

## **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP SISTEM PELAYANAN KASIR**

**Sri Hartati<sup>1</sup>, Diana Suksesiwaty Lubis<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Politeknik Unggul LP3M

<sup>2</sup>STIM Sukma

### **ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan kasir terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada restoran Sajian Bhinneka Medan. Adapun teknik yang dilakukan oleh peneliti ialah metode pengamatan (observasi), wawancara (interview), dan kepustakaan (library). Penulis melakukan wawancara dengan supervisor dan pelanggan restoran Sajian Bhinneka Medan. Adapun hasil wawancara pada penelitian ini ialah kepuasan pelanggan sangat penting bagi restoran Sajian Bhinneka Medan untuk mengundang pelanggan datang kembali, dan juga mendapatkan pelanggan baru. Untuk mencapai kepuasan pelanggan tersebut supervisor membuat standart operasional prosedur untuk pelayanan kasir. Kata Kunci : pelanggan, pelayanan, kepuasan.*

### **PENDAHULUAN**

Bagi suatu perusahaan yang berorientasi pelanggan, perusahaan tersebut akan selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga kinerja perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan sasaran sekaligus kiat pemasaran bagi perusahaan tersebut. Saat ini kepuasan pelanggan menjadi topik yang cukup penting, hal ini bisa di lihat dari penyelenggaraan Indonesian *Customer Stasification Award* (ISCA) beberapa tahun terakhir yang memberikan penghargaan kepada perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen mereka. Industri jasa telah berkembang tidak hanya pada jenisnya, akan tetapi semakin dominan dan beragamnya kebutuhan akan jasa tersebut. Dalam industri ini kualitas sangat penting bagi pihak perusahaan dan konsumen, karena kualitas barang ataupun jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas jasa dapat menjadi salah satu strategi yang penting dalam persaingan. Kualitas jasa di pengaruhi oleh dua faktor yaitu harapan dan kinerja yang di rasakan pelanggan. Pelanggan akan membandingkan harapan pelanggan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan berupa pemberian harapan konsumen dan kinerja yang di berikan oleh perusahaan berupa pemberian pelayanan yang memuaskan. Bila harapan terpenuhi oleh pelayanan perusahaan, maka jasa tersebut di katakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan konsumen.

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan biasa juga di artikan sebagai servis dan jasa. Berikut ini pengertian pelayanan menurut beberapa ahli. Menurut Kotler dan Keller (2006) pelayanan adalah segala hal yang bisa diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang

intinya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan apapun. Menurut Zeithaml dan Bitner didalam Ratih Hurriyatih (2005) pelayanan merupakan segala kegiatan ekonomi dengan output selain produk fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussury (2013) pelayanan adalah segala kegiatan ekonomi yang di tawarkan satu pihak kepada pihak lainnya.

Menurut Lovelock dan Evert Gummesson dalam Lovelock, Wirtz, dan musry (2013) pelayanan merupakan suatu bentuk sewa-menyewa yang memberikan manfaat kepada pelanggan. Menurut Endar Sugiarto (2002:36) pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang lain yang melayani maupun yang dilayani. Moenir (2005:16) menyatakan bahwa pelayanan adalah proses pemuasan kebutuhan melalui kegiatan orang lain. Dari beberapa pengertian diatas penulis dapat simpulkan bahwa pelayanan merupakan segala hal yang di tawarkan oleh satu pihak untuk memuaskan pihak lainnya melalui kegiatan sewa-menyewa.

## **2.2. Pengetian Jasa**

Stanton (2004:486) mengatakan bahwa jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memproduksi jasa dapat digunakan bantuan produksi fisik, namun dapat juga tidak. Selain itu pada umumnya konsumsi bersamaan pada saat diproduksi dan jasa tidak mengakibatkan terjadinya pemindahan kepemilikan secara fisik. Menurut Kotler (2009:428) jasa merupakan produk yang tidak berwujud (intangible), hal yang dapat dinikmati oleh pelanggan adalah manfaat (benefit), yang memberikan kepuasan kepada pelanggan. Alat atau saran penghasil jasa tersebut tetap dimiliki perusahaan jasa. Menurut Lovelock (2013:60) "jasa merupakan suatu proses dan suatu sistem". Arti service sebagai suatu proses adalah jasa yang dihasilkan dari tiga input proses, yaitu people (customer) material, dan informasi. Jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak pada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadi perpindahan kepemilikan (transfer of ownership).

Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya. Berdasarkan definisi diatas maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Suatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

## **2.3. Pengertian Kepuasan**

Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa yang kita jual.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan. Lebih lanjut terdapat beberapa kepuasan pelanggan menurut para ahli lainnya sebagaimana dalam penelitian Oliver. Ia menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar Oliver (2007:31). Menurut Tse dan Wiliton Tjiptono (2007) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang di rasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik dipasar. Apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan merupakan faktor utama harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun rencana kebijakan bagian pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2006) yaitu yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler dalam Kotler dan Keller (2007:177) mendefinisikan kepuasan pelanggan: perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan menurut Amstrong dan Kotler (2008) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan harapan – harapannya.

Sedangkan menurut Ratminto dan Winarsih (2010), perwujudan kepuasan pelanggan dapat didefinisikan melalui lima dimensi mutu pelayanan, yaitu :

1. *Reability*, kemampuan untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan secara benar, akurat dan dapat dipercaya. Contohnya : kemampuan kasir dalam memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada pelanggan restoran Sajian Bhinneka Medan yang ingin membayar *bill* pesanan pelanggan.
2. *Assurance*, jaminan kepada pelanggan yang mencakup kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan. Contohnya: kasir harus bersikap sopan dan ramah dan juga harus tersenyum kepada pelanggan, karena keramahan dan kesopanan adalah salah satu hal yang sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.
3. *Tangible*, kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan barang / jasa. Ini mencakup antara lain fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana konsumsi. Contohnya : pekerjaan kasir harus ditunjang dengan adanya perlengkapan atau peralatan yang mendukung pekerjaan kasir untuk melayani pelanggan dengan cepat seperti komputer, *printer*, kertas *printer*, kalkulator.
4. *Emphaty*, adanya kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan.

5. *Responsiveness*, pemberian pelayanan secara cepat dan tanggap. Contohnya : kasir membantu pelanggan yang ingin mem *booking* tempat dengan jumlah besar atau banyak, kasir harus cepat tanggap dengan keinginan pelanggan dan menawarkan beberapa paket yang sesuai dengan keinginan pelanggan, karena menerima *reservasi* adalah salah satu tugas dari kasir.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah di rasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

#### **2.4.3 Ciri-ciri Pelanggan Yang Puas**

Kotler (2007) menyatakan ciri-ciri pelanggan yang merasa puas sebagai berikut :

1. Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon pelanggan lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang di konsumsi.
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

#### **2.4.4 Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Lupiyoadi (2006) menyebutkan lima faktor utama yang perlu di perhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Antara lain sebagai berikut.

1. Kualitas produk,yaitu pelanggan akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
2. Kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, yaitu pelanggan merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

#### **2.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan**

Menurut James F. Engel-Roger D. Blackwell-Paul W. Miniard dalam Saladin (2003 19) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku yaitu:

1. Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku pelanggan adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam mengambil keputusan berkomunikasi mereka.
2. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap kepribadian gaya hidup, dan demografi. Perbedaan

individu merupakan faktor internal (*interpersonal*) yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku.

Kedua faktor tersebut memperluas pengaruh perilaku pelanggan dalam dalam proses keputusannya. Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Kedua faktor tersebut menambah minat utama dari penelitian pelanggan sebagai faktor yang turut mempengaruhi perilaku pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian.

## 2.8. Fungsi Model-Model Pelanggan

Model pelanggan sangat bermanfaat untuk mengembangkan teori dalam penelitian perilaku pelanggan, untuk memperoleh/mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku pelanggan.

Adapun fungsi model pelanggan adalah sebagai berikut :

1. *Deskriptif*, yaitu berhubungan dengan pendalaman mengenai langkah-langkah yang diambil pelanggan dalam memutuskan suatu penelitian membeli.
2. *Prediksi*, yaitu meramalkan kejadian dari pelanggan pada waktu yang akan datang.
3. *Explanation*, yaitu mempelajari sebab-sebab dari beberapa aktivitas pembelian.
4. *Pengendalian*, yaitu memengaruhi dan mengendalikan aktivitas pelanggan pada masa yang akan datang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Sebelum penulis menguraikan tentang analisis sistem pelayanan kasir terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada restoran Sajian Bhinneka Medan, maka penulis menguraikan terlebih dahulu pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus diutamakan untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjadi pelanggan tetap maupun mempertahankan pelanggan yang sudah pernah datang agar tetap menjadi pelanggan *regular*. Didukung dengan produk yang baik jika pelayanan tidak sesuai dengan *standart* yang berlaku atau pelayanan buruk, maka pelanggan yang datang akan sangat kecewa dan bisa tidak kembali lagi datang untuk berkunjung. Pelayanan yang baik akan menguntungkan perusahaan.

Pelayanan biasa juga diartikan sebagai servis dan jasa. Berikut ini pengertian pelayanan menurut beberapa ahli. Menurut Kotler dan Keller (2006) pelayanan adalah segala hal yang bisa diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang intinya tidak berwujud dan tidak memberikan kepemilikan apapun. Menurut Lovelock dan Evert Gummesson dalam Lovelock, Wirtz, dan musry (2013) pelayanan merupakan suatu bentuk sewa-menyewa yang memberikan manfaat kepada pelanggan

Dalam memberikan pelayanan kasir memiliki beberapa *standart operasional prosedur* sebagai berikut:

1. Kejujuran, kasir harus jujur dalam melakukan tugas.
2. Ramah tamah, kasir harus tersenyum saat melakukan tugasnya terutama saat melayani pelanggan.
3. Kasir harus mampu melakukan perhitungan secara cermat dan teliti.

4. Memiliki kesabaran dalam melayani pelanggan.
5. Kasir harus memiliki sopan santun berbicara.

Setelah penulis melakukan penelitian di Restoran Sajian Bhinneka Medan mengenai analisis sistem pelayanan kasir terhadap tingkat kepuasan pelanggan, penulis mendapatkan hasil bahwa untuk memberi pelayanan yang baik untuk kepuasan pelanggan harus dilakukan beberapa aspek antara lain :

1. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya sulit untuk didefinisikan secara baku dan akurat disebabkan sifat-sifat pelayanan antara lain :

- a. Pelayanan tidak bisa diukur  
Pelayanan memiliki sifat intangible atau tidak berwujud dan oleh sebab itu tidak dapat diukur, diraba tetapi hanya bisa dirasakan oleh penerima layanan atau diterima oleh pelanggan.
- b. Pelayanan lebih bersifat emosional dari rasional  
Oleh karena pelayanan bersifat intangible dan hanya dapat dirasakan maka pelayanan lebih bersifat emosional, biasanya tidak dinyatakan secara realitis melainkan cenderung dilebih-lebihkan atau dikurangi tergantung suasana perasaan ketika memberi penilaian tersebut.
- c. Bobot layanan bergantung pada kepada harapan penerima  
Pelayanan yang berbobot adalah pelayanan yang selalu komplementer dengan harapan penerima layanan dapat menimbulkan bahwa layanan yang diberikan kurang memiliki bobot.
- d. Pelayanan dapat dijual tetapi tidak bisa dimiliki.  
Dimana pelanggan yang membeli layanan tidak dapat membawa pulang layanan itu selain dari pada kesan pengalamannya.
- e. Pelayanan tidak dapat dibuat sampeunya.  
Untuk memperoleh pelayanan seorang penerima layanan harus datang mendapatkan yang pelayanan tersebut.

Dari beberapa karakteristik/sifat pelayanan tersebut maka pengertian pelayanan dapat ditarik kesimpulan pada dua sisi yang berbeda, yakni sisi penerima pelayanan dan sisi pemberi layanan. Dan dari sisi pemberi layanan. Jika ditinjau dari penerima layanan maka pengertian pelayanan adalah “rasa puas (menyenangkan) atau rasa kecewa (tidak menyenangkan) yang dialami pada waktu memperoleh dan mendapatkan sesuatu dari orang yang memberi pelayanan tersebut” sedangkan ditinjau dari sisi pemberian pelayanan dan unsur pelaksanaan etika kasir memberi pelayanan akan berarti sebagai “aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam hal orang yang dilayani”.

2. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Meningkatkan kepuasan pelanggan dilakukan secara mengolah kemampuan dengan mengikuti aturan yang ada yang telah dibuat atau ditetapkan oleh perusahaan. Maka diperlukan *standart operasional prosedur* yang menjadi panduan seorang kasir agar memberikan pelayanan yang baik dan sigap terhadap pelanggan yang akan membayar *bill* belanja ataupun makanan yang pelanggan makan. Jika seorang kasir tidak sigap atau tidak memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang akan membayar *bill* pelanggan, seorang kasir akan mendapatkan sanksi tegas yang berlaku yang telah ditentukan oleh perusahaan. Karena pelayanan terakhir yang didapatkan oleh pelanggan adalah dari kasir

bagaimana kasir bersikap baik dan memiliki etika agar pelanggan tersebut datang kembali.

Penulis melakukan wawancara kepada supervisor dan pelanggan. Adapun hasil wawancara yang penulis lakukan oleh *supervisor* untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kasir. Hal tersebut diketahui dari hasil wawancara kepada supervisor, yaitu:

“Apakah *Supervisor* membuat *standart operasional prosedur* dalam hal kemampuan kasir memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan secara tertulis yang berlaku pada pelayanan kasir yang dimana isinya tentang sikap dan tata cara memberi pelayanan yang baik kepada pelanggan.”

Pada saat itu penulis melakukan wawancara dengan supervisor untuk mengetahui, hal tersebut diketahui dari hasil wawancara penulis dengan supervisor, yaitu:

“*Supervisor* membuat *standart operasional prosedur* agar kasir dapat melayani pelanggan dengan baik tidak hanya dengan pemberian pelayanan yang standart jika kasir tidak memenuhi kriteria yang ada pada *standart operasioanl prosedur supervisor* memberi peringatan lisan sebanyak 3 (tiga kali), memberi surat peringatan yang pertama, dan pemotongan gaji”

Dalam penelitian ini juga penulis mendapatkan hasil wawancara untuk mengetahui bagaimana antusias kasir untuk melayanani pelanggan yang ingin membayar *bill* secara sigap dan tanggap, hal tersebut diketahui dari hasil wawancara penulis dengan supervisor, yaitu:

“Dilihat dari pelanggan memberi uang tip kepada kasir dan *supervisor* memberi pujian langsung kepada kasir tersebut dan pemberian reward ataupun kenaikan gaji.”

Dalam penelitian ini juga penulis mendapatkan hasil wawancara untuk mengetahui kemampuan kasir serta kesopanan kasir dan juga sifat dapat dipercaya yang dimiliki kasir, bebas dari kecurangan-kecurangan, yaitu:

“Kesopanan kasir dilihat dari kebiasaan berbicara sehari-hari kasir baik kepada rekan kerja maupun atasan, kasir memiliki etika dan sopan santun dalam sikap dan berbicara terhadap atasan maka kepada pelanggan kasir juga menunjukkan sikap sopan santun kepada pelanggan, itu dilihat juga dari *supervisor* langsung ketika kasir melayani pelanggan”.

Dalam penelitian ini juga penulis mendapatkan hasil wawancara untuk mengetahui fasilitas yang mendukung saat kasir melakukan tugasnya, yaitu:

“Kasir memiliki komputer dan juga perlengkapan *printer* yang didalamnya sudah ada sistem-sistem pembayaran dan hanya tinggal di *print* saja dan di beri kepada pelanggan, dan kasir juga di sediakan kalkulator jika suatu saat terjadi kerusakan maka kasir menghitung secara manual”.

Penulis juga melakukan wawancara dengan seorang pelanggan untuk mengetahui bagaimana kemampuan administrasi oleh kasir Restoran Sajian Bhinneka pada saat pelanggan membayar apakah memuaskan. Hal tersebut diketahui dari hasil wawancara dengan seorang pelanggan, yaitu:

“Kasir cukup memiliki kemampuan yang cukup akurat saat kasir memberi kembalian ataupun memasukan nominal sehingga saya tidak menunggu lama

ataupun saya tidak komplain kepada kasir tentang kemampuan memberikan pelayanan baik dalam kecepatan ataupun keahlian memasukan nominal ataupun kembalian saya.”

Penulis juga melakukan hasil wawancara dengan salah satu pegawai untuk mengetahui apakah pelayanan kasir dengan tanggap atau sikap kasir cukup sigap tidak bertele-tele saat melayani pelanggan. Hal tersebut diketahui dari hasil wawancara penulis dengan pelanggan, yaitu:

“Pelayanan kasir cukup sigap dan tidak bertele-tele saat memberi pelayanan dengan tanggap.”

Adapun Penulis melakukan wawancara kepada salah satu seorang pelanggan untuk mengetahui apakah kasir memiliki kesopanan dan sifat ramah saat menyambut pelanggan. Hal tersebut diketahui dari hasil wawancara penulis dengan pelanggan, yaitu :

“. Kasir sangat ramah saat memberi pelayanan dan kasir juga senyuman dan ucapan terima kasih saat setelah pembayaran selesai.”

Adapun penulis melakukan wawancara terakhir kepada salah satu seorang pelanggan untuk mengetahui apakah fasilitas yang terdapat pada kasir restoran Sajian Bhinneka lengkap dan mendukung kecepatan kasir melakukan tugasnya, yaitu:

“. Peralatan yang terdapat pada kasir restoran Sajian Bhinneka sudah cukup lengkap sehingga membuat pekerjaan kasir tidak terhambat dan melayani pelanggan tidak terlalu lama, hanya terkadang komputer rusak kasir sedikit lama untuk melayani pelanggan karena harus melakukan transaksi secara manual.”

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan, baik berupa kesenangan maupun ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Menurut Kirom (2016) kepuasan pelanggan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa. Pelanggan yang puas mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong pelanggan untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Adapun kepuasan atau tidak kepuasan konsumen merupakan sikap pelanggan terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi pelanggan berdasarkan pengalaman pelanggan setelah menggunakan sebuah produk dan jasa. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang di berikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen.

Adapun pekerjaan kasir di restoran Sajian Bhinneka sebagai berikut:

1. Kasir melayani pelanggan saat pelanggan ingin melakukan pembayaran.
2. Kasir menghitung modal dan pendapatan restoran.
3. Menjawab telepon masuk dengan baik sesuai *standart operasional prosedur* menerima telepon. Sebagai berikut :
  - a. Mengangkat telepon sesegera mungkin, minimal telepon berdering tiga kali.
  - b. Mengucapkan salam dengan nada lembut contoh : Sajian Bhinneka Selamat Pagi Ada Yang Bisa Dibantu?
  - c. Menjawab pertanyaan pelanggan dengan ramah dan jelas.



- d. Ketika sudah selesai ucapkan terima kasih dan salam selamat pagi, siang, malam.
4. Menerima *reservasi* pelanggan yang ingin mem *booking* tempat baik dengan jumlah besar maupun kecil dan mencatatnya dalam buku *reservasi*, seperti :
  - a. Nama, alamat, dan nomor telepon pelanggan.
  - b. Tanggal pesanan diterima.
  - c. Tanggal acara yang akan dilaksanakan.
  - d. Uang panjar (*down payment*) jika ada.
  - e. Mendata dan menyimpan barang milik pelanggan yang tertinggal di restoran. Di catat di daftar buku barang pelanggan tertinggal.

Berikut adalah grafik pengunjung restoran Sajian Bhinneka Medan per bulannya :

#### 4.2. Pembahasan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada Restoran Sajian Bhinneka Medan analisis sistem pelayanan kasir terhadap tingkat kepuasan pelanggan tampak dari pandangan yang baik dari pelanggan Restoran Sajian Bhinneka Medan. Pelayanan yang diberikan oleh kasir cukup memuaskan pelanggan dan melayani dengan baik dan ramah. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan memberikan dampak pada keinginan pelanggan untuk mengunjungi kembali bahkan merekomendasikan pada orang lain serta dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam memberikan pelayanan jasa, menumbuhkan kepuasan bagi pelanggan.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan pelanggan merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta *Loyalitas* Pelanggan, dan sebaliknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap restoran dan menghasilkan suatu kepuasan serta *loyalitas* pelanggan menurut Kotler dalam Tjiptono (2007).

Kualitas pelayanan yang ditampilkan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu stimulus yang menciptakan pelanggan melakukan transaksi kembali dengan restoran tersebut. Kasir Restoran Sajian Bhinneka selalu memberikan senyum dan ucapan terima kasih saat pelanggan selesai melakukan pembayaran. Keberhasilan perusahaan memuaskan pelanggannya akan menjadi titik awal dari hubungan yang akan berlanjut antara pelanggan dan perusahaan.

Kepuasan pelanggan Restoran Sajian Bhinneka Medan tergolong cukup baik, hal ini dapat di lihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan cukup puas atas pelayanan kasir. Banyak pelanggan yang merasa pelayanan kasir cukup ramah dan cukup akurat saat melakukan perhitungan *administrasi* pembayaran *bill*. Terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan adanya pelayanan yang berkualitas baik, serta produk yang dijual sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada restoran Sajian Bhinneka Medan penulis merasa sanksi-sanksi yang diberikan kepada kasir restoran Sajian Bhinneka sangat wajar karena sanksi berat maupun ringan yang diberikan disesuaikan kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh kasir saat melakukan tugasnya.

Kasir pada restoran Sajian Bhinneka sudah melakukan tugasnya sesuai dengan *standart operasional prosedur* yang berlaku pada perusahaan, hanya saja

terkadang kasir masih sedikit kurang senyum saat melayani pelanggan, masih tergantung pada *mood* kasir, dan kasir juga selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan yang sudah datang ke restoran Sajian Bhinneka Medan. Terkadang masih sering terjadi apa bila *mood* kasir lagi baik sudah pasti kasir tersebut memberi senyuman yang tulus dan melayani pelanggan yang datang ingin membayar *bill* nya. Kasir juga tidak *stand by* di tempat pada saat pelanggan ingin melakukan pembayaran dan sudah pasti pelanggan akan menunggu lama, belum lagi pelanggan tersebut memiliki kegiatan lainnya.

Penulis menyimpulkan adapun hal yang salah pada *standart operasional prosedur* kasir pada restoran Sajian Bhinneka Medan dimana terdapat pada nomor tiga yaitu kasir harus mampu melakukan perhitungan secara cermat dan teliti. Hal ini berarti harus menuntut seseorang kasir harus mampu menghitung seluruh pengeluaran secara keseluruhan tanpa melakukan kesalahan sedikitpun, karena kasirlah yang harus bertanggung jawab penuh atas hal tersebut.

Penulis juga menyimpulkan tentang memanipulasi yang dilakukan oleh pihak kasir terhadap *bill* pelanggan diman ada pelanggan yang tidak mengecek kembali *bill* mereka itu sangat menentang dari *standart operasional prosedur* yang berlaku pada restoran Sajian Bhinneka Medan, dikarenakan itu dapat membuat pelanggan sangat kecewa apa lagi ketika beberapa hari kemudian ada pelanggan yang baru mengecek kembali *bill* mereka dan pelanggan tersebut kembali ke restoran Sajian Bhinneka setelah beberapa hari dari kunjungan pelanggan sebelumnya. Bisa saja pihak kasir menjawab bahwa si pelanggan tersebut yang mengada ngada karena sudah tidak ingat lagi apa saja yang dipesan oleh pelanggan tersebut dikarenakan hari berkunjung dengan hari dimana pelanggan komplain sudah sangat jauh.

Penulis juga menyimpulkan bahwa kasir belum sepenuhnya bekerja memenuhi *standart operasional prosedur* itu dibuktikan kasir masih salah menuliskan tanggal reservasi pelanggan dimana pelanggan yang sudah merencanakan jauh-jauh hari acara tersebut jadinya hancur berantakan dikarenakan kasir salah membuat tanggal alhasil pelanggan pun sangat kecewa dengan pelayanan kasir yang ada pada restoran Sajian Bhinneka Medan, dan itu kejadian itu pasti akan membuat pelanggan tersebut berfikir dua kali jika ingin membuat acara besar atau *event* besar di Sajian Bhinneka Medan. Jika dilihat dari grafik pengunjung pelanggan restoran Sajian Bhinneka Medan, pelanggan yang datang setiap bulannya bisa naik dan turun tetapi tidak pernah di bawah 50%. Dilihat dari grafik pengunjung restoran Sajian Bhinneka Medan penulis juga dapat menyimpulkan bahwasanya pengunjung atau pelanggan yang datang ke restoran Sajian Bhinneka Medan dari bulan oktober tahun 2017 sampai dengan oktober 2018 pelanggan yang datang cukup meningkat perbulannya, bahkan tidak pernah menurun sama sekali. Dari grafik tersebut penulis menyimpulkan bahwasanya pelayanan yang diberikan pihak kasir cukup baik. Berarti pelanggan tidak banyak komplain terhadap pelayanan yang diberikan oleh kasir restoran Sajian Bhinneka Medan.

## **Kesimpulan**

1. Sistem pelayanan kasir terhadap tingkat kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sajian Bhinneka Medan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan yang datang meningkat sekitar 61% per tahun.

2. Pelanggan pada restoran Sajian Bhinneka sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan pihak kasir dari hasil wawancara kepada pelanggan.

### **Saran**

1. Pelayanan kasir sebaiknya terus ditingkatkan karena kasir juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sekali saja kasir melakukan kesalahan yang fatal atau tidak memberikan pelayanan baik senyuman maupun sikap keramahan kasir jangan hanya tergantung pada *mood* kasir.
2. Kasir harus meningkatkan kemampuan dalam menangani *complaint* pelanggan yang kurang puas pada saat melakukan pembayaran *bill*.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Arnold, and Zinkhan, 2005. *Consumers*. Singapore.

Bahrul Kirom, 2010, Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Bandung, Pustaka reka Cipta.

Freddy, Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jakarta.

Kotler dan Keller 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga

Kotler, Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Lovelock dan Gummesson Evert dalam Lovelock, Wirtz, dan musry 2013. Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi : perspektif Indonesia. Jakarta : Erlangga

Moenir, 2005. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, Bumi Aksara, Jakarta

Ratih harriyati 2005. Bauran Pemasaran Dan loyalitas Konsumen. Bandung

Ratminto, dkk. 2010. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2010. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta.

Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Salemba Empat.

Stanton, William J 2004 *Fundamentals Pf Marketing edition*, Singapore

Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, Andi, Jakarta.

Vinna, Sri Yuniarti, 2015 Perilaku Konsumen. Pustaka Setia Bandung.

