

KERTAS KERJA
PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)
PERANAN KUALITAS PELAYANAN PADA BANGKOT CAFÉ
DI BANGKINANG KOTA



Disusun Oleh :

ELVINA SAFITRI

NPM: 20100915302215

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BANGKINANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : ELVINA SAFITRI

NPM : 19100915302215

**JUDUL : PERANAN KUALITAS PELAYANAN PADA BANGKOT
CAFÉ DI BANGKINANG KOTA**

Dosen Pembimbing

Pembimbing Perusahaan

Adi Setiawan, S.E, M.M

Jusmawarni,S.Kom

Mengetahui:

Ketua Program Studi

H. Yulizar Baharuddin, S.Ag.,M.M

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah *Subhana Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya untuk kemudahan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan kertas kerja ini dengan judul: **PERANAN KUALITAS PELAYANAN PADA BANGKOT CAFÉ DI BANGKINANG KOTA**” Shalawat serta salam buat Baginda Rosulullah Muhammad *Shalallah 'Alaihi Wassalam*.

Dalam praktek penyusunan kertas kerja ini penulis ingin menyampaikan ucapan dan penghargaan yang setulusnya kepada semua pihak yang terlibat membantu penyusunan kertas kerja ini, baik secara langsung terutama kepada:

1. Bapak Ir. H. Neflizal, MM selaku Ketua Yayasan Lembaga Pendidikan Kampar.
2. Bapak Dr. Ir. Zulher, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang.
3. Bapak Ir. H. Zamhir Basem, MM Selaku Pembantu Ketua Bidang Akademik (Puket 1) STIE Bangkinang.
4. Bapak Adi Setiawan, S.E, M.M selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan saran dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan kertas kerja ini.
5. Bapak Dr. Ir. H. Arman, M.M selaku Kabag.
6. Kedua orang tua penulis yang terus memberikan dukungan secara moril juga materil untuk penyelesaian kertas kerja ini.

7. Buat semua rekan-rekan mahasiswa yang ikut membantu dalam penyusunan Laporan Kertas Kerja ini, serta semua pihak yang terlibat dan ikut adil dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang terdapat dalam penulisan kertas kerja ini. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf dan menerima kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan dimasa mendatang.

Selanjutnya semoga kertas kerja ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan yang memerlukan. Terakhir penulis ucapkan terimakasih.

Bangkinang, 13 Oktober2023

Elvina Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Tujuan

C. Sasaran

D. Batasan

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

B. Struktur Organisasi

C. Aktivitas Perusahaan

BAB III RENCANA, FAKTA DAN ANALISA

A. Rencana

B. Fakta

C. Analisa

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat yang ditandai dengan semakin banyak dan kompleknya tantangan yang ada didalamnya. Seiring dengan hal yang tersebut, terjadi pula pergeseran tata kehidupan masyarakat secara menyeluruh dan cepat yang berdampak pada perubahan kondisi politik, ekonomi, social dan budaya secara cepat pula. Secara beruntun perubahan perilaku konsumen memaksa seorang pemasar untuk lebih cepat, tanggap, teliti dan dinamis dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang sehingga hal ini terjadi peluang bagi seseorang dalam mengembangkan sebuah usaha.

Dalam hal ini maka pemasaran dapat digunakan untuk mengukur prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah organisasi bisnis dan dipandang sebagai konsep yang digunakan untuk mengukur sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk atau jasa yang dipasarkan. Keberhasilan kinerja pemasaran akan mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan karena produk atau jasa yang dipasarkan tersebut akan tetap diminati oleh konsumen. Dengan memahami hal tersebut, seorang pemasar dituntut untuk bisa memahami bagaimana cara menjalankan usaha yang benar dan memahami keinginan konsumen yang bersifat dinamis serta menyikapi persaingan usaha tersebut dengan bijak.

Bangkot café yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman tepatnya di depan Pengadilan Agama Bangkinang Kota salah satu tempat yang menyediakan makanan dan minuman cepat saji sambil menikmati suasana nyaman dan aman untuk anak-anak muda melakukan sosialisasi, berteman dan bersantai. Tentunya untuk meningkatkan hasil profitabilitas, pemilik Bangkot Café harus mampu memperhatikan kepuasan konsumennya. Kepuasan yang dirasakan konsumen itu sendiri merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan,keinginan dan harapan dari

konsumen dapat terpenuhi oleh seorang pemasar sehingga mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut dari konsumen atas penggunaan jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen salah satunya dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65), ada beberapa indikator kualitas pelayanan yang harus di perhatikan sebagai berikut:

1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Tujuan diberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen yaitu agar konsumen tersebut loyal untuk menggunakan pelayanan itu kembali karena adanya kesan tersendiri sehingga menimbulkan rasa kepuasan (Lupiyoadi,2016:148). Peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dan perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pada dasarnya konsumen mempunyai empat kebutuhan dasar yaitu kebutuhan untuk dimengerti, kebutuhan untuk disambut baik, kebutuhan untuk merasa penting dan kebutuhan akan kenyamanan. Sehingga dalam hal ini, untuk menarik konsumen dan meningkatkan loyalitas, pemilik Bangkot Café harus memaksimalkan pemberian pelayanan dengan baik dan teratur karena sikap konsumen adalah dinamis, dimana keputusan konsumen bisa berubah-ubah sehingga konsumen cenderung memilih café yang mampu memberikan penanganan yang khusus serta professional kepada konsumen. Sehingga implementasi dari hasil peningkatan kualitas pelayanan dapat dilihat

dari semakin meningkatnya jumlah konsumen yang berkunjung di Bangkot Café, sedangkan implementasi dari penurunan kualitas pelayanan dapat dilihat dari semakin meningkatnya jumlah keluhan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan.

Bentuk pelayanan yang harus diperhatikan pemilik Bangkot Café seperti menjamin kebersihan ruangan dan seluruh fasilitas yang ada serta mengawasi karyawan agar melakukan penataan, kebersihan dan kerapian kursi dan meja yang akan digunakan oleh konsumen, mengarahkan konsumen ketempat duduk yang sudah tersedia dan meningkatkan agar konsumen tetap menjaga protokol kesehatan, kecepatan dan ketetapan pelayanan daftar menu yang akan dipesan konsumen, menginformasikan produk makanan dan minuman unggulan di Bangkot Café serta informasi lainnya yang dibutuhkan konsumen dan mencatat semua makanan dan minuman yang dipesan konsumen, kemudian hasil pesanan konsumen diserahkan kepada juru masak, juru masak harus mampu menjaga kualitas dan kuantitas serta kehygienisan makanan dan minuman yang akan disuguhkan kepada konsumen.

Oleh karena itu, hal ini perlu mendapat perhatian penuh dari pemilik Bangkot Café dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawannya terhadap konsumen karena karyawan itu sendiri menjadi sales counter yang notabennya langsung menghadapi konsumen, sehingga dalam hal ini maka karyawan akan dituntut untuk memiliki kualifikasi yang sesuai dan juga memiliki *good interpersonal skill* agar mereka tau bagaimana caranya harus melayani konsumennya dengan tepat, cepat, ramah, murah senyum dan *full attention* (perhatian penuh).

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dengan judul **“PERANAN KUALITAS PELAYANAN PADA BANGKOT CAFÉ BANGKINANG KOTA”**.

B. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan kertas kerja laporan praktek kerja lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara langsung bagaimanakah penerapan layanan pada Bangkot Café di Bangkinang Kota.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah upaya yang dilakukan pemilik café dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam menerapkan pelayanan di Bangkot Café.

C. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui secara langsung bagaimanakah penerapan pelayanan pada Bangkot Café di Bangkinang Kota, serta untuk mengetahui bagaimanakah upaya yang dilakukan pemilik café dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam penerapan pelayanan di Bangkot Café.

D. Batasan

Laporan ini hanya membahas bagaimana cara yang dilakukan pemilik café dalam menerapkan pelayanan kepada konsumen pada Bangkot Café di Bangkinang Kota. Oleh karena itu untuk lebih jelasnya maka penulis membatasi permasalahan yang di bahas pada laporan kertas kerja PKL ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara langsung bagaimanakah penerapan pelayanan pada Bangkot Café di Bangkinang Kota.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah upaya yang dilakukan pemilik café dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam penerapan pelayanan di Bangkot Café.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Bangkot Café merupakan salah satu tempat yang menyediakan makanan dan minuman sajian cepat saji sambil menikmati suasana yang nyaman dan aman untuk anak-anak muda melakukan sosialisasi, berteman dan bersantai. Bangkot Café ini berlokasi di Jalan Jendral Sudirman tepatnya di depan Pengadilan Agama Bangkinang Kota. Café ini didirikan oleh ibu Jusmawarni S.Kom sejak tahun 2019 dengan Surat Keterangan Usaha (SKU) Nomor: 0241010190454. Berikut daftar menu beserta harga dapat dilihat pada tabel II.1 berikut:

Tabel II.1 Daftar Menu Makanan dan Minuman di Bangkot Café

No	Produk	Menu	Harga
1	Makanan	Western Food	
		Chicken Cordon Bleu	35.000
		Chicken Schntzel	25.000
		Chicken Steak Crispy	30.000
		Beef Steak Sirloin	65.000
		Beef Steak Tenderloin	90.000
		Seafood	
		Sapo Tahu Hot Plate	25.000
		Udang Salju	40.000
		Cumi Saos Padang/Asam Manis	35.000
		Kerang Saos Padang/Asam Manis	35.000
		Udang Saos Padang/Asam Manis	35.000
		Udang /Cumi Tepung	30.000
		Kepiting Saos Padang	90.000
		Paket Tumpah Lengkap	
		Kepiting ,Cumi, Udang, Kerang	130.000

	Kepiting , Kerang 2 Porsi	100.000
	Kerang 2 Porsi, Udang 1 Porsi, Cumi 1 Porsi	90.000
	Aneka Ikan	25.000
	Nila Saos Padang, Saos Tiram, Saos Manis	25.000
	Gurame Saos Padang, Saos Tiram, Saos Manis	20.000
	Aneka Ayam	22.000
	Ayam Geprek	25.000
	Ayam Penyet	25.000
	Ayam Bakar Madu	
	Ayam Rica-Rica	
	Ayam Lada Hitam, Asam Manis, Saos Padang, Saos Tiram	15.000
	Aneka Nasi Goreng	25.000
	Nasi Goreng	20.000
	Nasi Goreng Kampung	24.000
	Nasi Goreng Seafood	
	Nasi Goreng Tomyam	22.000
	Nasi Goreng Spesial	20.000
	Aneka Tomyam	23.000
	Tomyam Seafood	25.000
	Tomyam Ayam	5.000
	Tomyam Daging	15.000
	Tomyam Campur	
	Nasi Putih	20.000
	Cah Kangkung	25.000
	Aneka Sup	25.000
	Sop Ayam	
	Sop Daging	15.000

		Sop Kerang	15.000
		Snack	15.000
		Pisang Coklat Keju	12.000
		Kentang Goreng	15.000
		Nugget	
		Ubi Goreng	15.000
		Sosis Goreng	20.000
		Aneka Mie	22.000
		Mie Goreng/Rebus	
		Mie Goreng/Rebus Spesial	15.000
		Mie Goreng/Rebus Seafood	18.000
		Mie Aceh	23.000
		Mie Aceh Biasa	
		Mie Aceh Ayam	
		Mie Aceh Daging	
2	Minuman	Signature Coffe	
		Espresso	12.000
		Long Black	15.000
		Kopi Kocok	15.000
		Kopi Susu Gula Aren	15.000/20.000
		Kopi Sanger	15.000/17.000
		Kopi Ginseng	13.000/17.000
		Coffe Mocha	18.000/22.000
		Juice	
		Es Campur	15.000
		Apel	15.000
		Pokat	15.000
		Mangga	15.000
		Wortel	12.000
		Tomat	12.000
		Melon	15.000

		Varian Teh	
		The Tarik	12.000
		The Telor	13.000
		Lemon Tea	13.000
		Mint Tea	15.000

Dalam meaksanakan kegiatan cafe, saat ini pemilik Bangkot Café sudah mempekerjakan sebanyak 7 orang karyawan yang dibagi berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing seperti bagian keuangan, pelayanan, chef, dan petugas kebersihan. Untuk mengembangkan usahanya, saat ini pemilik Bangkot Café menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan usahanya seperti *facebook*, *whats app*, dan *instagram*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian makanan dan minuman yang ditawarkan pada Bangkot Café. Hingga saat ini, pemilik Bangkot Café sudah menyediakan pelayanan jasa *delivery* untuk area sekitar Bangkinang Kota, sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah dan bisa memesan produk makanan dan minuman yang ditawarkan di Bangkot Café secara online.

1. Visi Bangkot Café

Visi Bangkot Café adalah untuk menjadikan Bangkot Café terbaik di Bangkinang Kota dengan meengedepankan kualitas dan pelayanan.

2. Misi Bangkot Café

Untuk mencapai visi, adapun misi yang disusun pemilik Bangkot Café adalah sebagai berikut:

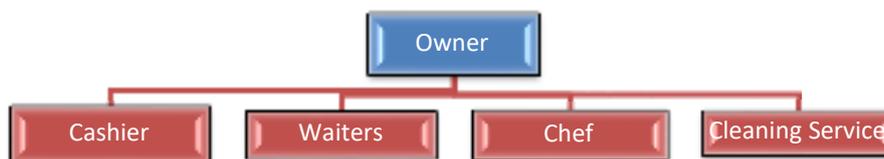
- a. Menyediakan produk café yang berkualitas dan terbaru dengan harga yang terjangkau serta ditunjang dengan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada konsumen.
- b. Profesionalisme dalam bekerja serta menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen.
- c. Meningkatnya daya saing dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dengan selalu menjaga eksistensi melalui media sosial dan media lainnya.
- d. Senantiasa memperbaiki system manajemen Bangkot Café menuju manajemen professional.

B. Struktur Organisasi

System manajemen pada Bangkot Café menggunakan system organisasi, dimana pemilik café dan bawahan dihubungkan dengan garis wewenang dan komando yang jelas sehingga setiap pekerjaan dapat terorganisir dengan baik. Struktur organisasi mencerminkan hubungan individu dan pekerjaan yang sering didefinisikan sebagai kerangka formal yang menghubungkan setiap pekerjaan di organisasi. Adapun struktur organisasi pada Bangkot Café dapat dilihat pada gambar II.1

Gambar II.1

Struktur Organisasi pada Bangkot Café



Sumber : Bangkot Café, 2023

Berdasarkan gambar II.1 diatas, secara umum tanggung jawab dan wewenang dari masing-masing bagian dari struktur organisasi pada Bangkot Café adalah sebagai berikut:

1. Owner (Pemilik Café), tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Pemilik Café merupakan pimpinan tertinggi dalam usaha dan mempunyai wewenang penuh terhadap kelancaran aktivitas usaha pada Bangkot Café.
- b. Pemilik Café menjadi acuan untuk mengambil keputusan dalam menentukan masa depan dan kelangsungan aktivitas pada Bangkot Café.
- c. Memimpin dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan karyawan agar berjalan sesuai dengan yang diinginkan.
- d. Mengawasi secara langsung pelaksanaan kegiatan yang sedang berjalan didalam layanan kepada konsumen.
- e. Menyusun program kerja pada usaha Bangkot Café.
- f. Berperan aktif dalam menjalin hubungan kerjasama dengan para relasi lainnya.
- g. Bertugas memikirkan kemungkinan perkembangan yang akan terjadi pada Bangkot Café.
- h. Berkomunikasi serta menjaga hubungan baik dengan seluruh pelanggan yang berkunjung di Bangkot Café.
- i. Mengkoordinasikan karyawan dan kasir agar bekerja secara maksimal dalam rangka mendukung seluruh kegiatan di Bangkot Café.
- j. Melaksanakan efektivitas dan efisiensi biaya operasional serta membuat persiapan tentang perencanaan dalam pengembangan usaha pada Bangkot Café.

2. Cashier (Kasir), tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Melayani pembayaran dari konsumen di Bangkot Café.
- b. Mengumpulkan uang, menghitung dan mempertanggung jawabkan laporan dan kas keuangan pada pemilik Bangkot Café.

- c. Menerima persetujuan pemilik café untuk mengalokasikan uang untuk transaksi tidak rutin.
- d. Memegang uang penjualan harian serta bertanggung jawabkannya kepada pemilik Bangkot Café.
- e. Mengurus surat menyurat terhadap laporan keuangan kepada pemilik café, mengatur, merencanakan dan melaksanakan segala administrasi keuangan yang dibutuhkan pemilik café.
- f. Membuat bon belanja konsumen.
- g. Bertanggung jawab atas kebersihan meja kasir serta penataan buku, bon belanja, alat tulis dan laporan keuangan.
- h. Bertanggung jawab dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan Bangkot Café.
- i. Memeriksa pelayanan terbaik kepada konsumen pada saat konsumen melakukan pembayaran.
- j. Mengawasi dan menjaga hubungan kerja sama dengan pemilik café dan karyawan lainnya agar tercipta hubungan kerja yang harmonis dan suasana kerja yang aman, nyaman dan kondusif.

3. Waiters (Pramusaji), tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Menunjukkan tempat duduk dan meja kosong pada konsumen yang datang ke Bangkot Café.
- b. Memberikan atau menyerahkan daftar menu makanan dan minuman yang akan dipesan konsumen.
- c. Menjelaskan kepada konsumen tentang produk makanan dan minuman unggulan serta informasi lainnya yang dibutuhkan konsumen.
- d. Mencatat seluruh makanan yang diinginkan konsumen.
- e. Memberitahu kepada juru masak mengenai apa-apa saja makanan dan minuman yang diinginkan konsumen.
- f. Mengantarkan pesanan yang telah siap kepada konsumen.

- g. Membersihkan meja setelah konsumen selesai makan atau minum.
- h. Membantu konsumen yang memerlukan informasi atau bantuan.
- i. Memastikan pemberian layanan terbaik kepada konsumen.
- j. Membantu karyawan lainnya dalam bekerja di Bangkot Café.

4. Chef (Juru Masak), tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Mempersiapkan bahan-bahan dan alat-alat yang akan digunakan ketika memasak.
- b. Menata dengan baik bahan-bahan ,alat-alat yang akan digunakan dan fasilitas lainnya.
- c. Menerima pesanan makanan dan minuman dari waiters sesuai pesanan konsumen.
- d. Mempersiapkan dan meracik segala bahan dan bumbu yang akan dimasak sesuai dengan makanan dan minuman yang dipesan konsumen.
- e. Memasak dan menghidangkan makanan dan minuman yang sudah siap yang kemudian diserahkan kepada waiters.
- f. Menjamin kualitas makanan dan minuman yang akan disajikan.
- g. Memberikan informasi kepada pemilik café jika ketersediaan bahan yang akan dimasak sudah kurang.
- h. Menjaga kebersihan alat-alat, bahan yang digunakan serta fasilitas lainnya yang digunakan.
- i. Terus menjaga kebersihan internal dapur.
- j. Membuat sebuah kreasi dan menu baru pada makanan dan minuman yang akan disajikan.

5. Cleaning Service (Kebersihan), tugas dan tanggung jawabnya adalah:

- a. Menjaga kebersihan ruangan internal Bangkot Café.
- b. Menjamin kerapian dan higienisasi fasilitas yang tersedia di Bangkot Café.

- c. Menjamin terciptanya suasana café yang *comfortable* dalam menunjang aktifitas café sehari-hari.
- d. Melakukan koordinasi dan melaksanakan penataan dan perawatan seluruh fasilitas yang tersedia di Bangkot Café.
- e. Ikut serta dalam membersihkan piring dan gelas yang sudah digunakan oleh konsumen.
- f. Ikut membantu karyawan dibidang pelayanan untuk membersihkan meja setelah konsumen selesai makan atau minum.
- g. Ikut serta dalam membantu karyawan untuk kembali menyusun bangku-bangku atau meja yang berantakan setelah digunakan konsumen.
- h. Ikut serta dalam berkoordinasi dengan pemilik café untuk melakukan penataan ruangan sehingga konsumen bisa semakin lebih nyaman berada di Bangkot Café.
- i. Bertanggung jawab terhadap kebersihan seluruh area parkir.

C. Aktifitas Usaha

Secara umum, adapun aktifitas sehari-hari yang dilakukan pada Bangkot Café adalah sebagai berikut:

1. Membuka usaha dengan jam operasi dari jam 10.00 sampai jam 22.00 WIB disetiap harinya. Setelah usaha dibuka, selanjutnya karyawan membersihkan ruangan dan seluruh fasilitas yang ada serta karyawan juga melakukan penataan, kebersihan dan kerapian kursi dan meja yang akan digunakan konsumen.
2. Konsumen yang datang ke Bangkot Café kemudan diarahkan ke tempat duduk yang tersedia sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Bagian pelayanan kemudian memberikan daftar menu yang akan dipesan konsumen, menginformasikan produk makanan atau

minuman unggulan di Bangkot Café serta informasi lainnya yang dibutuhkan konsumen dan mencatat semua makanan atau minuman yang dipesan konsumen, kemudian diserahkan kepada juru masak.

4. Juru masak menyiapkan makanan dan minuman yang sudah dipesan oleh konsumen dengan tetap menjaga kualitas dan kuantitas serta ke higienisan makanan dan minuman yang akan disuguhkan kepada konsumen. Makanan dan minuman yang sudah siap kemudian ditata dan diletakkan diatas mapan, kemudian diserahkan kembali kepada karyawan dibagian pelayanan agar mengantarkannya kepada konsumen.
5. Konsumen yang sudah selesai makan atau minum kemudian melakukan pembayaran ke kasir. Meja dan kursi yang sudah digunakan konsumen kemudian dibersihkan, ditata dan dirapikan kembali.
6. Sebelum melakukan penutupan café, seluruh karyawan harus menjamin kebersihan ruangan dan fasilitas tersedia serta merapikan kembali alat-alat, kursi dan meja. Kemudian karyawan meminta izin kepada pemilik café untuk pulang kerumah masing-masing.

BAB III

RENCANA, FAKTA, DAN ANALISA

A. RECANA

Rencana merupakan ketetapan tentang langkah atau tindakan apa yang akan dilakukan pemilik café bangkot dimasa yang akan datang serta sebagai keterangan mengenai tolak ukur keputusan yang akan diambil pemilik bangkot café dalam rangka mencapai hasil yang di inginkan. Rencana yang digunakan sebagai pedoman pengarahan kegiatan dan juga sebagai pedoman proses pengendalian yang dilakukan oleh pemilik bangkot café, sehingga dalam hal ini maka dengan membuat sebuah perencanaan yang baik maka diharapkan akan mampu menghasilkan realitas yang baik pula sesuai yang diharapkan. Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan di bangkot café, adapun rencana yang telah disusun oleh pemilik café adalah sebagai berikut:

1. Memberikan jaminan kepada konsumen terhadap ketersediaan makanan dan minuman yang sudah ada didalam daftar menu.
2. Meningkatkan rasa kepedulian kepada konsumen yaitu dengan cara menemui konsumen secara ramah, sopan dan kekeluargaan serta memberikan informasi yang di inginkan konsumen dan mendengarkan keluhan konsumen.
3. Memberikan layanan prima yang cepat tanggap dengan kualitas kerja yang maksimal sesuai dengan permintaan konsumen serta memberikan jaminan kepada konsumen bahwa makanan dan minuman yang sudah dipesan akan selesai tepat waktu.
4. Memberikan layanan yang terbaik yang sesuai dengan SOP pada saat menjalankan proses kerja sehingga tercapai kepuasan konsumen.
5. Menjamin kualitas dan kuantitas makanan dan minuman yang akan disuguhkan kepada konsumen.

B. Fakta

Fakta adalah hasil dari proses perencanaan yang sudah dicitapkan sebelumnya dan merupakan perwujudan realisasi yang nyata. Fakta menjadi sesuatu hal yang penting karena yang akan bisa melihat hasil nyata dari realisasi perencanaan yang sudah disusun sebelumnya oleh pemilik Bangkot Cafe. Fakta menjadi suatu bentuk real dari hasil tindakan atau kegiatan yang sudah dilaksanakan berdasarkan harapan yang diinginkan. Setiap organisasi memiliki tujuannya masing-masing sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukan perencanaan terlebih dahulu, Namun rencana tidak akan bergerak kemana-mana jika tidak dijalankan atau direalisasikan. Adapun fakta dari uraian rencana yang telah disusun oleh pemilik Bangkot Café adalah sebagai berikut:

1. Memberikan jaminan kepada konsumen terhadap ketersediaan makanan dan minuman yang sudah ada dalam daftar menu itu sudah di penuhi oleh pihak café.
2. Meningkatkan rasa kepedulian kepada konsumen yaitu dengan cara menemui konsumen secara ramah, sopan dan kekeluargaan serta memberikan informasi yang diinginkan konsumen dan mendengarkan keluhan konsumen adalah hal yang sudah menjadi prioritas bagi pemilik café. Hal ini sudah di terapkan oleh pemilik café sejak café ini berdiri.
3. Untuk memberikan layanan prima yang cepat tanggap dengan kualitas kerja yang maksimal sesuai dengan permintaan konsumen serta memberikan jaminan kepada konsumen bahwa makanan dan minuman yang sudah dipesan akan selesai tepat waktu belum terlaksana semaksimal mungkin oleh pemilik Bangkot cafe, masih banyak terdengar keluhan konsumen atas keterlambatan selesainya menu makanan dan minuman yang di pesan oleh konsumen.
4. Dalam memberikan layanan yang terbaik yang sesuai dengan SOP pada saat menjalankan proses kerja sehingga tercapai kepuasan

konsumen ini sudah dilakukan semaksimal mungkin oleh pemilik Bangkot café.

5. Menjamin kualitas dan kuantitas makanan dan minuman yang akan disuguhkan kepada konsumen sudah terjamin oleh pemilik Bangkot café.

Berdasarkan uraian sebelumnya, agar semua kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik maka perlu adanya upaya realisasi terhadap perencanaan yang sudah ditetapkan. Hal ini merupakan suatu perwujudan dari upaya yang dilakukan pemilik Cafe dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Implementasi rasa puas yang dirasakan konsumen terhadap layanan yang diberikan pada Bangkot Cafe dapat dilihat dari tingkat peningkatan atau penurunan jumlah keluhan konsumen yang sudah mampu ditangani. Adapun jumlah konsumen dan jumlah keluhan layanan di Bangkot Cafe seperti yang terlihat pada tabel III.1

Tabel III.1

Target dan realisasi jumlah konsumen dan jumlah keluhan layanan Di Bangkot Café bulan Januari-Agustus Tahun 2023

No	Bulan	Target dan Realisasi Konsume (orang)			Keluhan Layanan(kali)	
		Target	Realisasi	(%)	Jumlah	(%)
1	Januari	250	200	80	58	29.00
2	Februari	250	220	88	56	25.45
3	Maret	250	260	104	54	20.77
4	April	250	235	94	52	22.13
5	Mei	250	215	86	48	22.33
6	Juni	260	190	73,1	47	24.74
7	Juli	260	185	71,15	44	23.78

8	Agustus	260	282	108,46	46	16.31
Jumlah		2030	1787	704.69	405	184.51
Rata -rata		253.75	223	88.09	51	23,06

Sumber: Bangkot Café di Bangkinang Kota, 2023

Berdasarkan tabel III.I diatas dapat diketahui bahwa realisasi jumlah konsumen pada Bangkot Cafe dalam 8 bulan, dari bulan januari sampai dengan agustus Tahun 2023 mengalami fluktuasi (terjadi kenaikan dan penurunan jumlah konsumen), dimana jumlah konsumen tertinggi terjadi pada bulan agustus yaitu sebanyak 282 orang konsumen, sedangkan jumlah konsumen terendah terjadi pada bulan juli yaitu sebanyak 185 orang konsumen saja. Selanjutnya pada bulan maret dan agustus, jumlah konsumen sudah melebihi target yang ditetapkan sehingga banyaknya konsumen yang datang pada malam minggu di bulan bulan ini terdapat sebagian konsumen yang berdiri karena meja dan kursi yang disediakan di Bangkot Cafe masih terbatas. Namun pada bulan januari, februari, april, mei, juni, juli. jumlah konsumen belum mencapai target yang telah ditetapkan. Hal ini diindikasikan karena jumlah konsumen yang berkunjung di Bangkot Cafe tergantung dari cuaca terutama pada malam minggu, jika cuaca bagus biasanya jumlah konsumen yang datang ke Bangkot Cafe banyak sedangkan jika cuaca mendung atau hujan, biasanya jumlah konsumen yang datang ke Bangkot Cafe hanya sedikit.

Jumlah konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan di Bangkot Cafe dalam 8 bulan terakhir secara umum mengalami penurunan. Hal ini berarti pemilik Bangkot Cafe sudah mampu menangani dengan baik setiap keluhan layanan yang diberikan konsumen. Biasanya keluhan ini langsung disampaikan konsumen kepada pemilik Bangkot Cafe. Keluhan tersebut timbul karena ada sebagian konsumen yang merasa belum puas karena belum mampu dilayani dengan baik oleh karyawan seperti layanan yang dirasa masih kurang sopan dan acuh tak acuh serta waktu menunggu untuk makanan dan minuman yang sudah dipesan relative lama. Dengan semakin menurunnya jumlah keluhan konsumen ini, maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan di Bangkot Cafe sudah semakin membaik.

C. Analisa

Berdasarkan uraian rencana dan fakta sebelumnya, diketahui bahwa realisasi jumlah konsumen pada Bangkot Cafe masih mengalami fluktuasi, hal ini disebabkan karena tinggi atau rendahnya jumlah konsumen yang berkunjung di Bangkot Cafe tergantung dari cuaca terutama pada malam minggu. Jika cuaca bagus biasanya jumlah konsumen yang datang ke Bangkot Cafe banyak sedangkan jika cuaca mendung atau hujan, biasanya jumlah konsumen yang datang ke Bangkot Cafe hanya sedikit, Selanjutnya jumlah konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan di Bangkot Cafe secara umum mengalami penurunan.

Keberhasilan pemilik Bangkot Cafe dalam menangani keluhan konsumen dengan baik ini disebabkan karena pemilik sudah mampu menerapkan dengan baik perencanaan- perencanaan yang sudah disusun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya, Keberhasilan penanganan keluhan layanan yang dianalisa berdasarkan lima dimensi pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tangible (bukti fisik)

Merupakan bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan atau dapat membantu pelayanan yang akan diterima oleh konsumen, Bentuk keberhasilan pemilik Bangkot Cafe pada dimensi tangible (bukti fisik) seperti pemilik Bangkot Cafe sudah mampu memberikan jaminan kepada konsumen bahwa makanan dan minuman yang sudah ada didaftar daftar menu selalu tersedia di Bangkot Cafe sehingga konsumen dapat memilih dengan bebas dengan jenis makanan dan minuman yang ada didaftar menu.

2. Empathy (kepedulian)

Merupakan suatu bentuk perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan melakukan upaya dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Bentuk keberhasilan pemilik Bangkot Cafe selalu memberikan arahan agar karyawan yang bekerja

dibagian pelayanan agar terus meningkatkan rasa kepeduliannya kepada konsumen yaitu dengan cara menemui konsumen secara ramah, sopan dan kekeluargaan serta memberikan informasi yang diinginkan konsumen, Selain itu, konsumen juga bisa menyampaikan secara langsung jika pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan.

3. Reliability (kehandalan)

Merupakan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan, sehingga dalam hal ini karyawan dituntut memiliki kemampuan, pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi. Bentuk keberhasilan pemilik Bangkot Cafe pada dimensi reliability (kehandalan) seperti karyawan yang bekerja di Bangkot Cafe dirasa sudah mampu memberikan layanan terbaik yang sesuai dengan SOP pada menjalankan proses kerja sehingga tercapai kepuasan konsumen.

4. Responsiveness (daya tanggap)

Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tanggap, cepat dan tepat kepada konsumen yaitu dengan melakukan penyampaian informasi yang jelas, Bentuk keberhasilan pemilik Bangkot Cafe pada dimensi responsiveness (daya tanggap) seperti karyawan yang bekerja di Bangkot Cafe dirasa sudah mampu memberikan layanan prima yang cepat tanggap dengan kualitas kerja yang maksimal sesuai dengan peminatan konsumen serta sudah mampu memberikan jaminan kepada konsumen bahwa makanan dan minuman yang sudah dipesan akan selesai tepat waktu.

5. Assurance (Jaminan)

Merupakan pengetahuan dan perilaku pemilik suatu usaha atau karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Assurance yang diberikan oleh pemilik café bangkot yaitu berupa makanan dan minuman yang diberikan kepada

konsumen sudah dijamin kebersihannya, ke higienisannya, kuantitas dan kualitas bahan yang digunakan. Sehingga konsumen dapat mengkonsumsinya dengan aman.

Oleh karena itu, dalam hasil ini dapat kita pahami bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat menimbulkan rasa puas atau tidak puas yang langsung dirasakan oleh konsumen. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yg diberikan akan mampu membuat konsumen tersebut untuk terus menerus menggunakan layanan yang diberikan dalam artian lain akan menjadi pelanggan, namun sebaliknya, konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan akan membuat tingkat complain konsumen yang semakin meningkat bahkan akan membuat konsumen tersebut juga tidak akan mau menggunakan layanan itu lg.

Hal ini mendukung pendapat Sudaryono (2016:188), yang menyatakan bahwa salah satu cara utama untuk meniferensiasikan suatu pelayanan adalah dengan memberikan produk yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi harapan kualitas produk kepada konsumen, sehingga dalam hal ini maka harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman yang dirasakan konsumen pada masa lampaunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta suatu iklan yang dilihatnya. Konsumen lebih memilih produk berdasarkan hal-hal tersebut dan setelah menerima produk tersebut itu, mereka konsumen akan membandingkan produk yang dikonsumsi atau yang digunakannya. Jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapannya, maka konsumen tidak akan berminat lagi membeli produk tersebut, begitupula sebaliknya.

Dalam memberikan kepuasa kepada konsumen, maka meningkatkan mutu pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pada dasarnya konsumen mempunyai empat kebutuhan dasar yaitu kebutuhan ingin dimengerti, disambut dengan baik, merasa penting dan kenyamanan. Untuk menraik konsumen dan

mempertahankan konsumen lama, suatu usaha harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan karena sikap pelanggan adalah dinamis, dimana ia menyukai barang atau jasa maka konsumen berhak menentukan pilihan mana yang cocok bagi mereka. Pengaplikasian dari pelayanan sangat besar pengaruhnya dalam persaingan usaha dibidang apapun, sehingga hal ini menuntut keterampilan dan penanganan yang khusus serta professional (Sofyan, 2012:117).

Pelayanan jasa menjadi bentuk perilaku seorang pemasar dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang dibertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas pelayanan mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada faktor-faktor sebagai berikut (Lupiyoadi,2016:152)

1. Tangible (bentuk fisik)

Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Oleh karena itu, hendaknya pelayanan dalam tangible harus diperhatikan. Indicator kualitas pelayanan dalam dimensi tangible harusdiperhatikan, indicator kualitas pelayanan dalam dimensi tangible adalah:

- a. Perlengkapan dan peralatan, sebagai penyedia jasa hendaknya harus dilengkapi perlengkapan dan peralatan yang memadai dalam melaksanakan pemberian layanna jasa.
- b. Penampilan karyawan, karyawan yang berpenampilan menariki mampu membangun hubungan yang baik terhadap image sebuah usaha.

- c. Kebersihan, fasilitas dan tempat dalam penyediaan jasa harus mampu dijaga kebersihannya sehingga konsumen merasa nyaman dan tidak merasa risih.
- d. Kecakapan karyawan, karyawan yang cakap dalam pekerjaannya mampu mengerjakan segala pekerjaan yang dibebankan kepadanya.
- e. Perangkat teknologi, penggunaan teknologi yang canggih akan menjadi salah satu pilihan konsumen untuk memilih menggunakan layanan jasa.

2. Reliability (Kehandalan)

Merupakan suatu kemampuan sebuah perusahaan untuk melaksanakan jasa dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan dijanjikan. Indikator kualitas pelayanan dalam dimensi reliability adalah:

- a. Ketepatan waktu, penyedia jasa harus mampu menyesuaikan waktu yang sudah disepakati dengan konsumen sehingga konsumen tidak menunggu lama untuk menggunakan pelayanan jasa yang ditawarkan.
- b. Sikap yang simpatik, kehandalan penyedia jasa harus disesuaikan dengan yang diinginkan konsumen.
- c. Keakuratan administrasi, administrasi yang akurat akan membuahkan hal yang positif konsumen tidak menunggu lama dan pelayanan dapat diterima sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- d. Akuntabilitas, yaitu transparansi informasi pelayanan yang diberikan sehingga konsumen bisa mengetahui dengan jelas seperti pelayanan yang akan diberikan.
- e. Rasa adil, konsumen cenderung merasa puas dengan adanya keadilan dimana siapa yang dulu datang, maka dia dulu memperoleh pelayanan.

3. Responsiveness (Ketanggapan)

Merupakan kemampuan perusahaan yang telah dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlihat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau dari unsur dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen dan penanganan keluhan konsumen. Indikator kualitas pelayanan dalam dimensi responsiveness adalah:

- a. Pelayanan yang cepat dan tepat, dalam hal ini konsumen akan cenderung memilih tempat pelayanan yang cepat dan tepat.
- b. Informasi yang disampaikan jelas, kejelasan informasi yang disampaikan kepada konsumen mampu mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa pelayanan yang akan diterimannya.
- c. Mengatasi kesulitan konsumen, sebagai penyedia layanan hendaknya mampu mengatasi setiap kesulitan yang dialami konsumen.
- d. Keluasan waktu, penyedia layanan jasa harus mempunyai waktu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
- e. Keluhan yang ditanggapi dengan cepat, konsumen akan merasa senang jika setiap keluhan yang disampaikan mampu ditanggapi dengan cepat.

4. Assurance (jaminan)

merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan, Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Indikator kualitas pelayanan dalam dimensi assurance adalah:

- a. Keamanan, penyedia layanan harus memberikan jaminan keamanan sehingga konsumen tidak merasa khawatir dan cemas.
- b. Kepercayaan, konsumen akan percaya terhadap layanan karena adanya jaminan yang diberikan oleh pihak penyedia layanan.
- c. Persepsi, persepsi konsumen diawali oleh keinginan konsumen untuk menerima pelayanan karena pelayanan sudah terjamin.
- d. Reputasi organisasi, konsumen cenderung akan memilih penyedia layanan dengan reputasi organisasi yang baik.
- e. Kompetensi karyawan, jaminan penyedia layanan harus didasari oleh kompetensi yang dimiliki karyawan dalam bidangnya.

5. Emphaty (kepedulian)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami keinginan atau kebutuhan konsumen, Indikator kualitas pelayanan dalam dimensi empathy adalah:

- a. Ramah dan sopan, penyedia layanan harus memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen.
- b. Memahami konsumen, konsumen akan cenderung memilih pelayanan jasa yang mampu memenuhi setiap keinginan.
- c. Perhatian secara personal, penyedia layanan harus menunjukkan kepeduliannya dalam bentuk perhatian secara personal kepada konsumen.

- d. Kemudahan dalam komunikasi, dalam menunjukkan kepeduliannya kepada konsumen seperti kemudahan konsumen dalam menghubungi penyedia layanan.
- e. Pemenuhan keinginan konsumen, kepedulian penyedia layanan salah satunya di tunjukkan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu cara utama meniferensiasikan pelayanan jasa adalah memverikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya dalah memenuhi harapan kualitas jasa konsumen. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman masa lampaunya pembicaraan dari mulut ke mulut siklan jasa. Konsumen memilih penyedia jasa berdasarkan hal-hal tersebut dan setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, konsumen tidak berminat lagi pada penyedia jasa namun jika sebaliknya jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, sudah pasti konsumen akan merasa puas. Sehingga dalam hal ini, untuk memberikan pelayanan jasa yang berkualitas maka diperlukan suatu strategi pelayanan (Riyanto,2018:16).

1. Pelayanan materi, dimana produk dan jasa harus dapat diandalkan dan melakukan apa yang dispesifikasikan untuk dilakukan, lingkungan harus mencerminkan mutu organisasi dan system penyerahan barang berjalan meliputi distribusi, penjadwalan kerja dan computer.
2. Pelayanan pribadi, dimana penyatuan keahlian karyawan sangat penting bagi pengetahuan perusahaan dalam memenuhi harapan yang mempunyai hubungan langsung dengan konsumen.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sebagai uraian penutup dari laporan kertas kerja PKL ini, penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan Bangkot Café menerapkan metode 4S yaitu salam, sapa, santun dan senyum kepada semua pengunjung Bangkot Café.
2. menu makanan yang disajikan Bangkot Café sesuai dengan apa yang di ekspektasikan oleh pelanggan, Rasa menu makanna yang ada di Bangkot Café tidak berubah dari waktu ke waktu.
3. pelayanan dengan tanggap menanggapi apabila ada pelanggan yang memesan tanpa pelanggan tersebut mengulang dua kali.
4. pelayanan Bangkot Café memberikan pengalaman yang berbeda kepada pelanggan sehingga pelanggan memberikan nilai lebih kepada Bangkot Café diantara café-café pesaing.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak Bangkot Café agar menambah lagi rekrutmen pembantu chef agar pelanggan yang memesan banyak ataupun tingkat pengunjung yang banyak bias dilayani dengan maksimal sehingga makanan yang dipesan bisa datang tanpa pelanggan menunggu lama.
2. Disarankan pemilik kepada Bangkot Café untuk terus menjadikan kualitas layanan sebagai faktor dominan dengan tetap memperhatikan kualitas dari makanan dan minuman yang disajikan didalam menambah jumlah konsumen serta terus berupaya dalam meminimalkan jumlah keluhan layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Hidayat, Hasan.2011. Marketing dan kasus-kasus pilihan.Penerbit CAPS,
Yogyakarta

Lupiyoadi,2016. Bauran Pemasaran Bisnis Jasa. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Riyanto, Jausuf. 2018. Manajemen Pemasaran. Penerbit Insan Cendekia,
Surabaya.

Sofyan, Herman. 2012. Manajemen Pemasaran II. Cetakan pertama. Penerbit
Graha ilmu, Yogyakarta.

Sudaryono,2016. Komunikasi Bisnis. Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta

LAMPIRAN



