

KUALITAS PERAN PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN ELI RAHMAWATI

Ranti Afifah

Prodi Manajemen Bisnis Syari'ah, STEI Hamfara, Yogyakarta

Rantiafifah07@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas kualitas peran pelayanan dan kepuasan pada konsumen di Rumah Makan Eli Rahmawati Kapuas, Provinsi Kalimantan Tengah. Rumah makan Eli Rahmawati memiliki keunikan yang menarik bagi peneliti untuk menceritakan fakta dan dikombinasikan dengan ilmu manajemen mutu. Tujuan penelitian adalah untuk memberikan edukasi dan gambaran tentang manajemen mutu atau kualitas dalam dunia bisnis kepada khalayak pembaca yang ingin menekuni bisnis terutama dalam kasus Rumah Makan Eli Rahmawati. Informasi diambil dengan cara observasi langsung ke lapangan dan diperkuat dengan informasi-informasi kualitatif dari artikel dan buku-buku di perpustakaan. Pada saat ini kualitas pelayanan dalam bisnis sangat penting untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Dua hal ini menjadi bagian bisnis yang tidak bisa terpisahkan dalam sehari-hari kegiatan mereka. Rumah Makan Eli Rahmawati sangat memperhatikan kualitas pelayanan sehingga konsumennya merasa puas dengan bukti selalu berkunjung dan merekomendasikan kepada konsumen baru. Bisnis Rumah Makan Eli Rahmawati menjadi berkembang mengikuti era zaman sekarang.

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Manajemen Mutu

Abstract

This study discusses the quality of service roles and customer satisfaction at Eli Rahmawati Kapuas Restaurant, Central Kalimantan Province. Eli Rahmawati restaurant has an interesting uniqueness for researchers to tell facts and combined with quality management science. The purpose of the study is to provide education and an overview of quality management or quality in the business world to the audience of readers who want to pursue business, especially in the case of Eli Rahmawati Restaurant. Information is taken by direct observation to the field and reinforced by qualitative information from articles and books in the library. At this time the quality of service in business is very important to get customer satisfaction. These two things become an inseparable part of business in their daily activities. Eli Rahmawati Restaurant is very concerned about the quality of service so that its customers are satisfied with the evidence of always visiting and recommending to new customers. Eli Rahmawati's restaurant business has developed following today's era.

Keywords: Quality, Service, Quality Management

PENDAHULUAN

Pada era saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan perusahaan baik barang atau jasa (Tombeng, Roring, & Farlane S. Rumokoy, 2019).

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Menurut Irawan (2008) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan berpendapat ada tiga driver utama konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk (Tombeng et al., 2019). Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Simamora (2000) menjelaskan tentang harga adalah jumlah uang yang di bebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa. harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut (Tombeng et al., 2019). Kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagai mana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Surti & Anggraeni, 2020).

Menu makanan dan minuman yang disediakan harus dapat menimbulkan selera konsumen. Rumah Makan Eli Rahmawati menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang dapat menimbulkan selera konsumen. Penentuan harga, bertujuan menarik minat konsumen menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa. Penerapan ini diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan. Fasilitas harus berorientasi pada kebutuhan konsumen dan selera konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Penyediaan fasilitas harus diperhatikan, dimana penyediaan fasilitas disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga mendorong konsumen untuk selalu melakukan pembelian (Maulida & Khairunnisa, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitik dengan observasi dan studi pustaka. Informasi didapat langsung ketika penulis berkunjung merasakan produk olahan berupa makanan di rumah makan ini. Berdasarkan dari hasil temuan yang penulis ambil hingga penyusunan ini, penulis telah memikirkan secara matang, mendalam, membaca, dan memahami dari berbagai informasi yang ada terkait topik penelitian ini. Penelitian ini pada awalnya adalah hasil tugas akhir kuliah di kelas manajemen bisnis, sehingga informasi-informasi dari buku-buku, artikel-artikel yang sudah publish di jurnal juga menjadi bahan yang penulis perhatikan untuk dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan dalam usaha bisnis semakin marak, dimana usaha bisnis berlomba-lomba dalam mengembangkan usaha dan mempertahankan pangsa pasarnya. Dengan demikian bisnis usaha makanan apalagi rumah makan saat ini dapat berjalan lama dan memberikan keuntungan yang tinggi jika pelayanan dan kepuasan para konsumen terpenuhi. Saat ini kepuasan yang dirasakan para pembeli merupakan hal terpenting dalam bisnis sebab kepuasan dapat meningkatkan pendapatan dari penjualan. Gerson (2002) menjelaskan konsumen akan merasa puas jika apa yang diinginkan terwujud, sebaliknya pembeli akan kecewa jika apa yang diinginkan tidak sesuai harapan.

Rumah Makan Eli Rahmawati merupakan salah satu rumah makan kuliner yang berada di Jl. Jend. A. Yani No. 70 daerah Kabupaten Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah. Berdiri sejak tahun 1993 sampai sekarang oleh Bapak H. Syakhran. Rumah makan ini berkembang pesat dan dikenal khalayak ramai dari kalangan tinggi maupun menengah. Rumah makan ini berbeda dari rumah makan lainnya, menyediakan beberapa variasi menu. Bahkan membuka aneka pesanan dari catering, hajatan, dan lain sebagainya. Inilah banyak kalangan anak muda dan dewasa berbondong-bondong untuk makan di rumah makan tersebut. Saat weekend tiba, orang yang berada di luar daerah rela datang mengunjungi rumah makan tersebut, demi mencicipi makanan khas dari rumah makan Eli Rahmawati. Rumah makan Eli Rahmawati adalah salah satu rumah makan yang terbesar di daerah Kuala-Kapuas, yang menampung dan menampung 50 – 100 kursi dan memiliki banyak pelanggan. Rumah Makan Eli Rahmawati merupakan salah satu bisnis kuliner yang mengutamakan kepuasan konsumen. Rumah makan ini terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Semakin baik tingkat kualitas produk dan pelayanan yang diberikan maka konsumen akan merasa puas. Kualitas produk dan pelayanan sangat diperhatikan oleh manajer Rumah Makan Eli Rahmawati agar konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian atas produknya sehingga Rumah Makan Eli Rahmawati ini menemukan brand image bisnisnya (Dewi, Utomo, Sasono, & Murtadlo, 2022).

Bentuk kualitas produk yang diberikan oleh Rumah Makan Eli Rahmawati adalah halalan thoyyiban, kinerja, kebersihan, dan lain-lain. Produk yang ada di Rumah Makan Eli Rahmawati tidak hanya makanan yang berbahan dasar ikan, namun juga terdapat olahan makanan lain seperti ikan, bebek, seafood dan tambahan menu sayuran. Selain makanan Rumah Makan Eli Rahmawati juga menyediakan berbagai macam minuman. Kinerja pada produk Rumah Makan Eli Rahmawati dapat dilihat dari ukuran produk yang konsisten, tampilan yang menarik, dan kebersihan makanan yang disajikan. Sedangkan kesesuaian dengan spesifikasi dapat dilihat dengan tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi yang telah ditetapkan seperti apa yang telah tertulis pada daftar menu sesuai dengan produk yang diberikan kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dan tidak kecewa dengan produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Eli Rahmawati. Kualitas produk yang dirasakan konsumen terhadap produk Rumah Makan Eli Rahmati memuaskan dari segi halal, thoyyib, rasa, varian

menu, kebersihan, dan ukuran produk yang pas (Malkawi, 2020; Mamat, Mahamood, & Ismail, 2012).

Selain kualitas produk, Rumah Makan Eli Rahmawati juga memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan memiliki tujuan yaitu agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Rumah Makan Eli Rahmawati. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Selain itu, konsumen yang puas cenderung menceritakan pengalaman atas pembeliannya tersebut kepada orang lain. Bentuk pelayanan yang diberikan Rumah Makan Eli Rahmawati berupa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Rumah Makan Eli Rahmawati berdiri kokoh ditengah persaingan bisnis sebagaimana dihadapi juga oleh Warung Mbah Waginem di Yogyakarta (Utomo, 2021).

Pelayanan bukti fisik Rumah Makan Eli Rahmawati dapat dilihat dari kelengkapan fasilitas yang disediakan, karyawan yang berpenampilan rapi, serta kebersihan tempat maupun makanan yang terjamin. Kehandalan pelayanan Rumah Makan Eli Rahmawati dapat dilihat dari kemampuan melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Seperti halnya karyawan yang melayani dengan baik, mengantarkan pesanan dengan cepat dan tepat, menguasai informasi mengenai daftar menu yang tercantum serta merespon dengan cepat permintaan konsumen. Daya tanggap pelayanan Rumah Makan Eli Rahmawati sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari sikap tanggap pelayan yang bersedia membantu konsumen yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan, membereskan meja dan kursi yang akan digunakan dan yang akan digunakan konsumen.

Bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen memerlukan adanya jaminan seperti keramahan petugas, kepercayaan, dan menciptakan rasa aman serta bebas resiko pada konsumen. Rumah Makan Eli Rahmawati memberikan pelayanan yang terjamin dan dapat dipercaya. Rumah Makan Eli Rahmawati menjamin peralatan yang digunakan untuk disajikan kepada konsumen dalam keadaan bersih dan bahan yang digunakan dalam keadaan baik. Selain itu, pelayan memastikan bahwa pesanan konsumen telah datang semua. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono dan Chandra (2011) yang mengatakan bahwa dimensi jaminan mencakup kesopanan dan sifat dapat

dipercaya yang dimiliki karyawan serta perusahaan, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan atas produk yang dijual.

Bentuk kepedulian kepada konsumen penting untuk dilakukan suatu perusahaan (Miranti, Utomo, & Wijiharta, 2017; Setiyowati et al., 2023; Wahyu, Ridan, Nur, & Imron, 2019). Hal ini dilakukan dengan baik oleh Rumah Makan Eli Rahmawati. Pelayan melayani para konsumennya dengan ramah dan sopan, tidak jarang pelayan memberi masukan pada konsumen yang bingung dalam memilih suatu produk. Selain itu pelayan juga memberikan informasi terkait dengan menu yang ditawarkan. Hal ini diperkuat dengan pendapat Lupiyoadi (2006) yang mengatakan bahwa empati merupakan bentuk perhatian tulus yang bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen yang merasa puas akan merasa senang, dan sering berkunjung pada perusahaan yang sama. Dan mereka akan bercerita kepada orang lain tentang pengalamannya setelah membeli suatu produk. Sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008) yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen memberikan dua manfaat bagi perusahaan, yaitu loyalitas dan gethok tular positif. Dari empat artikel dan literasi pustaka yang telah dibaca tersebut memiliki keterkaitannya dalam manajemen pelayanan dan produksi. Membahas pentingnya penegakan hukum dalam perlindungan konsumen dan peningkatan kualitas produksi nasional. Membahas pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas produk, budaya perusahaan, dan kualitas SDM terhadap efisiensi biaya produksi. membahas tanggung jawab pelaku usaha dalam menjamin mutu produksi dan hak serta kewajiban pelaku usaha dan konsumen dalam hukum perlindungan konsumen (Rusydah & Utomo, 2019).

KESIMPULAN

Kualitas peran produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Eli Rahmawati sangat mempengaruhi pengelolaan mutu, semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan di rumah makan Eli Rahmawati kepada konsumen maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Maka, Rumah Makan Eli

Rahmawati perlu mempertahankan konsistensi kualitas di segala lini baik barang maupun jasa, sesuai dengan sisi strategis yang diinginkan, khususnya dengan produk makanan yang halal dan thoyyiban. Penelitian ini penulis dedikasikan untuk para pembelajar sejati ekonomi Islam yang serius dalam menjalani proses kehidupannya. Belajar dan berdakwah merupakan satu proses yang saling berkaitan di antara keduanya dan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, P. K., Utomo, Y. T., Sasono, H., & Murtadlo, B. (2022). Analisis Brand Image Dan Kualitas Persepsian (Percivied Quality) Halalan Toyiban Terhadap Ekuitas Merek Produk Ayam Geprek Assalam Ngawi. *Youth Islamic Economic Journal*, 03(02), 37–44.
- Malkawi, M. (2020). *Fall of Capitalism and Rise of Islam*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/283422687>
- Mamat, M. N., Mahamood, S. F., & Ismail, I. (2012). Islamic Philosophy on Behaviour - Based Environmental Attitude. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 49, 85–92. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.07.008>
- Maulida, & Khairunnisa, F. (2023). POLA HIDUP SEHAT KONSUMEN PRODUK MAKANAN. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 55–60.
- Miranti, A., Utomo, Y. T., & Wijiharta. (2017). Peran Umar Bin Khattab dalam Manajemen Konflik. *AT-TAUZI : Jurnal Ekonomi Islam*, 16. Retrieved from <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attauci/article/view/28>
- Rusydah, M., & Utomo, Y. T. (2019). Analisis Manajemen Pengendalian Mutu Produksi pada Bakpiapia Djogja Tahun 2016 Berdasar Perencanaan Standar Produksi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 18(1).
- Setiyowati, A., Utomo, Y. T., Yusup, M., Santoso, I. R., Sulistyowati, Bahri, E. H., ... Pratiwi, A. (2023). *Green Economy Dalam Perspektif Syariah* (R. Kurnia, ed.). Retrieved from <http://azzahramedia.com/green-economy-perspektif-syariah/>

- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>
- Tombeng, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.
- Utomo, Y. T. (2021). Perilaku Ekonomi Mbah Waginem. *Youth Islamic Economic Journal*, 02(02), 1–9. Retrieved from <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/120>
- Wahyu, A. U., Ridan, M., Nur, R. A., & Imron, M. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah Dan Fiqh Al-Bi'ah Dalam Green Economy. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 242–259. Retrieved from <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei%0ATINJAUAN>