Menurut Lovelock dan Wright (2005:105) restoran termasuk dalam kategori jasa, walaupun prosesnya terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi.

Menurut Suryadi Prawirosentono (2007:6) membuat konsumen merasa puas tentunya tidaklah mudah, banyak faktor yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu kualitas telah mengarah pada taktik dan strategi perusahaan, secara menyeluruh dalam rangka untuk memiliki daya saing dan bertahan terhadap persaingan global dengan produk perusahaan lain. Kualitas suatu produk bukan suatu yang serba kebetulan (*occur by accident*).

Menurut Kotler (2000:428), Rumah Makan termasuk dalam kategori jasa campuran atau *Hybrid*, yang terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama seperti restoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayanannya. Pelayanan Rumah Makan Metro adalah salah satu bentuk usaha jasa yang menyangkut kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Kualitas Layanan pada Rumah Makan Metro”**.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan pada Rumah Makan Metro.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat. Pengumpulan data mengenai kualitas layanan pada Rumah Makan Metro dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada para responden yang menjadi konsumen pengguna jasa Rumah Makan Metro. Hal ini dilakukan untuk memperoleh fakta yang ada serta mencari keterangan aktual yang dapat mendukung penelitian ini. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Penelitian ini dilakukan kepada 50 orang konsumen yang sudah mendapatkan pelayanan di Rumah Makan Metro minimal sebanyak tiga kali. Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu sekitar 3 minggu.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan angket (daftar pertanyaan) untuk mendapatkan data primer. Rata-rata tertimbang diterapkan dengan skala Likert terendah 1 dan tertinggi 5 diberikan pada setiap jawaban responden dari setiap pernyataan pada kuesioner, kemudian dihitung rata-ratanya. Cara menghitung rata-rata berbobot adalah menjumlahkan seluruh hasil, kemudian mengalikan bobot jawaban dengan jumlah responden yang memilih jawaban tersebut kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan frekuensinya. Sedangkan untuk menghitung persentase setiap indikator/pernyataan yaitu dengan membagikan jumlah responden yang menjawab dengan jumlah keseluruhan responden kemudian dikalikan dengan seratus persen.

HASIL PEMBAHASAN

Menurut Parasurahman (2005) salah satu cara untuk meningkatkan kualitas jasa yaitu mampu untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali. Artinya dalam variabel kehandalan ini perlu diperhatikan lagi agar konsumen yang memesan makanan tidak menunggu terlalu lama dan pada akhirnya kualitas layanan pada dimensi kehandalan menjadi lebih baik lagi.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sekarang pada dimensi kehandalan juga termasuk pada kategori baik, namun pada salah satu indikatornya masih mendapatkan nilai cukup baik yaitu pada indikator “Pelayan Rumah Makan Metro memberikan pelayanan waktu tunggu tidak terlalu lama bagi konsumen”. Pada penelitian yang saya lakukan, konsumen banyak mengeluh karena terlalu lama menunggu pesanan makanan ataupun minuman, pelayan dirumah makan ini hanya 2 orang yang bertugas mengantar minuman atau makanan, pada saat pengunjung rumah makan ramai pelayan menjadi sibuk melayani pengunjung yang lain, akibatnya pengunjung yang memesan makanan atau minuman menunggu terlalu lama.

Selanjutnya pada dimensi daya tanggap, Parasurahman (2005) mengungkapkan cara untuk meningkatkan kualitas jasa pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu dengan cara membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen, seperti tidak membiarkan konsumen menunggu, terutama

tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Oleh karena itu pada *item* ini diperlukan perhatian khusus agar bisa mendapatkan kesan yang baik dan menyenangkan dari konsumen.

Sama halnya dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sekarang pada dimensi daya tanggap juga termasuk pada kategori baik, namun pada salah satu indikatornya masih mendapatkan nilai cukup baik yaitu pada indikator “Pelayan rumah makan metro membantu konsumen yang membutuhkan pertolongan saat berada di rumah makan”. Pada penelitian yang saya lakukan, konsumen menunggu lama pada saat hendak meminta pertolongan, seperti pada saat konsumen hendak menambah minuman ataupun hendak meminta tissue, kejadian seperti ini sering kali terjadi, seharusnya pelayan harus tanggap dalam melayani para konsumen

Lain halnya dengan dimensi jaminan, dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sekarang pada dimensi ini juga termasuk pada kategori baik, berarti pihak rumah makan telah memberikan pelayanan yang baik dan maksimal kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, terutama pada dimensi jaminan ini. Menurut Parasurahman (2005) untuk meningkatkan dimensi jaminan (*assurance*) yaitu dengan cara meningkatkan kualitas yang meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko, oleh karena itu sikap sopan harus ditingkatkan lagi.

Pada penelitian dimensi *emphaty*, berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sekarang pada dimensi ini pada kategori cukup baik, semua indikator pada dimensi ini mendapatkan nilai cukup baik, dari penglihatan saya dilapangan konsumen sering bingung apabila hendak ke toilet, karena pelayan yang sibuk, kurang memberikan perhatian kepada konsumen dan tidak tahu keinginan konsumen, sebaiknya para pelayan harus lebih memberikan perhatian kepada konsumen apabila hendak meminta atau menanyakan sesuatu. Menurut Parasurahman (2005) untuk meningkatkan kualitas layanan pada dimensi *emphaty*, yaitu dengan cara meningkatkan kualitas yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi. Oleh sebab itu, kualitas layanan pada dimensi ini perlu untuk diperbaiki lagi.

Pada dimensi yang terakhir, dimensi ini sama halnya dengan penelitian yang terdahulu dimana dimensi ini juga termasuk pada kategori baik, namun pada salah satu indikatornya masih mendapatkan nilai cukup baik yaitu pada indikator “Rumah Makan Metro memiliki halaman parkir yang memadai”, masalah parkir harus sangat diperhatikan karena pada saat pelanggan ramai sering kali kendaraan yang parkir di halaman rumah makan memarkirkan kendaraannya dengan sembarangan, sehingga akan membuat susah kendaraan lain yang hendak parkir, akibatnya banyak ditemukan kendaraan yang parkir dipinggir jalan raya, seharusnya Rumah Makan Metro memiliki petugas parkir yang mengatur kendaraan sehingga tidak terjadi hal yang demikian. Menurut Parasurahman

(2005) untuk meningkatkan kualitas layanan jasa dalam dimensi bukti *fisik (tangible)*, yaitu dengan tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana yang baik. Dalam hal ini halaman parkir juga harus di perhatikan agar konsumen yang membawa kendaraan akan merasa aman.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dimensi kualitas jasa pelayanan rumah makan Metro, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian saya, kualitas layanan pada rumah makan Metro dilihat dari dimensi kehandalan (*reliability*), jawaban rata-rata responden yaitu 3,65 (73,0 %) berada pada kategori baik.
2. Kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) rata-rata skor adalah 3,51 (70,2%) termasuk dalam kategori baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi jaminan (*assurance*), skor rata-ratanya adalah 3,69 (73,8%) termasuk dalam kategori baik, karena berada pada *range* 3,40 – 4,19.
4. Lain halnya pada dimensi perhatian (*emphaty*), dari penelitian yang dilakukan bahwasanya dimensi perhatian (*emphaty*) termasuk dalam kategori cukup baik atau skor rata-ratanya 3,07 (61,4%).
5. Dari hasil olah data yang dilakukan, kualitas pelayanan pada rumah makan Metro ditinjau dari dimensi bukti fisik (*tangible*) sudah termasuk dalam kategori baik atau skor rata-ratanya 3,77 (75,4%).

Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada rumah makan Metro dilihat dari dimensi kualitas jasa, bahwa jawaban responden terhadap pernyataan yang

telah diajukan mendapatkan skor rata-rata total 3,54 (70,8%) termasuk dalam kategori baik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, saran yang dapat diberikan sebagai masukan dalam upaya perbaikan berkesinambungan guna meningkatkan kualitas pelayanan jasa kepada konsumen adalah :

1. Sebaiknya antara pelayan yang melayani transaksi pembayaran dan pelayan yang memesan makanan tidak pada satu tempat, hal ini sering kali terjadi yang menyebabkan pelanggan menunggu lama.
2. Seharusnya petugas parkir harus ada atau halaman parkir diperluas karena dari hasil tinjauan saya dilapangan masih banyak kendaraan yang parkir tidak rapi dan banyak juga kendaraan yang parkir dipinggir jalan.
3. Dari hasil penelitian saya, sering kali ditemukan pelayan yang salah dalam mengantar makanan, hal ini perlu diperhatikan lagi karena salah satu cara untuk meningkatkan kualitas jasa yaitu memberikan pelayanan dengan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler. Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler. Phillip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2 edisi ke 8*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lovelock. C. and L.K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan)*. Indeks. Jakarta.
- Prawirosentono. Suryadi. 2007. *Operation Management*. Bumi Aksara. Jakarta.

Kotler. Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 1&2*. PT. Prenhalindo. Jakarta.

Internet Online :

Parasurahman. 2005. Dimensi Kualitas Jasa. <http://asep-m-ramdan.blogspot.com/2008/10/hubungan-kualitas-jasa-dan-kepuasan.html> Access 11032013.