

EVALUASI KINERJA KARYAWAN DENGAN PENDEKATAN SERVQUAL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI O'SEAFOOD KEDIRI

Dio Ardiansyah¹, Sally Adilia², Katarina Astriani³, Sri Arnia Rachmawati⁴, Arthur Daniel Limantara⁵
^{1),2),3),4)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
⁵⁾ Sekolah Tinggi Teknologi Cahaya Surya, Kota Kediri, Jawa Timur
diardiansyah146@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

This study aims to evaluate employee performance at O'Seafood Kediri using the Servqual approach and to identify efforts that can be made to improve customer satisfaction. A qualitative survey method was employed to collect data through in-depth interviews with employees and direct on-site observations. The results of the study indicate a gap between customer expectations and perceptions of employee performance, particularly in responsiveness, reliability, and service assurance. Additionally, interviews with employees revealed several challenges faced in providing satisfactory service. Based on these findings, several improvement steps are recommended, including employee training, enhanced internal communication, and operational process improvements. The implementation of these measures is expected to enhance employee performance and, consequently, improve customer satisfaction at O'Seafood Kediri.

Keyword: Employee Performance, ServQual Method

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja karyawan di O'Seafood Kediri dengan menggunakan pendekatan Servqual serta untuk mengidentifikasi upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode survei kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan karyawan dan observasi langsung di tempat. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja karyawan, terutama dalam hal responsivitas, kehandalan, dan jaminan pelayanan. Selain itu, wawancara dengan karyawan juga mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Berdasarkan temuan ini, disarankan beberapa langkah perbaikan, termasuk pelatihan karyawan, peningkatan komunikasi internal, dan perbaikan proses operasional. Implementasi langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri.

Kata Kunci: Kinerja Karyawan, Metode Servqual

PENDAHULUAN

Dengan pertumbuhan populasi yang semakin meningkat, semakin banyak pelaku bisnis yang akan terdorong untuk memulai usaha mereka, khususnya dalam bidang kuliner. Bisnis di sektor pangan, terutama rumah makan mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Dalam industri ini, fokus pada kualitas pelayanan dan peningkatan kualitas terus diperlukan. Terlebih lagi perubahan gaya hidup dan budaya makan membuat pelanggan menginginkan pengalaman kuliner yang menyenangkan, dengan pelayanan yang baik dan suasana yang nyaman. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh makanan dan minuman yang disajikan, akan tetapi juga oleh proses penyajian dan suasana pelayanan.

Rumah makan O'Seafood Kediri merupakan konsep rumah makan yang bisa dibilang unik, dimana tempat ini memiliki julukan pionir "sok kabeh" yang artinya "tuang semua" bisa diartikan penyajian makanan seafood ini disajikan dengan langsung menuangkannya ke meja pelanggan yang sudah dilapisi oleh plastik. Bagi pecinta seafood, tempat ini menjadi opsi yang menarik dan pantas untuk disinggahi karena lumayan sulit untuk mencari kuliner seafood yang enak dan lengkap di Kediri.

Keberhasilan O'Seafood Kediri yang menggapai kesuksesan, emuat perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasarnya. Akan tetapi dalam rumah makan ini ada seagian pelanggan yang mengeluh tentang kualitas pelayanan yang buruk sehingga dapat berakibat pad kepuasan pelanggan yang rendah. Dari data ulasan pengunjung yang terdapat pada ulasan Google di O'Seaood Kediri menunjukkan bahwa selama tahun 2024.

Untuk memudahkan dalam penilaian kinerja karyawan, salah satu indikatornya adalah melalui pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di rumah makan O'Seafood Kediri. Selanjutnya dari hasil pengukuran ini menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan untuk masa yang akan datang guna mencapai kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor keberhasilan bagi setiap perusahaan jasa. Pengolahan data penilaian kepuasan pelanggan dengan metode sistem pengamiran keputusan merupakan solusi yang tepat. Metode yang digunakan untuk penilaian keuasan pelanggan dalam rumah makan O'Seafood Kediri adalah metode *Service Quality (Servqual)*. Diaman pada metode *servqual* menilai antara persepsi dan ekspektasi, sehingga terdapat gap antara keduanya.

Pendekatan *Servqual* ini membagi kualitas pelayanan menjadi lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dengan menggunakan pendekatan ini, O'Seafood Kediri dapat menilai kinerja karyawan secara lebih spesifik dan memberikan umpan balik yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, akan menginvestigasi bagaimana evaluasi kinerja karyawan dengan pendekatan *Servqual* dapat membantu O'Seafood Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kita juga akan mengevaluasi efektivitas pendekatan *Servqual* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pelayanan yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei. Dalam perhitungannya metode ini merupakan metode yang cukup sederhana sehingga mudah untuk diimplementasikan untuk analisis kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat membantu pihak bank untuk mempermudah mendapatkan hasil perhitungan dari nilai penyebaran kuisioner dan dapat mengetahui respon pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh restoran sehingga restoran dengan cepat dapat memperbaiki kekurangan nya dan mempertahankan kelabihannya.

Metode evaluasi kinerja karyawan dengan pendekatan *servqual* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri melibatkan penggunaan metode *Servqual* yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry pada tahun 1980-an. Metode ini digunakan untuk mengukur kualitas jasa dan mengetahui kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh O'Seafood Kediri.

Tahapan Metode

1. Identifikasi Dimensi *Servqual*

Servqual memiliki lima dimensi utama yang harus diukur:

- *Tangibles* (Bukti Fisik). Penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi komunikasi
- *Reliability* (Keandalan). Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan
- *Responsiveness* (Daya Tanggap). Kesiediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat
- *Assurance* (Jaminan). Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
- *Empathy* (Empati). Memberikan perhatian yang tulus dan individual kepada pelanggan.

2. Penyusunan Kuesioner

Buat kuesioner yang mencakup pertanyaan-pertanyaan untuk setiap dimensi *Servqual*. Pertanyaan harus menggambarkan dua aspek: harapan pelanggan dan pPersepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

3. Pengumpulan Data

Sebarkan kuesioner kepada pelanggan yang telah menggunakan layanan O'Seafood Kediri. Data dapat dikumpulkan melalui metode survei online atau fisik.

4. Pengolahan Data

Gunakan skala Likert (misalnya 1-4) untuk mengukur tanggapan responden. Hitung skor untuk setiap dimensi dengan rumus:

Skor Gap = Skor Persepsi – Skor Harapan

5. Analisis Data

Analisis hasil dengan mencari nilai rata-rata untuk setiap dimensi. Nilai negatif menunjukkan area yang perlu diperbaiki.

6. Rekomendasi dan Implementasi

Berdasarkan analisis, buat rekomendasi spesifik untuk perbaikan kinerja karyawan pada dimensi yang memiliki nilai gap negatif. Implementasikan perbaikan tersebut dan lakukan pelatihan bagi karyawan.

7. Evaluasi Ulang

Setelah beberapa waktu, lakukan evaluasi ulang untuk mengukur efek dari perbaikan yang telah dilakukan. Bandingkan hasilnya dengan survei awal untuk melihat peningkatan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Service quality didasarkan pada perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan yang mereka harapkan (*expected service*). Dalam upaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan, O'Seafood Kediri telah melakukan survey kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan yang diberikan. Survey ini menggunakan metode Quel, yang merupakan salah satu metode survey yang efektif untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari pelanggan. Survey ini diikuti oleh 20 responden dengan berbagai kelompok usia dan jenis kelamin. Pertanyaan-pertanyaan dalam survey mencakup beberapa aspek utama seperti frekuensi kunjungan, penilaian terhadap pelayanan, kecepatan pelayanan, kebersihan, serta kepuasan umum terhadap harga dan kualitas makanan.

Dari sebagian pelanggan yang mengisi daftar kuesioner dengan nilai masing-masing bobot sebagai berikut:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Waktu	Usia Pelanggan	Jenis Kelamin	Frekuensi kunjungan	Layanan yang diterima	Pelayanan sigap	Waktu tunggu	Tingkat kepuasan	Waktu tunggu	Kualitas makanan dan pelayanan
2										
3	6/19/2024 11:39:50	30-45	Perempuan	Sangat sering	Sangat Ramah	Setuju	Sangat Setuju	5	Sangat Cepat	Murah
4	6/19/2024 11:55:51	12-20	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Setuju	Setuju	3	Lama	Mahal
5	6/19/2024 12:03:13	12-20	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	1	Lama	Mahal
6	6/19/2024 12:03:44	12-20	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2	Cepat	Murah
7	6/19/2024 12:07:13	12-20	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	4	Lama	Mahal
8	6/19/2024 12:08:26	17-35	Laki-laki, Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	1	Lama	Mahal
9	6/19/2024 12:11:00	Semua Usia	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	3	Lama	Mahal
10	6/19/2024 12:12:28	Semua Usia	Laki-laki	Jarang	Sangat Ramah	Setuju	Setuju	5	Lama	Mahal
11	6/19/2024 12:23:05	17-35	Laki-laki	Jarang	Ramah	Tidak Setuju	Tidak Setuju	3	Cepat	Murah
12	6/19/2024 12:24:58	12-20	Perempuan	Sering	Sangat Ramah	Sangat Setuju	Sangat Setuju	5	Sangat Cepat	Murah
13	6/19/2024 13:26:27	12-20	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2	Lama	Mahal
14	6/19/2024 14:35:12	17-35	Perempuan	Jarang	Biasa Saja	Setuju	Setuju	3	Cepat	Murah
15	6/19/2024 15:24:09	12-20	Perempuan	Jarang	Ramah	Setuju	Setuju	5	Cepat	Murah
16	6/19/2024 17:39:55	17-35	Perempuan	Sering	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	3	Lama	Sangat Mahal
17	6/19/2024 17:43:19	17-35	Laki-laki	Jarang	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	3	Lama	Sangat Mahal
18	6/20/2024 19:02:38	17-35	Perempuan	Jarang	Ramah	Setuju	Setuju	4	Cepat	Murah
19	6/20/2024 9:11:21	Semua Usia	Perempuan	Sering	Biasa Saja	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1	Lama	Sangat Mahal
20	6/20/2024 9:12:11	17-35	Laki-laki	Sering	Biasa Saja	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2	Lama	Mahal
21	6/20/2024 18:54:07	Semua Usia	Laki-laki	Sering	Tidak Ramah	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	2	Lama	Mahal
22	6/20/2024 18:54:51	17-35	Perempuan	Sangat sering	Biasa Saja	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Lama	Sangat Mahal

Gambar 1. Data Hasil Survey 1

	K	L	M	N
1	Kebersihan	Layanan yang sesuai	merekomendasikan	Saran dan komentar
2				
3	Sangat Bersih	Sangat Setuju	Pasti	Tidak ada
4	Bersih	Setuju	Mungkin	-
5	Kotor	Tidak Setuju	Mungkin Tidak	Tolong tingkatkan pelayanan nya
6	Kotor	Tidak Setuju	Mungkin	Tidak
7	Bersih	Setuju	Mungkin	Semoga lebih di giatkan lagi dalam pelayanan
8	Kotor	Tidak Setuju	Mungkin Tidak	Ditingkatkan pelayanannya
9	Bersih	Tidak Setuju	Tidak Sama Sekali	Latih staf untuk bekerja lebih efisien, untuk mengurangi waktu tunggu pelanggan
10	Kotor	Sangat Setuju	Mungkin	lebih ditingkatkan di kebersihan dan penataan lahan parkir
11	Bersih	Setuju	Mungkin	Tidak ada
12	Sangat Bersih	Sangat Setuju	Pasti	menyediakan wifi untuk pelanggan
13	Bersih	Setuju	Mungkin Tidak	-
14	Bersih	Setuju	Mungkin	-
15	Bersih	Setuju	Pasti	tidak
16	Bersih	Tidak Setuju	Mungkin Tidak	Untuk pelayannya semoga segera dikasih teguran dari atasan dan diberi pelatihan yang lebih baik
17	Kotor	Tidak Setuju	Tidak Sama Sekali	Dlg mencari meja bersih dpt tmyta g bersih, msh ada sampah takjil saat layanan selesai semua pergi jdnya kesusahan saat membutuhkan sesuatu
18	Sangat Bersih	Setuju	Mungkin	Makanan enak, pesan untuk buka bersama dan datang terlambat untungnya makanan ternyata disediakan saat kita baru sampai dan cekatan. Tempat bersih, pelayanan baik, Harga affordable, Ada playground mini buat anak kecil
19	Kotor	Sangat Tidak Setuju	Tidak Sama Sekali	Tidak ada
20	Kotor	Tidak Setuju	Tidak Sama Sekali	Tidak ada
21	Kotor	Sangat Tidak Setuju	Mungkin Tidak	-
22	Kotor	Sangat Tidak Setuju	Tidak Sama Sekali	-

Gambar 2. Data Hasil Survey 2

Frekuensi Kunjungan

Sebagian besar responden sering mengunjungi O'Seafood Kediri, dengan beberapa responden jarang berkunjung dan beberapa lainnya sangat sering.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	2	4	8
Setuju	5	3	15
Tidak setuju	13	2	26
Sangat tidak setuju	0	1	0
Total	20		49
Skala persepsi			2.45

Gambar 3. Skala Persepsi Frekuensi kunjungan

$$\text{Skor harapan} = (16+24+12+2) : 20 = 2.7$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.45 - 2.7 \\ &= -0.25 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.25) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Penilaian Pelayanan

Banyak responden menilai pelayan yang diberikan ramah dan cepat, namun ada juga beberapa yang merasa pelayannya kurang ramah dan lambat

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	3	4	12
Setuju	3	3	9
Tidak setuju	13	3	39
Sangat tidak setuju	1	1	1
Total	20		61
Skala persepsi			2.40

Gambar 4. Skala Persepsi Penilaian Pelayanan

$$\text{Skor harapan} = (16+24+12+2) : 20 = 2.7$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.40 - 2.7 \\ &= -0.3 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.3) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kecepatan Layanan

Sebagian besar responden kurang setuju bahwa karyawan bekerjadengan cepat, meskipun ada juga yang merasa setuju atau netral.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	1	4	4
Setuju	6	3	18
Tidak setuju	11	2	22
Sangat tidak setuju	2	1	2
Total	20		46
Skala persepsi			2.30

Gambar 5. Skala Persepsi Kecepatan Layanan

$$\begin{aligned} \text{Skor harapan} &= (16+24+12+2) : 20 = 2.7 \\ \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.30 - 2.7 \\ &= -0.4 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.4) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kebersihan

Kebersihan restoran mendapat penilaian yang beragam. beberapa responden menilai restoran sangat bersih, sementara yang lain merasa kebersihan perlu ditingkatkan.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	3	4	12
Setuju	8	3	24
Tidak setuju	9	2	18
Sangat tidak setuju	0	1	0
Total	20		54
Skala persepsi			2.70

Gambar 6. Skala Persepsi Kebersihan

$$\begin{aligned} \text{Skor harapan} &= (16+24+12+2) : 20 = 2.7 \\ \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.70 - 2.7 \\ &= -0 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (0) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sama dengan harapan mereka. ini berarti layanan sama dengan harapan pelanggan.

Kualitas Makanan

Penilaian terhadap harga dan kualitas makanan juga bervariasi. Beberapa responden merasa harga makanan mahal tetapi dengan kualitas yang baik, sedangkan yang lain merasa harga tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	0	4	0
Setuju	7	3	21
Tidak setuju	9	2	18
Sangat tidak setuju	4	1	4
Total	20		43
Skala persepsi			2.15

Gambar 7. Skala Persepsi Kualitas Makanan

$$\begin{aligned} \text{Skor harapan} &= (16+24+12+2) : 20 = 2.7 \\ \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.15 - 2.7 \\ &= -0.55 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.55) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Responden memberikan beberapa saran, seperti meningkatkan kebersihan, mempercepat pelayan, dan menyesuaikan harga dengan kualitas makanan. Beberapa responden juga menyarankan agar ada lebih banyak menu.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	4	4	16
Setuju	4	3	12
Tidak setuju	6	2	12
Sangat tidak setuju	6	1	6
Total	20		46
Skala persepsi			2.30

Gambar 8. Skala Persepsi Kepuasan Pelanggan

$$\begin{aligned} \text{Skor harapan} &= (16+24+12+2) : 20 = 2.7 \\ \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.30 - 2.7 \\ &= -0.4 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.4) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Merekomendasikan

Sebagian responden mengatakan mungkin akan merekomendasikan O'seafood Kediri kepada orang lain, meskipun ada juga yang ragu atau tidak akan merekomendasikannya.

Kategori	Responden	Bobot	Skor harapan
Sangat setuju	3	4	12
Setuju	7	3	21
Tidak setuju	5	2	10
Sangat tidak setuju	5	1	5
Total	20		48
Skala persepsi			2.40

Gambar 9. Skala Persepsi Merekomendasikan

Skor harapan = $(16+24+12+2) : 20 = 2.7$

$$\begin{aligned} \text{Skor Gap} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \\ &= 2.40 - 2.7 \\ &= -0.89 \end{aligned}$$

Nilai GAP *negative* (-0.25) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka. ini berarti ada area yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Berdasarkan analisis data persepsi dan harapan pelanggan menggunakan skala Likert 1-4, berikut kesimpulan yang dapat diambil:

1. Skor Persepsi Pelanggan: 2.3

Ini menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan merasa bahwa layanan yang mereka terima berada di bawah standar yang mereka harapkan. Mereka memberikan nilai rata-rata 2.3 untuk layanan yang diterima.

2. Skor Harapan Pelanggan: 2.7

Skor ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap layanan yang seharusnya mereka terima. Rata-rata harapan mereka adalah 2.7, menunjukkan bahwa mereka menginginkan layanan yang lebih baik.

3. Nilai GAP: -0.4

Nilai GAP negatif (-0.4) menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan. Persepsi layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat area-area yang perlu ditingkatkan untuk mencapai atau melampaui harapan pelanggan.

Dari perhitungan di atas, terlihat bahwa terdapat gap *negative* pada semua dimensi, menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap O'seafood Kediri masih dibawah harapan mereka. Gap terbesar terdapat pada dimensi "kebersihan". Sementara itu fruekuensi lainnya memiliki skor lebih rendah, menunjukkan adanya potensi perbaikan di area tersebut terutama pada pelayanannya.

Dengan menggunakan metode servquel, Oseafood Kediri dapat focus pada aspek yang memiliki gap *negative* terbesar untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Melakukan survey secara berkala dan membandingkan hasilnya akan membantu dalam mengukur efektivitas dari perbaikan yang dilakukan untuk memberikan dampak positif dan sesuai dengan harapan pelanggan.. Survey ini menunjukkan pentingnya mendengarkan suara pelanggan untuk terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisa, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan O'Seafood Kediri. Meliputi:

1. Peningkatan Kebersihan

Menjaga kebersihan area restoran secara berkala untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini termasuk membersihkan meja, kursi, lantai, dan area dapur dengan lebih sering, serta memastikan kebersihan fasilitas umum seperti toilet. Kebersihan yang terjaga dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan meningkatkan persepsi positif mereka terhadap restoran.

2. Pelatihan Karyawan

Melatih karyawan untuk meningkatkan kecepatan dan keramahan dalam pelayanan. Program pelatihan yang teratur dapat membantu karyawan mengembangkan keterampilan dalam melayani pelanggan dengan cepat dan ramah. Ini dapat mencakup pelatihan dalam komunikasi efektif, manajemen waktu, dan teknik pelayanan yang efisien. Karyawan yang terlatih dengan baik akan dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pelanggan.

3. Penyesuaian Harga dan Kualitas Makanan

Meninjau kembali harga makanan agar sesuai dengan kualitas yang diberikan. Evaluasi harga harus mempertimbangkan bahan baku, biaya operasional, dan standar kualitas makanan. Penyesuaian harga yang wajar dengan kualitas yang diberikan dapat meningkatkan nilai persepsi pelanggan, sehingga mereka merasa mendapatkan makanan yang sepadan dengan apa yang mereka bayar.

4. Penambahan Menu

Menambahkan variasi menu untuk menarik lebih banyak pelanggan. Dengan menambahkan variasi makanan dan minuman baru yang menarik dan berbeda, O'Seafood Kediri dapat menarik perhatian lebih banyak pelanggan dan memberikan lebih banyak pilihan bagi pelanggan setia. Inovasi dalam menu juga dapat meningkatkan daya tarik restoran dan mendorong pelanggan untuk mencoba item baru.

Implementasi langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan di O'Seafood Kediri. Dengan menjaga kebersihan, melatih karyawan, menyesuaikan harga dengan kualitas, dan menambahkan variasi menu, O'Seafood Kediri dapat memperbaiki persepsi pelanggan dan mencapai standar pelayanan yang lebih tinggi, sehingga pelanggan merasa lebih puas dan lebih mungkin untuk kembali.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data persepsi dan harapan pelanggan menggunakan skala Likert 1-4, berikut kesimpulan yang dapat diambil: 1) Skor Persepsi Pelanggan: 2.3, ini menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan merasa bahwa layanan yang mereka terima berada di bawah standar yang mereka harapkan. Mereka memberikan nilai rata-rata 2.3 untuk layanan yang diterima. 2) Skor Harapan Pelanggan: 2.7, skor ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap layanan yang seharusnya mereka terima. Rata-rata harapan mereka adalah 2.7, menunjukkan bahwa mereka menginginkan layanan yang lebih baik. 3) Nilai GAP: -0.4, nilai GAP negatif (-0.4) menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan. Persepsi layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan.

Nilai GAP yang negatif memberikan indikasi bahwa O'Seafood Kediri perlu melakukan beberapa perbaikan dalam aspek-aspek tertentu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut beberapa implikasi berdasarkan nilai GAP yang ditemukan: 1) Kualitas Layanan: Pelanggan merasa bahwa layanan yang mereka terima tidak secepat atau seefisien yang mereka harapkan. Ini mengindikasikan perlunya peningkatan dalam hal responsivitas dan efisiensi pelayanan, 2) Kebersihan dan Suasana: Harapan pelanggan terhadap kebersihan mungkin lebih tinggi daripada yang saat ini dipenuhi oleh restoran. Menjaga kebersihan area restoran lebih ketat dan memastikan kebersihan yang konsisten dapat membantu memenuhi harapan ini, 3) Harga vs Kualitas: Pelanggan mungkin merasa bahwa harga yang mereka bayar tidak sebanding dengan kualitas makanan dan layanan yang mereka terima. Meninjau kembali struktur harga dan memastikan kualitas makanan tetap tinggi adalah langkah penting, 4) Varian Menu: Kurangnya variasi menu mungkin membuat pelanggan merasa bosan atau kurang puas. Menambahkan variasi menu dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 1988;64:12-40.
- [2] Zeithaml VA, Bitner MJ, Gremler DD. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill; 2006.
- [3] Kotler P, Keller KL. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education ; 2016.
- [4] Lovelock C, Wirtz J. *Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.)*. Pearson Education; 2011.

- [5] Tjiptono F, Chandra G. *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset; 2011.
- [6] Sugiyono. (). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta; 2017.
- [7] Sulistyawati, Arie NM, Seminari Ni Ketut, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar", *E-Jurnal Manajemen Unud* 2015;4:8.
- [8] Lubis, Syahri A, Rahmah NA. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration* 2017;1;86-97.
- [9] Madya AM, Fitria L dan Liansari GP. Usulan Peningkatan Kualitas Pelanggan Speedy dengan Menggunakan Metode Service Quality di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Plasa Bandung. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* 2015;3:1.
- [10] Meyliana, Antonius EW, Henry S, Stephen W. Kepuasan Pengguna Terhadap Lms Binusmaya: Perspektif Implementasi CRM pada Institusi Pendidikan Untuk Karakteristik Layanan. *ComTech*, 2011;22.