

OPTIMALISASI CUSTOMER SERVICE TERHADAP PERMINTAAN DAN PERSEPSI PELANGGAN SKYHILLS CAFE MERBABU

SUDIYONO¹
TEGUH HARSO WIDAGDO
SATRIA AVIANDA NURCAHYO
MEIDA RACHMAWATI
ARI EKO BUDIYANTO

sudiyonosudek51@gmail.com¹ Corresponding Author
teguharsowidagdo@unw.ac.id
satriaavianda@unw.ac.id
meida_r@unw.ac.id
kinjenkissme@gmail.com

Universitas Ngudi Waluyo

Artikel diterima: 14 Desember 2023
Artikel direvisi: 27 Desember 2023

Abstrak

Dalam setiap proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk itu adalah sama, dari proses tersebut sebenarnya konsumen bermaksud untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dan setiap konsumen pastilah memiliki persepsi tersendiri akan pilihannya dalam memilih suatu produk tersebut. Persepsi konsumen tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Aktivitas pengabdian ini dilakukan pada SkyHills Cafe Merbabu. Pengabdian ini dilakukan untuk menganalisis aktivitas konsumen dalam permintaan dan penawaran yang disampaikan oleh SkyHills Cafe Merbabu, dalam pengabdian ini menggunakan metode partisipasi aktif, observasi, wawancara dan dokumentasi yang saling berhubungan guna mendapatkan data dan informasi valid terkait dengan perilaku konsumen. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang diberikan SkyHills Cafe Merbabu sangat baik kepada para pengunjungnya, sehingga para pengunjungnya merasa puas dan tetap loyal; persepsi terhadap harga, harga yang ditawarkan oleh pihak SkyHills Cafe Merbabu sangat sesuai selain itu pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan pengunjung.

Kata Kunci: Konsumen, Persepsi konsumen, Aktivitas konsumen, Permintaan dan penawaran.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan dan perusahaan makanan dan minuman, pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dan bagaimana mereka menilai permintaan dan penawaran sangatlah penting. Konsumen merupakan elemen kunci dalam kesuksesan bisnis (Schiffman, 2010), dan memahami preferensi dan kebutuhan mereka menjadi landasan yang kuat untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Salah satu tempat yang menarik untuk menganalisis perilaku konsumen adalah SkyHills Cafe Merbabu. Sebagai bagian dari Cafe yang bergengsi, Cafe ini menawarkan berbagai hidangan dan pengalaman kuliner yang menarik bagi para pengunjungnya. Namun, untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan memenuhi harapan konsumen, penting untuk menilai bagaimana konsumen merespons permintaan dan penawaran yang disampaikan oleh Cafe ini.

Pelayanan pelanggan yang baik menjadi faktor kunci dalam kesuksesan bisnis (Hoyer, 2010), terutama di industri perhotelan dan restoran. Dalam konteks itu, penting bagi SkyHills Cafe Merbabu untuk memahami pentingnya customer service (pelayanan pelanggan) dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai Cafe yang berlokasi di Merbabu Park, SkyHills Cafe Merbabu menghadapi persaingan yang ketat di pasar kuliner Semarang. Oleh karena itu, pelayanan pelanggan yang superior menjadi faktor diferensiasi yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih Cafe tersebut.

Di era digital dan media sosial, pengalaman pelanggan di SkyHills Cafe Merbabu dapat dengan cepat dibagikan dan diulas oleh pelanggan melalui platform online. Ulasan positif dapat meningkatkan citra dan popularitas Cafe, sementara ulasan negatif dapat berdampak buruk pada reputasi dan minat konsumen. Oleh karena itu, memahami pentingnya

customer service yang baik bagi pelanggan menjadi hal yang krusial bagi SkyHills Cafe Merbabu. Selain itu, studi menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi berkontribusi pada retensi pelanggan, loyalitas, dan rekomendasi positif kepada orang lain (Peter, 2010). Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan akan cenderung kembali (Zeithaml, 2018) ke Cafe tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan Cafe.

Permasalahan yang dihadapi SkyHills Cafe Merbabu yaitu masih kurangnya informasi berupa hasil analisis terkait dengan pelayanan pelanggan atau customer service terhadap permintaan dan persepsi pelanggannya. Pengabdian ini bertujuan membantu SkyHills Cafe Merbabu untuk memperoleh data dan informasi terkait pentingnya customer service bagi pelanggannya. Salah satu aktivitas dalam pengabdian ini juga akan mengeksplorasi efek dari pelayanan pelanggan yang baik terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas, dan rekomendasi positif. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya customer service dan dampaknya terhadap pelanggan, SkyHills Cafe Merbabu dapat mengidentifikasi area perbaikan dan mengembangkan strategi pelayanan yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya customer service bagi pelanggan SkyHills Cafe Merbabu, serta memberikan masukan yang berharga dalam pengembangan strategi pelayanan yang unggul.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, dilakukan dengan model pendampingan pelatihan, dan laporan

ditulis dalam format deskriptif kualitatif. Lembar pengamatan kegiatan akan digunakan untuk menyimpan catatan tentang bagaimana kegiatan pengabdian berlangsung. Selain itu, angket yang diberikan di akhir acara pelatihan digunakan untuk mengukur reaksi pegawai terhadap kegiatan ini.

Langkah-langkah kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut:

- 1) Presentasi: Memberikan pengetahuan dan materi tentang Customer Service.
- 2) Pembagian kelompok: Sebelum pegawai menerima instruksi, pegawai dibagi menjadi kelompok kecil dengan masing-masing 4-5 siswa, dan satu dosen bertanggung jawab sebagai pendamping.
- 3) Workshop: Dosen mendampingi pegawai saat workshop yang dilakukan dalam kelompok kecil. Dimulai dengan penjelasan tentang alur kegiatan yang akan dilakukan, menunjukkan beberapa teknik customer service yang akan digunakan dalam pelatihan, dan menunjuk salah satu anggota pengabdian untuk menjadi model. Kemudian, salah satu pegawai ditunjuk untuk menjadi model sesuai contoh yang telah dipraktikkan.
- 4) Pemberian angket sebagai tanggapan terhadap pelatihan: Setelah pelatihan selesai, peserta diminta untuk mengisi formulir Google Form yang berisi informasi tentang persepsi mereka terhadap kegiatan tersebut. Angket ini diberikan dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan pegawai terhadap kegiatan tersebut dan untuk digunakan sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan pengabdian masyarakat di tahun-tahun mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik usaha SkyHills Cafe Merbabu tersebut menghasilkan data yang banyak memberikan informasi mengenai bagaimana persepsi mereka terhadap preferensi usaha tersebut. Data tersebut

akan dipaparkan dalam penjelasan sebagai berikut:

Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Pembeli yang berkunjung di SkyHills Cafe Merbabu, di dasarkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu:

1. Kualitas Jasa Atau Pelayanan
Kualitas jasa yang diberikan oleh Cafe kepada para tamu sebetulnya sama dengan yang diberikan oleh Cafe lain pada umumnya. Hanya saja yang membedakan adalah kualitas jasa yang diberikan SkyHills Cafe Merbabu lebih kepada membuat pelanggan merasa aman dan nyaman saat berkunjung. Keramahan staf saat menerima pembeli hal yang pertama dilakukan adalah dengan memberikan salam, sapa dan senyum.
2. Harga yang ditawarkan perusahaan jasa hal yang paling menonjol adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Cafe. Semakin tingginya harga yang diberikan otomatis konsumen akan memperoleh pelayanan yang memuaskan, namun sebaliknya jika harga yang diberikan rendah otomatis konsumen akan memperoleh pelayanan yang mungkin kurang memberikan kepuasan.

Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

1. Terjadinya penawaran yang diberikan oleh SkyHills Cafe Merbabu kepada para pembeli dikarenakan faktor-faktor dari permintaan itu sendiri. Para pengunjung menginginkan tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, oleh karena itu mereka menginginkan suatu pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan harapan mereka, dengan memperhatikan beberapa faktor sebelum mengambil keputusan

untuk mengunjungi SkyHills Cafe Merbabu. Cafe sendiri telah memberikan pelayanan yang sangat baik kepada para pembeli dengan cara melayani dan memperlakukan pembeli dengan baik dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pembeli. Kemudian untuk fasilitas seperti AC, Sofa, Meja, Kursi, Tempat indoor maupun outdoor, serta desain interior yang bagus. Pengunjung Cafe menginginkan fasilitas yang lengkap dan memadai, Kemudian untuk makanan dan minuman SkyHills Cafe Merbabu juga memperhatikan kualitas rasa. Untuk makanan sendiri SkyHills Cafe Merbabu menyajikan hidangan yang berbeda dari Cafe lain pada umumnya yang lebih cenderung kepada makanan western, Cerita Kita Cafe menyajikan makanan tidak hanya makanan western tetapi makanan tradisional juga ada.

Persepsi Konsumen terhadap Kualitas

Pelayanan Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah konsumen memandang bahwa pelayanan yang diberikan pihak Cafe mampu memberikan kepuasan bagi para pengunjungnya. Kualitas pelayanan yang dimaksud disini adalah pelayanan yang dapat dilihat dan yang dapat dirasakan yakni mulai dari proses pelayanan yang cepat, ramah tamahnya barista dalam menerima pembeli, sikap sopan yang ditujukan kepada para pembeli, cepat tanggap dalam menerima komplain dari para pembeli, kebersihan Cafe, dan makanan yang disajikan.

1. Kualitas produk: Konsumen mempunyai persepsikualitas Cafe berdasarkan rasa, kelezatan, dan presentasi makanan dan minuman yang disajikan. Jika produk memiliki

kualitas yang baik, seperti bahan baku yang segar dan diproses dengan baik, konsumen akan memiliki persepsi positif terhadap kualitas Cafe tersebut.

2. Kualitas layanan: Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif juga akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas. Jika staf Cafe mampu memberikan pelayanan yang baik, mulai dari pengambilan pesanan hingga pengantaran makanan dan minuman, konsumen akan merasa dihargai dan memiliki persepsi positif terhadap kualitas Cafe tersebut.
3. Kebersihan dan suasana: Kebersihan tempat Cafe, termasuk meja, kursi, dan area umum, juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas. Selain itu, suasana yang nyaman, seperti desain interior yang menarik, pencahayaan yang baik, dan musik yang menyenangkan, juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas Cafe.
4. Konsistensi: Konsistensi dalam penyajian produk dan pelayanan juga penting untuk membangun persepsi konsumen terhadap kualitas. SkyHills Cafe Merbabu konsisten dalam menyajikan produk yang sama dengan kualitas yang baik dan memberikan pelayanan yang konsisten, konsumen memiliki kepercayaan dan persepsi positif terhadap kualitas Cafe tersebut.

Persepsi Konsumen terhadap Harga

Persepsi konsumen terhadap harga dalam hal ini adalah harga yang ditawarkan oleh pihak Cafe telah sesuai dengan pasar dan Cafe mampu bersaing dengan harga yang ditawarkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Bagi konsumen harga adalah suatu bentuk pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat dari jasa yang telah ditawarkan oleh pihak Cafe. Konsumen akan memperoleh manfaat atas apa yang telah mereka korbankan dengan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Harga dan pelayanan dalam hal ini memiliki hubungan yang positif. Semakin tingginya harga yang ditetapkan oleh perusahaan, maka manfaat atas pelayanan yang didapatkan oleh konsumen semakin baik. Pihak SkyHills Cafe Merbabu juga sering mengadakan promosi harga jadi para pembeli tetap bisa nyaman dengan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dari staf Cafe.

Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga antara lain:

1. Nilai produk: Konsumen membandingkan harga suatu produk dengan manfaat atau nilai yang mereka harapkan dapat diperoleh darinya. Jika konsumen merasa bahwa harga yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang mereka terima, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap harga, pada SkyHills Cafe Merbabu memiliki nilai produk tinggi yang membawa konsumen untuk tetap setia membeli produk dari SkyHills Cafe Merbabu.
2. Persepsi kualitas: Konsumen cenderung mengaitkan harga dengan kualitas produk. Jika mereka percaya bahwa harga yang tinggi menandakan kualitas yang baik, mereka mungkin bersedia membayar harga yang lebih tinggi. Sebaliknya,

jika mereka merasa harga terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas yang ditawarkan, persepsi terhadap harga bisa menjadi negatif, SkyHills Cafe Merbabu memiliki produk dan layanan dengan kualitas tinggi sehingga konsumen masih ramai membeli produknya.

3. Penawaran dan diskon: Penawaran khusus, diskon, atau promosi harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga. Diskon yang signifikan atau penawaran yang menguntungkan dapat membuat konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dari harga yang mereka bayar.
4. Pengetahuan dan informasi: Pengetahuan konsumen tentang produk, industri, atau harga pasar dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap harga. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik tentang harga rata-rata dan bandingan produk akan memiliki persepsi yang lebih akurat.
5. Pengalaman sebelumnya: Pengalaman sebelumnya dengan produk atau merek tertentu dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap harga. Jika konsumen merasa bahwa mereka telah mendapatkan nilai yang baik dari produk tersebut dalam pengalaman sebelumnya, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap harga.

KESIMPULAN

Persepsi konsumen terhadap preferensi SkyHills Cafe Merbabu dipengaruhi oleh beberapa persepsi, diantaranya: Persepsi Terhadap Kualitas

Pelayanan, kualitas pelayanan yang diberikan SkyHills Cafe Merbabu sangat baik kepada para pengunjungnya, sehingga para pengunjungnya merasapuas dan tetap loyal; Persepsi Terhadap Harga, harga yang ditawarkan oleh pihak Cafe sangat sesuai selain itu pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiningsih. (2009). Belajar Pembelajaran Terhadap Usaha Kafe. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches(4th ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Willam. C.Black., Barry. B. J., & Anderson. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.).Cengage Learning.
- Hoyer, W. D., & MacInnis. D. J. (2010). Consumer Behavior (5th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller. K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
- Mankiw, N. G. (2014). Principles of Economics (7th ed.). Cengage Learning.
- Peter, J. P., & O. J. C. (2010). Consumer Behavior and Marketing Strategy (9th ed.). McGraw-Hill.
- Saunders, M., Leuwis. P., & Tornhill. A. (2019). Research Methods for Business Students (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G., & Kanuk. L. L. (2010). Consumer Behavior (10th ed.). Prentice Hall.
- Zeithaml, Valarie. A., Bitner. M. J., & Gremler. D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill.