

MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN MELALUI INOVASI PELAYANAN DALAM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PIZZA HUT DELIVERY KOTA KEDIRI

Davis Chusaini Santoso¹, Ema Nurzainul Hakimah²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
davischusaini3112@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

Service innovation is a new activity in the service industry and is considered a service innovation or new service. This activity can be seen in the technology used, interaction with customers, and development of new services. The development of the increasingly advanced and technological times makes the Company's competition even more intense. To win the competition, the Company must excel, quickly seize opportunities, and have uniqueness through a service innovation strategy. Supply chain management is a competitive strategy tool for companies that make supply chain issues their competitive strategy to stay ahead of the competition. With the business competition of these big brands in building consumer loyalty, the researcher chose Pizza Hut Delivery Kediri as a means of research. Remembering, PHD is intensively carrying out activities to build consumer loyalty. This study aims to find out how service innovation, how consumers perceive service quality, factors inhibiting service innovation, and driving factors for service innovation in supply chain management.

Keywords: *Service Innovation, Supply Chain Management, Loyalty*

Abstrak

Inovasi pelayanan merupakan aktivitas baru dalam industri jasa dan dianggap sebagai inovasi layanan atau layanan baru. Aktivitas ini terlihat pada teknologi yang digunakan, interaksi dengan pelanggan, pengembangan layanan baru. Perkembangan zaman yang semakin maju dan berteknologi membuat persaingan Perusahaan semakin ketat. Sebagai upaya memenangkan persaingan, Perusahaan harus unggul, cepat menangkap peluang, dan memiliki keunikan melalui strategi inovasi pelayanan. *Supply chain management* adalah alat kompetitif strategi bagi Perusahaan yang menjadikan masalah rantai pasokan sebagai strategi kompetitif mereka untuk tetap berada di depan persaingan. Dengan persaingan bisnis brand besar tersebut dalam membangun loyalitas konsumen, peneliti memilih *Pizza Hut Delivery Kediri* sebagai sarana penelitian. Mengingat, PHD sedang gencar melakukan kegiatan dalam membangun loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana inovasi pelayanan, bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, faktor penghambat inovasi pelayanan dan faktor pendorong inovasi pelayanan dalam *supply chain management*.

Kata Kunci: *Inovasi Pelayanan, Supply Chain Management, Loyalitas*

PENDAHULUAN

Persaingan dan peningkatan layanan di restoran siap saji semakin menarik perhatian masyarakat. Siklus hidup produk di industri ini semakin pendek, sementara harapan pelanggan terhadap produk dan layanan semakin tinggi. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk berinvestasi dan fokus pada rantai pasokan mereka guna mendapatkan keunggulan kompetitif yang mendukung kelangsungan bisnis. Untuk itu, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sangat memuaskan kepada konsumen agar mereka tetap setia terhadap produk perusahaan. Rantai pasok yang terintegrasi akan meminimalkan risiko dan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan. Aliran barang yang produktif menciptakan nilai tambah melalui bentuk, ruang, fungsi, dan kepemilikan yang dapat disampaikan kepada penerima secara efektif dan efisien [1].

Saat ini, masyarakat Indonesia, terutama di perkotaan, menunjukkan minat yang meningkat terhadap makanan cepat saji seperti hamburger, kentucky, spageti, pizza, hot dog, dan lainnya. Ketertarikan ini dipengaruhi oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan kebutuhan akan kepraktisan, serta padatnya aktivitas keluarga di luar rumah yang mengurangi waktu untuk menyiapkan makanan. Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia terus meningkat, ditandai dengan banyaknya restoran yang menyajikan hidangan cepat saji. Restoran-restoran ini memiliki kelebihan dan strategi masing-masing untuk menarik minat

konsumen. Akibatnya, pelanggan dihadapkan pada banyak alternatif produk, harga, dan kualitas pelayanan yang bervariasi, sehingga mereka akan selalu mencari nilai terbaik dari berbagai pilihan yang ada [2].

Inovasi pelayanan diartikan Kemampuan inovasi layanan itu sendiri menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan untuk memberikan nilai pada pelanggan. Layanan ini dilakukan secara berulang dan terus menerus mengembangkan layanan baru untuk meningkatkan yang sudah ada dan harus out of the box [3]. Menurut Blommerde & Lynch Inovasi layanan di definisikan sebagai kemampuan untuk mengantisipasi perubahan dalam perilaku, kebutuhan, dan harapan pelanggan, serta konsekuensinya untuk merancang layanan dengan lebih baik dan membuat konsep layanan baru. Inovasi layanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui pengembangan layanan yang berkelanjutan [4]. Keberhasilan inovasi dapat diukur melalui aspek-aspek seperti penggunaan teknologi, interaksi dengan pelanggan, pengembangan layanan baru, dan evaluasi sistem pengiriman layanan. Penggunaan teknologi yang tepat, interaksi yang efektif dengan pelanggan, pengembangan layanan yang kreatif, serta evaluasi kualitas pengiriman layanan adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam pelayanan perusahaan [5].

Pelayanan merupakan elemen penting dalam pemasaran produk dan jasa. Semua perusahaan berusaha menciptakan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan. Pelayanan yang memuaskan adalah kunci bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnisnya [6]. Di Kota Kediri, terdapat berbagai restoran cepat saji seperti Pizza Hut, McDonald's, KFC, Burger King, dan Domino's Pizza. Ketatnya persaingan di antara restoran-restoran ini memaksa perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan pelanggan. Pizza Hut merupakan salah satu restoran cepat saji yang menawarkan berbagai varian pizza. Didirikan oleh Dan Carney & Frank Carney pada tahun 1958, Pizza Hut kini menjadi restoran pizza berantai terbesar di dunia. Di Indonesia, restoran pertama Pizza Hut dibuka pada tahun 1984 di Jakarta. Pizza Hut terus berinovasi dalam menu dan layanan, termasuk layanan Pizza Hut Delivery (PHD) yang menyediakan layanan pesan antar dan pengambilan langsung. Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Kesetiaan konsumen sendiri melalui pembelian tidak terbentuk dalam waktu singkat namun melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen itu dari pembelian konsisten sepanjang waktu [7]. Loyalitas diartikan sebagai pembelian ulang yang terus menerus pada merek yang sama atau dengan kata lain adalah tindakan seseorang yang membeli suatu merek dan memberikan perhatian hanya pada merek tertentu.

Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) dapat didefinisikan sebagai sekumpulan tiga atau lebih entitas (organisasi atau individu) yang terlibat dalam aliran produk, layanan, keuangan atau informasi hulu dan hilir dari suatu sumber ke pelanggan Tujuan dari setiap system rantai pasok adalah memaksimalkan akumulasi nilai (*value*) dan profit yang diciptakan oleh setiap komponen di dalam rantai pasok, yaitu nilai tambah yang diciptakan oleh pemasok kepada manufaktur, manufaktur kepada distributor dan dari distributor kepada konsumen. Nilai ini tercipta dari nilai layanan dan harga sebuah produk jadi dengan total biaya yang di tanggung oleh seluruh sistem rantai pasok [8]. Kunci utama dalam Manajemen Rantai Pasok adalah membangun, memelihara, dan mengembangkan hubungan antara pelanggan dan pemasok. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan pelanggan dan pemasok ke dalam rantai pasok permintaan, baik dari hilir ke hulu maupun dari hulu ke hilir, serta melibatkan proses internal rantai pasok dan hubungan dengan pelanggan Peran supply chain management dalam meningkatkan nilai bagi pelanggan dapat dilihat melalui strategi-strategi. *Supply chain management* yang fokus pada nilai pelanggan untuk membangun loyalitas. Nilai pelanggan, yang didasarkan pada persepsi konsumen, dapat dibagi menjadi beberapa dimensi, seperti *conformance to requirements*, *product selection*, *price and brand*, *value-added services* serta *relationships and experiences*. Setiap dimensi ini dipengaruhi oleh *supply chain management* [9].

Berdasarkan fenomena tersebut, muncul pemikiran ketertarikan penulis untuk meneliti sistem pelayanan yang dilakukan oleh Pizza Hut Delivery Kediri, bagaimana inovasi pelayanan, bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, faktor penghambat inovasi pelayanan dan faktor pendorong inovasi pelayanan dalam *supply chain management*. Penelitian ini berfokus pada inovasi pelayanan, persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, faktor penghambat, dan pendorong inovasi pelayanan dalam manajemen rantai pasok di Pizza Hut Delivery Kota Kediri. Judul penelitian ini adalah "Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Inovasi Pelayanan Dalam *Supply Chain Management* Pada Pizza Hut Delivery Kota Kediri".

METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah. Pendekatan kualitatif dipahami sebagai pendekatan riset yang dilakukan terhadap fenomena sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis inovasi pelayanan dalam *Supply Chain Management*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, pendekatan ini dipilih karena tujuannya bukan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk menggambarkan gejala atau keadaan yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pendekatan ini bertujuan untuk memaparkan fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara sistematis dan akurat. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif ini, peneliti dapat mengidentifikasi dan mendeskripsikan hambatan-hambatan dalam inovasi pelayanan dalam *Supply Chain Management* di Pizza Hut Delivery Kediri.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangat penting dan utama, dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data yang utama. Peneliti berperan mutlak dalam proses penelitian, sehingga peneliti sebagai instrumen utama dapat secara langsung mengamati gejala-gejala yang terjadi di lapangan dengan melakukan observasi, wawancara dan pengumpulan data yang sebenarnya. Sebagai instrumen manusia, peneliti kualitatif memiliki peran menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan berdasarkan temuan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yakni sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder merupakan informasi yang telah ada sebelumnya. Dalam hal ini, data primer tidak tersedia dalam bentuk file, sementara data sekunder dapat berupa dokumentasi. Sumber data primer penelitian ini berasal dari informan kunci, yaitu bapak Eko, yang menjabat sebagai pimpinan di Pizza Hut Delivery Kediri. Penelitian ini dilakukan di kantor sekaligus outlet PHD Kediri yang terletak di jalan Wachid Hasyim 197 Bandar Lor, Kota Kediri. Peneliti memilih bapak Eko sebagai informan kunci karena memiliki wewenang yang signifikan dalam operasional outlet tersebut. Keputusan ini diambil dengan pertimbangan bahwa semakin besar wewenang, semakin banyak pengetahuan yang dimiliki informan mengenai perusahaan. Harapannya, keterlibatan bapak Eko sebagai informan kunci dapat memberikan wawasan yang cukup mendalam untuk menggambarkan inovasi pelayanan dalam *supply chain management* di Pizza Hut Delivery Kediri.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), Sebelum dianalisis lebih lanjut teknik pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian dilakukan dengan teknik triangulasi waktu, yaitu membandingkan data dan informasi melalui informan dengan waktu yang berbeda. Uji keabsahan dari hasil wawancara terkait inovasi pelayanan pada pizza hut delivery Kediri, bahwa inovasi pelayanan yang diberikan untuk membangun loyalitas konsumen yang diukur dari indikator meliputi *relative advantage*, *compability*, *complexity*, *triability*, dan *observability*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi yang ada adalah istilah kata informan yang nantinya akan diwawancarai secara mendalam berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Informan pada penelitian kualitatif ini dipilih dan ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Subyek pada penelitian ini adalah *Outlet Manager* dari PHD Kediri, yang memiliki wewenang terkait informasi yang lebih mendetail. Selain itu, informan juga memiliki *track record* yang baik terkait pengalamannya pada bidang staff marketing selama kurang lebih 3 tahun. Berdasarkan kilas balik informan tersebut, dapat disimpulkan bawasannya informan berlatar belakang sebagai lulusan multimedia dan jaringan tidak menutup kemungkinan bisa berkarir menjadi staff marketing selama kurang lebih 3 tahun. Oleh karena itu, informan tersebut di rasa relevan dengan pengalamannya dan dapat mendukung terkait penelitian ini.

PT Sarimelati Kencana atau yang lebih dikenal sebagai Pizza Hut merupakan restoran berantai dan waralaba makanan internasional specialist pizza. Perbedaan Pizza Hut, Pizza Hut Delivery (PHD), dan The Kitchen by Pizza Hut (KPH) adalah dari konsep bersama keluarga serta juga menyediakan pesan bawa, PHD lebih kepada konsep baru dari Pizza Hut yang terfokus dalam pesan antar dan bawa saja, dan KPH memiliki konsep restaurant Pizza Hut express yang para konsumen tidak ingin menunggu lama untuk menikmati pizza dengan cepat. Sistem operasional PHD dirancang khusus untuk memenuhi layanan delivery yang cepat dan menjamin 30 menit sampai di tempat, karena PHD tidak ada sarana santap di restoran [10]. Sementara sistem

restoran Pizza Hut dirancang khusus untuk santap di restoran, maka itu layanan delivery Pizza Hut tidak secepat PHD dan yang lebih cepat lagi adalah KPH yang bisa dinikmati langsung pizzanya dalam satu menit. Visi dan misi PT. Sarimelati Kencana dapat dirangkum menjadi satu kalimat, yaitu, *“To be Indonesia’s leading mid casual dining restaurant, offering great experience, and the best pizza meal at affordable value.”* Yang artinya menjadi yang terunggul pada tingkat restoran kelas menengah di Indonesia yang dicapai melalui misi menawarkan kenyamanan suasana yang terbaik dan menyajikan pizza yang terbaik dengan harga yang terjangkau.

Penyajian data hasil penelitian merupakan bagian dari proses penelitian yang telah disesuaikan dengan fokus penelitian dengan data yang relevan. Berdasarkan hasil dari data penelitian, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti dengan informan kunci dari PHD Kediri. Strategi inovasi pelayanan oleh *pizza hut delivery* Kediri di kota Kediri. Pada tahap inovasi supply chain management pelayanan pada pizza hut delivery Kediri terdapat lima indikator yang dapat menjadi acuan keberhasilan tahap ini sebagai berikut:

1. *Relative Advantage* (Keunggulan Relatif)

Pizza Hut Delivery (PHD) memiliki inovasi unggulan yang memberikan nilai tambah dengan selalu mengandung unsur kearifan lokal, menjadi ciri khas tersendiri. Keunggulan relatif PHD di Kediri terletak pada inovasi dalam layanan pengiriman yang cepat dan terjamin. PHD menjanjikan pengiriman dalam waktu 30 menit setelah pemesanan, dengan garansi pengiriman gratis jika melebihi batas waktu tersebut. Selain itu, mereka juga memberikan garansi penggantian produk jika pesanan tiba dalam kondisi rusak atau dingin. Hal ini menunjukkan bahwa PHD Kediri memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui jaminan kepuasan dalam pengiriman dan kualitas produk.

2. *Complexity* (Kerumitan)

Pizza Hut Delivery (PHD) Kediri menghadapi tingkat kerumitan tersendiri dalam melaksanakan inovasi pelayanannya. Kompleksitas ini muncul karena peningkatan jumlah pesanan pengiriman membuat prediksi waktu transaksi menjadi sulit. Ketika terjadi lonjakan pesanan, sulit untuk mengetahui kapan lonjakan tersebut akan terjadi. Namun, menyiapkan crew pengiriman setiap hari akan meningkatkan biaya operasional karena akan ada peningkatan biaya tenaga kerja. PHD harus mengatur crew pengiriman berdasarkan shift, yang berarti ada waktu-waktu tertentu di mana pesanan meningkat drastis dan kekurangan crew menjadi masalah. Hal ini menambah kerumitan dalam manajemen operasional mereka.

3. *Compability* (Kesesuaian)

Pizza Hut Delivery (PHD) Kediri memiliki kesesuaian yang baik dalam inovasi pelayanannya dengan asuransi pengiriman dalam waktu 30 menit. Mereka menggunakan pendekatan terstruktur dan terukur sebelum outlet dibuka, dengan melakukan pelacakan rute pengiriman dan waktu tempuh dari outlet ke berbagai arah. Dengan cara ini, PHD Kediri dapat memperkirakan waktu yang diperlukan untuk memasak dan mengirim pesanan dengan akurat. Meskipun ada faktor eksternal seperti kemacetan atau kesulitan menemukan alamat yang dapat menyebabkan keterlambatan, PHD memastikan bahwa kecepatan pengiriman tetap dalam batas yang aman dan dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa PHD telah melakukan perhitungan yang matang dan memastikan bahwa inovasi pelayanannya sesuai dengan asuransi pengiriman dalam waktu 30 menit.

4. *Triability* (Kemungkinan)

Pizza Hut Delivery (PHD) Kediri menunjukkan potensi yang kuat dalam industri layanan antar makanan, yang merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan pesat. Keunggulan mereka dalam kecepatan pengiriman, kualitas produk yang terjaga, dan minimnya keluhan pelanggan menjadi faktor-faktor utama yang mendukung pertumbuhan pesat ini. PHD Kediri telah berhasil menciptakan pengalaman pengiriman yang andal dan memuaskan, sehingga memberikan pelanggan kepercayaan untuk terus menggunakan layanan mereka dibandingkan dengan alternatif lain yang ada di pasar.

5. *Observability* (Kemudahan)

Pizza Hut Delivery (PHD) Kediri memiliki cara tersendiri untuk mengatasi tantangan dalam layanan antar. Strategi kemudahan layanan antar mereka mencakup pemanfaatan pengalaman karyawan lama, pendampingan intensif bagi karyawan baru, serta penggunaan kegiatan penyebaran selebaran sebagai sarana pelatihan. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap karyawan pengiriman familiar dengan area antaranya, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman PHD Kediri.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Penelitian

Variable	Indikator	Hasil
Inovasi pelayanan	Relative Advantage (Keunggulan Relatif)	Sesuai
	Compability (Kesesuaian)	Sesuai
	Complexity (Kerumitan)	Sesuai
	Triability (Kemungkinan)	Sesuai
	Observability (Kemudahan)	Sesuai

Sumber: Hasil penelitian

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa inovasi pelayanan dalam *supply chain management* yang diberikan dengan menerapkan strategi inovasi pelayanan yang berfokus pada layanan pesan antar dengan sistem unik yang menjamin pesanan tiba dalam 30menit serta memberikan asuransi pengiriman dan produk dengan di dukung oleh lima indikator utama: Keunggulan relatif dengan fokus pengiriman yang dijamin cepat, Kesesuaian asuransi pengiriman menjamin pengiriman dalam waktu 30menit, penanganan kerumitan operasional mengatasi tingginya jumlah pesanan dengan efisien, pendekatan terstruktur melakukan pelacakan rute dan waktu tempuh sebelum pembukaan outlet, kemudahan layanan melalui pemanfaatan pengalaman karyawan lama, memberikan pendampingan intensif untuk karyawan baru dan menggunakan flier sebagai pelatihan. Dengan strategi ini, PHD Kediri menunjukkan potensi unggul dalam industri layanan antar makanan, memastikan kecepatan pengiriman, menjaga kualitas produk, dan meminimalkan keluhan pelanggan.

Selain hal itu dalam membangun loyalitas pelanggan ada beberapa pengaruh manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) yang dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan dengan menerapkan strategi yang tepat anantara lain yaitu:

1. Kesesuaian dengan persyaratan (*conformance to requirements*)

Pizza Hut Delivery Kediri Memastikan bahwa setiap pesanan yang diterima sesuai dengan spesifikasi yang diminta oleh pelanggan, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun waktu pengiriman. SCM yang efisien memungkinkan PHD untuk menjaga standar kualitas tinggi secara konsisten.

2. Pilihan produk (*product selection*)

Pizza Hut Delivery Kediri Menawarkan beragam pilihan menu, termasuk variasi topping, jenis adonan, dan paket makanan. SCM yang baik membantu PHD dalam mengelola inventaris bahan baku secara efisien sehingga dapat menawarkan berbagai pilihan produk kepada pelanggan.

3. Harga dan merek (*price and brand*)

Pizza Hut Delivery Kediri Menjaga harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk. SCM yang efektif dapat menekan biaya operasional dan produksi, yang memungkinkan PHD untuk menawarkan harga yang lebih baik kepada pelanggan. Selain itu, menjaga reputasi merek dengan layanan yang andal dan konsisten.

4. Layanan bernilai tambah (*Value added services*)

Pizza Hut Delivery Kediri Menyediakan layanan tambahan seperti pengiriman cepat, penawaran spesial, dan layanan pelanggan yang responsif. SCM yang baik membantu dalam mengoordinasikan berbagai aspek logistik dan distribusi untuk memastikan layanan bernilai tambah ini dapat diberikan dengan efisien.

5. Hubungan dan pengalaman (*relationships and experiences*)

Pizza Hut Delivery Kediri Membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui program loyalitas, penawaran khusus, dan umpan balik yang cepat. SCM yang efisien memungkinkan PHD untuk mengelola interaksi pelanggan secara lebih baik, memberikan pengalaman yang positif dan memperkuat hubungan jangka panjang.

Dengan menerapkan strategi *supply chain management* yang tepat, Pizza Hut Delivery dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan dalam setiap dimensi tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi pelayanan yang diterapkan oleh Pizza Hut Delivery (PHD) Kediri berhasil membangun loyalitas konsumen melalui strategi yang berfokus pada layanan pesan antar dengan keunggulan pengiriman cepat, dijamin tiba dalam 30 menit, serta didukung oleh asuransi pengiriman dan kualitas

produk. Lima indikator utama yang mendukung keberhasilan inovasi ini adalah keunggulan relatif dalam kecepatan pengiriman, kesesuaian asuransi yang menjamin ketepatan waktu, penanganan operasional yang efisien, pendekatan terstruktur dalam pelacakan rute dan waktu tempuh, serta kemudahan layanan melalui pengalaman dan pelatihan intensif bagi karyawan. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek ini kedalam operasi PHD Kediri yang berhasil memberikan kepuasan pelanggan uang tinggi, menjaga kualitas produk dan meminimalkan keluhan, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar. Penelitian ini menekankan pentingnya inovasi pelayanan dan manajemen rantai pasokan dalam menciptakan nilai tambah, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan keberhasilan bisnis dalam industri restoran cepat saji.

Berdasarkan temuan yang sudah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan implikasi yang dapat diambil adalah pada penelitian ini teori yang digunakan telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menurut Blommerde & Lynch yang di definisikan kemampuan untuk mengantisipasi perubahan dalam perilaku, kebutuhan, dan harapan pelanggan, serta konsekuensinya untuk merancang layanan dengan lebih baik dan membuat konsep layanan baru dengan merujuk pada lima indikator menurut pendapat Rogers *Relative Advantage, Compability, Complexity, Triability, Observability*. Hasil penelitian ini dapat memberikan bahan masukan bagi manajemen PHD Kediri khususnya dan perusahaan lainnya pada umumnya tentang strategi membangun loyalitas konsumen melalui inovasi pelayanan dalam *supply chain management*.

Setelah peneliti melakukan penelitian ini, ada beberapa hal yang ingin di rekomendasikan, dengan harapan bahwa PHD Kediri dapat memaksimalkan strategi inovasi pelayanan melalui berbagai aktivitas dari tahap *Relative Advantage, Compability, Complexity, Triability, Observability* guna berdampak untuk membangun loyalitas konsumen dapat naik secara berkelanjutan. Beberapa rekomendasi yang dapat peneliti berikan adalah bagi manajemen PHD Kediri, dari hasil temuan informasi yang disampaikan oleh informan terdapat beberapa penghambat inovasi pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. PHD Kediri diharapkan dapat memberikan pelayanan yang lebih dari sebelumnya sehingga hal tersebut dapat memenuhi kepuasan konsumen. Bagi peneliti selanjutnya, untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti maupun mengembangkan penelitian sejenis, diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian dan menambah jumlah informan agar mendapatkan data serta hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Sakinah LN, Nabila PS, Aisyah S. Analisis Peran Stakeholders Dalam Supply Chain Management. J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj. 2022;2:1841–1851.
- [2] Fauzi MR, Mandala K. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana 2019;8:6741. doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18.
- [3] Dayat M, Sudarmiatin S, Soetjipto BE, Wardoyo C. Systematic Literature Review: 'Service Innovation And Customer Experience. JUBIMA J. Bintang Manaj. 2023;1:66–83.
- [4] Rojiana D, Sari N. Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Konsumen Inovatif sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Digest Marketing 2018;3:139–146.
- [5] Pebriani V, Rohman A. Analisis Inovasi Pelayanan Publik Gesit Aktif Merakyatnya Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Gampil) Kota Malang," J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit. 2019;8:122–128.
- [6] Supriadi MN, Tinggi S, Arastamar T, Manullang SO, Krisnadwipayana U. Pelayanan Publik. 2021.
- [7] Sofianzah, Handika, Hakimah EN. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi Fak. Ekon. dan Bisnis UNP Kediri 2021:471–476.
- [8] Rudyanto. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok dan Inovasi Terhadap Kinerja Organisasi. J. Ind. Eng. Manag. Syst. 2011;43:43–1.
- [9] Christin. Peran Supply Chain Management Dalam Peningkatan Customer Value. Bina Ekonomi 2023;7:1–99.
- [10] Hanso B. Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pizza Hut Sudirman Pekanbaru. J. Valuta 2018;4:1–23.