

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Ottokopi *Space* berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, serta untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam proses peningkatan pelayanan dan strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen. Melalui proses observasi dan keterlibatan langsung selama magang, peneliti memperoleh berbagai temuan penting yang mengarah pada pemahaman menyeluruh mengenai penerapan kualitas pelayanan dalam konteks bisnis *coffee shop* lokal yang dinamis seperti Ottokopi.

Ottokopi *Space*, sebagai salah satu pelaku usaha di bidang F&B (*Food and Beverage*) di Kota Padang, telah menerapkan berbagai elemen penting dari kualitas pelayanan yang sesuai dengan teori SERVQUAL, yakni *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dari hasil analisis diketahui bahwa sebagian besar dimensi tersebut telah diterapkan dengan cukup baik, khususnya dalam aspek *tangible*, *responsiveness*, dan *assurance*. Hal ini terlihat dari kenyamanan tempat, keramahan staf, kecepatan pelayanan, serta kompetensi karyawan dalam menjelaskan menu dan memberikan solusi atas pertanyaan pelanggan.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang signifikan, khususnya dalam aspek *empathy*. Kurangnya perhatian terhadap kebersihan meja setelah digunakan pelanggan menunjukkan bahwa unsur empati dalam pelayanan

masih belum sepenuhnya optimal. Selain itu, kendala-kendala lain yang ditemukan mencakup keterbatasan sumber daya manusia, terutama saat jam sibuk, inkonsistensi dalam penerapan SOP oleh staf, serta kualitas produk yang belum sepenuhnya stabil akibat perbedaan keterampilan antar barista.

Strategi yang telah diterapkan Ottokopi untuk mengatasi tantangan tersebut antara lain berupa pelatihan rutin bagi karyawan, peningkatan kecepatan pelayanan, penerapan sistem umpan balik pelanggan, serta perbaikan sarana dan prasarana. Meski langkah-langkah tersebut memberikan dampak positif, namun penelitian ini juga menemukan bahwa Ottokopi perlu melakukan inovasi lebih lanjut, terutama dalam penerapan teknologi layanan seperti sistem pemesanan digital dan program loyalitas pelanggan. Strategi-strategi ini diperlukan untuk memperkuat daya saing usaha, khususnya dalam menghadapi tren pasar dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi.

Melalui pendekatan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, Ottokopi *Space* telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan cenderung untuk melakukan pembelian ulang, memberikan ulasan positif, serta merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bukan hanya menjadi alat untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga merupakan fondasi utama dalam membangun keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Secara keseluruhan, penerapan kualitas pelayanan di Ottokopi *Space* menunjukkan hasil yang cukup memadai dan sejalan dengan teori-teori pemasaran

jasa yang dikemukakan oleh para ahli seperti Kotler dan Tjiptono. Namun demikian, terdapat peluang besar untuk perbaikan berkelanjutan, baik dari sisi internal (pengelolaan SDM, SOP, pelatihan) maupun eksternal (*engagement* pelanggan, digitalisasi layanan). Dengan terus berinovasi dan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan konsumen, Ottokopi memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi salah satu kedai kopi unggulan di Kota Padang dan sekitarnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Ottokopi Space, dengan harapan dapat memberikan dampak positif serta menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak yang terlibat dalam operasional coffee shop ini. Berikut adalah beberapa saran yang diberikan, yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan efisiensi operasional secara keseluruhan:

1. Peningkatan Kebersihan Meja

Diharapkan para barista selalu menjaga fokus dan perhatian yang optimal terhadap area meja yang akan digunakan oleh pelanggan, dengan memastikan bahwa meja tersebut dalam keadaan bersih, rapi, dan bebas dari sampah atau sisa-sisa penggunaan sebelumnya. Meningkatkan Keramahan dalam Interaksi

2. Pemberian Nomor Pesanan

Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa minuman atau makanan yang dipesan oleh pelanggan tidak tertukar dengan pesanan pelanggan lain, terutama pada saat situasi *coffee shop* sedang ramai. Dengan adanya nomor pesanan yang jelas dan terstruktur, proses pengelolaan dan penyerahan pesanan menjadi lebih efisien, terorganisir, dan minim kesalahan. Langkah ini sangat penting untuk menjaga kelancaran operasional *coffee shop* serta memberikan pengalaman yang lebih baik dan lancar bagi setiap pelanggan.

