

KINERJA PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK PADA RESTORAN PANTAI INDAH KAKAP DI KUBU RAYA

Inge Angelina

Email: inge.angelina88@gmail.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan metode wawancara, kuesioner, dan studi dokumenter. Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian, maka penulis menggunakan alat analisis data kualitatif, yang kemudian hasil analisis data kualitatif tersebut akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dan menggunakan pengukuran Skala Likert. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden cenderung menyatakan setuju dengan kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya, hal ini berdasarkan pada hasil nilai rata-rata yang cenderung di atas 3,00 persen. Nilai rata-rata tertinggi adalah kualitas produk yaitu sebesar 3,98 persen, kinerja pelayanan 3,77 persen, sedangkan keragaman produk memiliki nilai rata-rata terendah yaitu 3,76 persen. Sehingga dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk yang diterapkan oleh restoran tersebut sudah baik.

KATA KUNCI: Kinerja Pelayanan, Keragaman Produk dan Kualitas Produk

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada saat ini semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dunia usaha, khususnya dibidang usaha makanan. Dalam menjalankan sebuah bisnis harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelayan kepada konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang karena merasa dihargai dan dilayani dengan baik, keragaman produk dan kualitas produk juga perlu diperhatikan karena konsumen akan merasa puas jika restoran yang dikunjunginya memiliki pilihan-pilihan menu yang beranekaragam serta memiliki kualitas makanan yang terjamin, hal ini tentunya akan memberikan nilai tambah untuk restoran tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti membahas tentang kebijakan kinerja pelayanan Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya, perusahaan harus memperhatikan kinerja pelayanan karyawan agar tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan karena sifatnya yang sangat sensitif bagi para konsumen. Kinerja pelayanan yang diberikan akan menentukan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Selain itu keragaman produk makanan dan kualitas produk makanan yang ada di

Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan bagi restoran. Keragaman produk makanan restoran tersebut akan memberikan ciri khas atau keunikan yang membuat restoran ini berbeda dengan restoran lainnya. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk, dan kualitas produk pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya serta untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kinerja pelayanan, keragaman produk, dan kualitas produk pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya.

B. KAJIAN TEORITIS

1. Kinerja Pelayanan

Menurut Sturman yang dikutip oleh Supraktino (2006: 12): “Kinerja adalah suatu konstruk multidimensional yang sangat kompleks, dengan banyak perbedaan dalam arti tergantung pada siapa yang sedang mengevaluasi, bagaimana dievaluasi, dan aspek apa yang dievaluasi”.

Menurut Gaspersz (2001: 14):

“Pengukuran kinerja dimaksudkan untuk dapat mengkuantifikasikan bagaimana baik atau jelek suatu system sedang berjalan atau beroperasi. Ukuran-ukuran kinerja harus didefinisikan dan dievaluasi dalam konteks kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, setiap ukuran kinerja yang dipergunakan harus mengacu pada kebutuhan dan ekspektasi pelanggan”.

Kinerja pelayanan yang dibahas dalam penelitian ini dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran tersebut. Kinerja pelayanan yang dihasilkan akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang akan diberikan. Menurut Tjiptono (2012: 157): “kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan”.

Menurut Tjiptono (2012: 174) ada lima dimensi kualitas layanan, yaitu sebagai berikut:

a. Reliabilitas (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

c. Jaminan (*Assurance*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan (*confidence*).

d. 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.

e. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:225) ada beberapa manfaat penting dari sistem informasi kualitas jasa yang efektif, yaitu:

- a. Mendorong dan memungkinkan manajemen untuk menyatukan suara-suara konsumen dalam membuat keputusan.
- b. Menemukan prioritas pelayanan konsumen.
- c. Mengidentifikasi prioritas perbaikan pelayanan dan memberikan pedoman dalam mengambil keputusan alokasi sumber daya.
- d. Memerhatikan pengaruh dari langkah awal kualitas pelayanan dan investasi.
- e. Menawarkan pekerjaan berdasarkan data untuk pelayanan utama yang baik dan pelayanan sederhana yang benar.

2. Keragaman Produk

Menurut Tjiptono (2008: 95): “Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”. Menurut Kotler dan Keller (2008: 15): “Bauran produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”.

Menurut Sunyoto dan Susanti (2015: 286):

“Keragaman produk dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.”

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 180) “Konsumen akan selalu berupaya menemukan nilai tertinggi dari produk (jasa) yang tersedia, serta membentuk nilai yang diharapkan dari produk tersebut”. Keragaman produk memberikan manfaat penting kepada perusahaan karena dapat menambah nilai suatu produk. Penambahan produk yang dilakukan oleh suatu restoran akan memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen dalam memilih pesanan dan konsumen lebih leluasa memilih sesuai dengan selera mereka, sehingga pihak restoran akan mendapatkan keuntungan atau *profit* yang lebih besar.

Menurut Kotler dan Keller (2008: 16) terdapat empat dimensi bauran produk yaitu:

- a. Lebar
Lebar bauran produk mengacu pada berapa banyak lini produk berbeda yang dijual perusahaan.
- b. Panjang
Panjang bauran produk mengacu pada jumlah total produk dalam bauran.
- c. Kedalaman
Kedalaman bauran produk mengacu pada banyaknya varian yang ditawarkan masing-masing produk dalam lini.
- d. Konsistensi
Konsistensi dari bauran produk mengacu seberapa dekat hubungan dari berbagai lini produk pada pengguna akhir, persyaratan produksi, saluran distribusi; atau dengan cara lain.

3. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2006: 272): “Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan”.

Menurut Atmotjo (2005: 159) ada beberapa hal mengenai mutu makanan, yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Flavour* (rasa/bau)
Harus diperhatikan bahwa rasanya harus enak dan baunya pun harus sedap.
- b. *Consistency* (kemantapan; ketetapan)
Mutu hidangan/menu yang disajikan harus dijaga supaya mantap atau tetap baik, baik mutu, rasa maupun aromanya.
- c. *Texture/Form/Shape* (susunan/bentuk/potongan)
Di dalam penyajian menu lengkap harus ada hidangan yang ringan, ada hidangan yang agak berat, dilanjutkan dengan hidangan yang paling berat, dan kemudia disusul dengan hidangan ringan lagi, yakni dessert.

Form/Shape adalah irisan/potongan dari makanan yang disajikan. Bentuk atau potongan makanan yang disajikan hendaknya bervariasi, tidak boleh monoton untuk segala hidangan, baik pemula, hidangan utama, maupun hidangan penutup.

d. *Nutritional Content* (kandungan gizi)

Makanan yang disajikan tetap harus diperhatikan kandungan gizinya. Walaupun di dalam food service industry yang bersifat komersial (yaitu di dalam semua restoran) penyajian makanan yang diutamakan penampilannya, gizi dinomerduakan, namun tidak berarti bahwa dalam menyusun menu boleh mengabaikan soal gizi.

e. *Visual appeal* (daya penarik lewat penajaman mata)

Hidangan harus diatur, disusun dengan rapi, seni dan naik agar benar-benar menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi para tamu.

f. *Aromatic appeal* (daya tarik lewat bau harum)

Makanan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan para tamu.

g. *Temperature* (panas/suhu)

Artinya di dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif untuk penelitian pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Menurut Supriyanto (2009: 117): “Bentuk/metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai/melukiskan/menggambarkan suatu variabel mandiri. Tanpa membandingkan atau menghubungkan dengan variabel atau sampel lain”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu wawancara, kuesioner, dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah mengunjungi Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Sedangkan untuk pengambilan sampel digunakan metode *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2014: 156): “*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak seratus orang responden.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian, maka penulis menggunakan alat analisis data kualitatif, yang kemudian hasil analisis data kualitatif tersebut akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dan menggunakan pengukuran Skala Likert. Menurut Sugiyono (2014: 28): “Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto”. Menurut

Sugiyono (2014: 28): “Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/*scoring*”. Menurut Supriyanto (2009: 99): “Skala Likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial termasuk bidang bisnis.” Dengan diberi skor, sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= Skor 5
Setuju (S)	= Skor 4
Netral (N)	= Skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Skor 1

Untuk menentukan dan mengetahui nilai masing-masing pertanyaan dan kriteria pengelompokan masing-masing jenjang, maka dapat dihitung rentang nilainya sebagai berikut:

Di mana,

RS	= Rentang Skala.
m	= Angka/Skor tertinggi di dalam pengukuran.
n	= Angka/Skor terendah dalam pengukuran.
b	= Banyaknya/Jumlah kelas yang dibentuk.

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Bobot penilaian dimulai dari angka satu sampai lima dengan rentang skala 0,80 maka diperoleh rentang sebagai berikut:

Kategori	Rentang
Sangat Setuju (SS)	4,20-5,00
Setuju (S)	3,40-4,19
Netral (N)	2,60-3,39
Tidak Setuju (TS)	1,80-2,59
Sangat Tidak Setuju (STS)	1,00-1,79

D. PEMBAHASAN

Penelitian ini juga dilakukan berdasarkan karakteristik responden, pengelompokan responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan responden. Karakteristik responden dimaknai sebagai gambaran tentang identitas responden, sifat atau ciri-ciri responden tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Restoran Pantai Indah Kakap di

Kubu Raya untuk mendapatkan data yang akan dianalisis untuk penelitian. Kuesioner tersebut dibagikan kepada seratus responden yang telah memenuhi kriteria yang ada.

Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan yang telah disebar kepada seratus responden. Dari hasil pengelompokan responden tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden yang cenderung lebih sering mengunjungi dan makan di Restoran Pantai Indah Kakap berusia 17 tahun-29 tahun dengan jumlah 56 responden dari 100 responden. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada umumnya adalah wanita yaitu dengan jumlah 57 responden dari 100 responden yang ada, serta berdasarkan jenis pekerjaan responden pada umumnya yaitu swasta sebanyak 35 responden dari 100 responden yang ada.

Perbedaan jenis kelamin mempengaruhi pola pikir seseorang terutama dalam hal pengambilan keputusan. Pria dan wanita tentunya memiliki selera dan karakter yang berbeda dalam pengambilan keputusan pembelian. Dari hasil pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa pada umumnya konsumen Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya adalah wanita yaitu sebanyak 57 orang responden atau sebesar 57,00 persen sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 43 orang responden atau sebesar 43,00 persen.

Dari hasil pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat diketahui bahwa jumlah responden pelajar/mahasiswa sebanyak 27 orang atau 27,00 persen, untuk jenis pekerjaan swasta berjumlah 35 orang atau 35,00 persen. Kemudian untuk jenis pekerjaan wiraswasta berjumlah 13 orang atau 13,00 persen, untuk jenis pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 14 orang atau 14,00 persen, serta untuk jenis pekerjaan diluar pelajar/mahasiswa, swasta, wiraswasta, dan ibu rumah tangga adalah sebesar 11 orang atau 11,00 persen dari total jumlah responden. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak mengunjungi dan menjadi konsumen di Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya adalah responden yang memiliki jenis pekerjaan swasta yaitu berjumlah 35 orang.

Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa berdasarkan 100 responden yang diambil, responden cenderung menyatakan setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh $>3,00$ persen yang tergolong dalam kategori setuju dengan kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk

pada Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Akan tetapi ada beberapa responden yang menyatakan netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju karena setiap responden memiliki pendapat yang berbeda-beda. Responden memiliki alasan masing-masing untuk setiap jawaban yang mereka berikan.

Pada kinerja pelayanan diperoleh nilai rata-rata pada setiap poin pertanyaan yaitu pada pertanyaan pertama diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,89 persen, pertanyaan kedua sebesar 3,70 persen, pertanyaan ketiga sebesar 3,74 persen, pertanyaan keempat sebesar 3,69 persen, pertanyaan kelima sebesar 3,81 persen, pertanyaan keenam sebesar 3,45 persen, pertanyaan ketujuh sebesar 3,89 persen dan pertanyaan kedelapan sebesar 4,00. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi berada pada poin kedelapan yaitu berada pada kategori sangat setuju dengan pemahaman karyawan dalam menjelaskan menu, sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada poin keenam yaitu mengenai penampilan karyawan. Nilai rata-rata keseluruhan pada kinerja pelayanan yaitu sebesar 3,77 persen.

Pada keragaman produk nilai rata-rata yang diperoleh yaitu pada pertanyaan pertama diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,57 persen, pada pertanyaan kedua sebesar 4,04 persen serta pada pertanyaan ketiga diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,66 persen. dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi berada pada pertanyaan kedua yaitu sebesar 4,04 persen yang berada pada kategori sangat setuju, responden sangat setuju dengan kelengkapan *seafood* yang ada di Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya dengan alasan di restoran tersebut tersedia berbagai jenis *seafood* yang lengkap. Sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada pertanyaan pertama yaitu sebesar 3,57 persen. Nilai rata-rata keseluruhan pada keragaman produk yaitu sebesar 3,76 persen.

Pada kualitas produk nilai rata-rata yang diperoleh yaitu pada pertanyaan pertama mengenai rasa makanan di restoran tersebut nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,12 persen, pada pertanyaan kedua diperoleh sebesar 4,09 persen, pada pertanyaan ketiga sebesar 3,39 persen, dan pada pertanyaan keempat sebesar 3,98 persen serta pada pertanyaan kelima nilai rata-rata yang diperoleh yaitu sebesar 4,33 persen. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi berada pada poin pertanyaan kelima mengenai kehangatan makanan di Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Sedangkan nilai rata-rata terendah

berada pada poin pertanyaan ketiga yaitu mengenai kelengkapan menu makanan yang ada di Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya. Nilai rata-rata keseluruhan pada kualitas produk yaitu sebesar 3,98 persen.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kebijakan kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk yang diterapkan di Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya sudah baik. Hal ini diketahui berdasarkan jawaban responden yang sebagian besar menjawab setuju. Berdasarkan tanggapan responden mengenai kinerja pelayanan, keragaman produk dan kualitas produk, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,98 persen, pada kinerja pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,77 persen sedangkan keragaman produk memiliki nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 3,76 persen. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keragaman produk memiliki nilai rata-rata terendah dari pada nilai rata-rata kebijakan kinerja pelayanan dan kualitas produk.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada pihak Restoran Pantai Indah Kakap di Kubu Raya adalah hendaknya pihak restoran memberikan masukan dan pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen serta terus meningkatkan kualitas produk dan keragaman produk yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, Marsum Widjojo. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Gaspersz, Vincent. 2001. *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (judul asli: Principles of Marketing, twelfth edition), edisi kedua belas, jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Marketing Management, thirteenth edition), edisi ketigabelas, jilid 2. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

_____. 2008. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Marketing Management, twelfth edition), edisi keduabelas, jilid 2. Penerjemah Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks.

Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Supratikno, Hendrawan. 2006. *Manajemen Kinerja Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.

Sunyoto, Danang, dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, edisi 2. Yogyakarta: Andi.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi 3. Yogyakarta: Andi.

