



Research Article

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Aspek Manajemen Pelayanan Studi Kasus : Restoran Bebek Sinjai Cab. Bangkalan

Siti Aisah Hidayatul Hasanah

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100134@student.trunojoyo.ac.id

Copyright © 2024 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 11, 2024
Accepted : July 01, 2024

Revised : June 25, 2024
Available online : July 12, 2024

How to Cite: Siti Aisah Hidayatul Hasanah. (2024). Analysis of Business Feasibility Studies in Management Aspects Case Study Services: Duck Sinjai Cab Restaurant. Bangkalan. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 24-34. <https://doi.org/10.61166/managing.v1i1.4>

Analysis of Business Feasibility Studies in Management Aspects Case Study Services: Duck Sinjai Cab Restaurant. Bangkalan

Abstract. In today's economy, every company, whether in the service sector or not, must outperform both old and new competitors. To achieve the company's goals and improve the quality of a company, various aspects must be considered for improvement through consideration. This also applies to business actors in the culinary industry, such as restaurants. Restaurant evaluation is essential to increase sales and meet projected results. The purpose of this study is to find out whether the Sinjay Duck Restaurant has fulfilled the management aspect and to find out what management aspects can be applied to the Sinjay Duck Restaurant to improve the quality of the restaurant in the eyes of the public. The research method used is library research, data collection by searching for sources and constructing from various sources such as books, journals, and existing researches. The result of this study is that consumer satisfaction with service is less than optimal in serving, because in its implementation it turns out that the Sinjay Cab. Bangkalan Duck Restaurant has not implemented the points described by the author, especially in Service Quality and Getting Convenience.

Keywords: MSMEs, service quality, Service Management

Abstrak. Dalam perekonomian saat ini, setiap perusahaan, baik di sektor jasa atau tidak, harus mengungguli pesaing lama dan baru. Untuk mencapai tujuan perusahaan dan meningkatkan kualitas suatu perusahaan, berbagai aspek harus diperhatikan untuk perbaikan melalui pertimbangan. Hal ini juga berlaku bagi pelaku usaha di industri kuliner, seperti restoran. Evaluasi restoran sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi hasil yang diproyeksikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Restoran Bebek Sinjay sudah memenuhi aspek manajemen dan untuk mengetahui aspek manajemen apa saja yang dapat diterapkan pada Restoran Bebek Sinjay untuk meningkatkan kualitas restoran tersebut di mata masyarakat. Metode Penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (library research), pengumpulan data dengan cara mencari sumber dan merkontruksi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah ada. Hasil dari penelitian ini yakni bahwa kepuasan konsumen terhadap pelayanan yaitu kurang maksimal dalam melayani, karena dalam pelaksanaan nya ternyata Restoran Bebek Sinjay Cab.Bangkalan belum mengimplementasikan point-point yang dijabarkan penulis terutama dalam Service Quality dan Mendapatkan Kemudahan.

Keywords: UMKM, service quality, Manajemen Pelayanan

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran utama menjadi bagian secara penting juga sebagai penjaga stabilitas perekonomian. Secara umum, dikarenakan usaha kecil dan menengah terdapat kontribusi sangat besar dengan angkatan kerja juga peningkatan kesejahteraan rakyat (Srijani 2020). UMKM menjadi titik pusat perekonomian dikarenakan dapat berkontribusi sejumlah 60% pada Produk Domestik Bruto. Tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi, keterdapatan UMKM mengikutsertakan tenaga kerja sampai pada 97% maka untuk pendapatan ekonomi masyarakat mampu meningkat serta menulang program pemerintah menanggulangi kemiskinan. Pentingnya keterdapatan UMKM sudah dibuktikan saat berlangsungnya krisis ekonomi pada Indonesia ketika tahun 1998 dimana UMKM dapat menyelamatkan perekonomian nasional(Rustiarini 2015).

Salah satu jenis UMKM yang umumnya berkembang sekarang ini ialah usaha kecil yang berlangsung pada sektor kuliner. Keterdapatan kuliner menjadi kebutuhan utama individu menyebabkan usaha tersebut mampu bertahan sepanjang masa. Tidak hanya itu, usaha kuliner menawarkan beberapa pilihan misalnya makanan pokok, makanan ringan, sampai minuman. Jika usaha tersebut terdapat optimalnya manajemen pengelolaan, sehingga usaha kuliner terdapat pertumbuhan secara positif serta potensial agar dikembangkan.

Salah satu jenis kuliner yang sekarang ini terus berkembang di Pulau Madura, khususnya Kab.Bangkalan adalah Bebek Sinjay. Restoran bebek sinjay adalah satu restoran dengan menyajikan bebek goreng khas madura. Konsep pelayanannya dikarenakan family friendly dimana makanan diberikan dengan bersama pada meja makan, meskipun pemesanan makanan mampu dijalankan. Akan tetapi tidak sedikit pesaing restoran yang lainnya, juga kurang puas dengan pelayanan yang terdapat, serta memiliki fasilitas yang kurang memadai, sehingga berdampak pada berkurangnya

pelanggan. Dari survey yang dilakukan, sejumlah orang yang sudah mengunjungi lokasi tersebut semakin menurun, mampu diketahui mengenai beberapa customer merasa kurang puas terhadap pelayanan yang disampaikan dari karyawan restoran tersebut. Kemungkinan disebabkan beberapa pelanggan yang jarak lokasi tempat tinggalnya cukup jauh dari lokasi restoran. Hal tersebut terkait pelayanan yang kurang ramah, waktu tunggu lama penyajian, meja keluh, maupun kotor, kurang lengkapnya fasilitas serta hal lain yang penting. Karena tingkat pelayanannya mulai menurun berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan juga berkurang, akan tetapi dengan pesaing yang tetap banyak. Pelanggan pada restoran bebek sinjay terdapat penurunan dipengaruhi dari sejumlah restoran sejenis yang berkembang, maka pelanggan restoran bebek sinjay terdapat penurunan secara signifikan. Tidak hanya itu mampu dijelaskan mengenai penyebab berkurangnya kuantitas konsumen yang hadir menuju restoran bebek sinjay dikarenakan berkurangnya kualitas pelayanan sehingga berdampak pada rasa kepuasan yang berkurang bagi pengunjung. Dikarenakan parkir yang kurang luas, serta, pelayanan lambat (Zahroh, Arisinta, and Ulum 2023).

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah Restoran Bebek Sinjay sudah memenuhi aspek manajemen dan apa saja aspek manajemen yang dapat diterapkan pada Restoran Bebek Sinjay sehingga dapat memperbaiki kualitas Restoran di mata Masyarakat.

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi Restoran Bebek Sinjay Cabang Bangkalan menjadi bahan pertimbangan serta masukan yang akhirnya mampu dimanfaatkan dalam menuntaskan penyelesaian masalah yang dihadapi, khususnya terkait dengan aspek manajemen pelayanan.

KAJIAN PUSTAKA

Pada penelitian (Zahroh, Arisinta, and Ulum 2023) yang berjudul "*Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melalui Manajemen Pelayanan Pada Restoran Bebek Sinjay Bangkalan*" menyatakan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan aspek pelayanan yang diberikan.

Pada penelitian yang dilaksanakan (çimen, Nasution, and Mokhammad Samsul Arif 2020) berjudul "*Variabel – Variabel Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Cabang Surabaya*" menyatakan bahwa masing-masing variabel harga, fasilitas, dan pelayanan memiliki hubungan yang simultan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan (AFRIDATUL AULIYAH 2017) yang berjudul "*Desain Interior Restoran Bebek Sinjay Madura Berkonsep Tradisional Dengan Pendekatan Budaya Madura*" menyatakan bahwa desain interior dengan memunculkan konsep tradisional madura memberikan karakter khas dan kesan unik pada Restoran Bebek Sinjay. Desain interior pada Restoran bebek sinjay dapat memberikan kesan nyaman dan tidak monoton kepada pelanggan.

Usaha Mikro,Kecil,Dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan sebuah usaha perdagangan yang dinaungi dari perorangan maupun berupa badan usaha yang memiliki kegiatan usaha dalam sektor kecil

maupun disebut mikro (Yoga Pratama, , M. Hurairah 2023). Berdasarkan beberapa ahli, seperti *Rudjito*, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) menjadi usaha yang mendukung perekonomian Indonesia. Karena dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan devisa negara dari pajak badan usaha (Rosna Dewi 2022). Sedangkan menurut *Adi M. Kwartono*, UMKM yaitu aktifitas ekonomi rakyat yang memperoleh kekayaan bersih maksimal Rp200.000.000,- di mana tanah serta bangunan tempat usaha tidak diikutkan. Tidak hanya itu, UMKM mampu dimaknai juga mnejadi aktifitas ekonomi yang mempunyai omzet penjualan tahunan paling banyak, yakni Rp1.000.000.000,- serta milik warga negara Indonesia (Margolang et al. 2024).

Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) yaitu sebuah aktifitas yang megkaji dengan mendalam terkait sebuah upaya maupun bisnis yang akan dijelaskan. Dengan tujuan menetapkan layak maupun tidak usaha tersebut berlangsung (Lestari, Rahayu, and Hastuti 2023). Adapun definisi lain tentang studi kelayakan bisnis, yaitu suatu teori yang mengkadi dengan komprehensif juga mendalam terkait dengan kelayakan suatu usaha (Fitriani, Sudono, and Handyastuti 2018).

Aspek Manajemen

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012, hlm. 168) menjelaskan mengenai komponen ini menjadi komponen yang sangat penting dianalisa dalam kelayakan studi kelayakan gisnis. Dikarenakan meskipun sebuah usaha sudah disebut layak dalam dijalankan tanpa dikuatkan dari manajemen maupun organisasi secara tepat, bahkan tidak mungkin akan terdapat kegagalan. Pada manajemen hal yang harus diketahui yaitu terkait perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan secara tepat dalam memperoleh tujuan perusahaan maupun organisasi tersebut.

Ketika menganalisa studi kelayakan bisnis komponen manajemen serta SDM penting dilakukan analisa karena ketika melaksanakan suatu organisasi, manajemen satu terhadap lainnya terdapat hbungan pekerjaan. Sebuah organisasi pasti diibaratkan seperti sebuah tubuh, jika akan melaksanakan suatu perusahaan akan tetapi sebagian pada organ tubuh kurang siap dalam menerima perubahan tersebut sehingga perubahan yang sudah dijalankan tidak akan mampu dilaksanakan (Nurjanah 2013).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dimanfaatkan untuk penelitian ini merupakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan menjadi penelitian yang memiliki tujuan dalam memahami kejadian tentang apa yang terdapat pada subjek penelitian seperti perilaku, tindakan, motivasi, dan lainnya dengan holistic serta dengan metode deskripsi yang berupa kata-kata serta bahasa, dalam sebuah bahasan khusus secara alamiah dengan menggunakan beberapa metode alamiah. Metode yang dimanfaatkan merupakan studi pustaka (library research), pengumpulan data dengan menggunakan sumber dan merkontruksi dari beberapa sumber misalnya buku, jurnal, maupun berbagai riset yang telah terdapat (Adlini et al. 2022).

PEMBAHASAN

Upaya Membangun Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi sebuah standart yang harus diusahakan jika ingin menunjukkan secara optimal juga maksimal dalam suatu bisnis/usaha. Dengan spesifik aktifitas tersebut yaitu metode, prosedur, atau juga sistem yang terdapat menjadi satu kesatuan dalam memperoleh pelayanan secara memuaskan.

Sejumlah faktor yang harus diketahui ketika membangun kualitas pelayanan diantaranya dengan memperoleh faktor pendukung yang menjadikan kepuasan pelanggan, antara lain (rosidah, n.d.) :

1. Kepuasan Masyarakat

Sektor usaha harus dapat memperoleh informasi berhubungan terhadap apa yang dijadikan harapan konsumen yang ingin dipuaskan maupun harus melihat dari sudut pandang pelanggan. Kepuasan konsumen didefinisikan menjadi tingkat perasaan individu sesuai membandingkan (kinerja maupun hasil) yang dirasakan dibandingkan terhadap harapannya (Maryati, Darna, and Muhidin 2020). Perusahaan harus mengukur kepuasan pelanggan dalam meninjau umpan balik atau juga saran yang mampu diperoleh dari perusahaan bagi kepentingan pengembangan serta implemetasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan, dijelaskan empat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Ghozali 2011) :

- a. Sistem keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berfokus dalam pelanggan (customer centered) seharusnya memberikan peluang untuk pelanggannya dalam memberikan saran, pendapat, maupun keluhan mereka.
- b. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak mampu berpendapat mengenai sistem keluhan maupun saran mampu mendeskripsikan dengan lengkap kepuasan serta kekecewaan pelanggan. Perusahaan secara responsive memperoleh kepuasan pelanggan menggunakan metode survey berkala. Mereka memberikan daftar pertanyaan maupun menelpon sebuah kelompok acak pada pelanggan mereka dalam memahami perasaan untuk beberapa komponen kinerja perusahaan. Perusahaan mampu menanyakan juga pendapat pembeli mengenai kinerja perusahaan pesaing.
- c. Ghost Shopping (pembeli bayangan). Metode tersebut dijalankan menggunakan metode menugaskan beberapa orang (ghost shopper) agar berperan menjadi pelanggan maupun pembeli potensial produk perusahaan pesain dalam melaporkan titik-titik kuat atau juga titik-titik lemah yang mereka alami ketika membeli produk perusahaan atau juga produk pesaing. Ghost shopper mampu mengamati juga cara penanganan setiap keluhan.
- d. Lost customer analysis (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan seharusnya menghubungi beberapa konsumen yang sudah berhenti membeli maupun yang sudah berpindah pemasok agar mampu mengetahui mengapa hal tersebut berlangsung serta usaha mampu mengambil kebijaksanaan maupun penyempurnaan berikutnya.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk dimaknai menjadi gabungan dari sifat dengan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran mampu mencukupi ketentuan kebutuhan pelanggan maupun menilai hingga seberapa jauh sifat serta karakteristik tersebut memahami kepeluannya (Agustina et al. 2019). Pelanggan akan merasa puas kalau setelah membeli produk baik barang atau jasa dapat memuaskan kebutuhannya. Kepuasan ini disebabkan karena produk yang telah dibeli telah diterima dan mampu memenuhi harapan. Adapun harapan pelanggan terhadap produk tersebut sangat berbeda antara pelanggan yang satu dengan yang lain. Hal ini disebabkan karena manusia mempunyai kebutuhan dalam kepuasan yang berbeda.

Ada beberapa elemen dari dimensi produk, antara lain :

- a. *Performance*, merupakan dimensi dasar yang berkaitan dengan fungsi utama, contoh, konsumen akan kecewa jika makanan yang dibeli tidak enak dimakan.
- b. *Reability*, merupakan kualitas yang melekat pada produk/barang yang dibeli. Sebagai contoh kalau barang berwujud televisi kualitas yang ditunjukkan adalah kejernihan warna.
- c. *Feature*, maksudnya beberapa tampilan tambahan produk yang ditawarkan sehingga konsumen sedikit dipuaskan. Biasanya hal tersebut adalah sebagai faktor sekunder, seperti adanya fasilitas tambahan untuk produk handphone dengan dapat digunakan untuk memprotet.

3. Harga

Harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga maka harga yang murah memberikan kepuasan kepadanya karena mereka akan memperoleh *value for money* yang tinggi.

(Menurut Kotler dan Gary 2008), harga dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu :

- a. Keterjangkauan Harga
Keterjangkauan harga merupakan harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis disuatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.
- b. Diskon/Potongan Harga
Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual.
- c. Cara Pembayaran
Cara pembayaran menjadi tahapan serta mekanisme pembayaran sebuah produk maupun jasa sejalan terhadap peraturan yang terdapat. Kemudahan untuk melaksanakan pembayaran mampu menjadi salah satu pertimbangan untuk nasabah ketika melaksanakan keputusan pembelian, dikarenakan apabila fasilitas pembayaran tersebut masih kurang optimal maupun tidak memberikan kemudahan bagi pelanggan, sehingga hal tersebut mampu mengakibatkan masalah baru untuk konsumen.

4. Service Quality

Untuk menunjukkan kepuasan pelanggan *service quality* sebagai komponen utama yang harus di upayakan. Walaupun pada sisi produk sudah meyakinkan agar mampu menunjukkan kepuasan untuk pelanggan akan tetapi jika pada kegiatan pelayanan dari penjual masih kurang optimal kemungkinan yang berlangsung pelanggan kurang merasa diberikan kepuasan terhadap pembelian produk maupun jasa yang mereka selesaikan. Kepuasan dengan kualitas pelayanan berhubungan terhadap aspek sikap serta perilaku yang saat melayani calon konsumen. Maka dari itu, sehingga pelaksanaan training berhubungan terhadap pembentukan sikap dan perilaku harus dilaksanakan dari Perusahaan.

Service quality mempunyai 5 dimensi antara lain (Eni, Yohana and Yuliana 2018) :

- a. “Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Contoh: kolam renang yang kotor dan keruh bakal di nilai jelek oleh pelanggan.
- b. Reliabilitas (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar fee konsultasi. Namun bila gagal mewujudkan apa yang diinginkan oleh klien, fee konsultasi tidak akan dibayar penuh.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pernah menelepon layanan pelanggan penyedia jasa ponsel anda? Berapa lama harus menunggu sebelum ada yang menjawab telepon? Apakah anda dilayani mesin penjawab? Apakah anda dipingpong kesana kemari sebelum akhirnya dibantu?
- d. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Bila anda harus menjalani operasi ginjal, anda tentu saja ingin mendapat jaminan bahwa dokter yang melayani anda benar-benar kompeten. Mari sebelum akhir dibantu?
- e. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.”

5. Emotional Factor

Kepuasan pelanggan bisa ditumbuhkan karena perusahaan mempunyai brand image yang dimiliki oleh perusahaan yang bersangkutan. Dengan brand

image tersebut pelanggan yang memakai produk atau menggunakan jasa perusahaan maka secara emotional pelanggan akan merasa bangga atau dan harga dirinya lebih bisa dirasakannya sehingga mereka merasa puas. Beberapa jenis produk, misalnya saja merk baju yang terkenal, sepatu dengan merk yang terkenal, jam tangan dengan merk yang terkenal atau apa saja produk yang sudah dikenal masyarakat meskipun harganya mahal tetapi dibeli juga karena berkaitan dengan gaya hidup. Jadi masyarakat membelinya karena faktor emotional value. Perasaan bangga, harga diri, martabat bagi yang memakai produk merupakan faktor emotional yang dapat ditumbuhkan oleh perusahaan akan barang / jasa yang ditawarkan.

6. Faktor Mendapatkan Kemudahan

Masyarakat akan memakai atau membeli barang / jasa karena merasa lebih mudah dalam mendapatkannya. Ada beberapa perusahaan membuka cabang - cabang di beberapa daerah untuk memudahkan konsumen membelinya atau mendapatkan apa yang dibutuhkannya. misalnya saja beberapa Bank membuka ATM di beberapa tempat, Bank membuka cabang-cabangnya di beberapa daerah. Lokasi juga merupakan faktor penting karena kemudahan akses merupakan faktor-faktor yang memberi kontribusi pada kesuksesan pemilihan lokasi.

Pilihan lokasi merupakan faktor bersaing dalam usaha menarik pelanggan. Perusahaan-perusahaan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi, termasuk perhitungan transportasi, penelitian yang didasarkan pada kebiasaan belanja pelanggan, metode analisis lokasi, dan sebagainya. Perusahaan sebaiknya perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk pengembangan di masa depan (Aufa 2015).

Sedangkan menurut (Tjiptono 2001) ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi :

- a. Akses yang mudah dijangkau
- b. Ekspansi, tersedianya lahan yang luas untuk melakukan perluasan
- c. Lingkungan daerah sekitar
- d. Kemudahan untuk dilihat
- e. Lalu lintas
- f. Tempat parkir yang luas dan nyaman
- g. Persaingan di lokasi sekitar
- h. Peraturan Pemerintah

Prinsip Prinsip Pelayanan Publik

Prinsip-prinsip pelayanan prima yang mana prinsip-prinsip berdasarkan Gesperz dituliskan pada Kepmenpan nomor 63 tahun 2003, seperti di bawah ini (Darwis Darwis and Mukhlis Ishaka 2019) :

- a. "Kesederhanaan, yakni prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah difahami dan mudah dilaksanakan.
- b. Kemudahan akses, tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

- c. Kejelasan, yakni menyangkut: Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik, unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam pemberian pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik, dan rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
- d. Kepastian waktu, yakni pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- e. Kelengkapan sarana dan prasarana, yakni tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
- f. Akurasi, yakni produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.
- g. Keamanan, yakni proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
- h. Tanggung Jawab, yakni pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelayanan public.
- i. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan, yakni pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan Ikhlas.
- j. Kenyamanan. Lingkungan pelayanan harus tertib teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.”

KESIMPULAN

Dari penelitian yang dijalankan dari peneliti, sehingga mampu diperoleh kesimpulan mengenai kepuasan konsumen dengan pelayanan masih tergolong kurang maksimal ketika melayani, karena dalam pelaksanaannya ternyata Restoran Bebek Sinjay Cab. Bangkalan belum mengimplementasikan point-point yang dijabarkan penulis terutama dalam Service Quality dan Mendapatkan Kemudahan. Para pembeli yang berlokasi jauh tidak mendapat kemudahan dalam bertransaksi via online. Penulis dapat menyarankan pengimplementasian Upaya-upaya diatas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Restoran Bebek Sinjay Cab. Bangkalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, and Sauda Julia Merliyana. 2022. “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka.” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6 (1): 974-80. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- AFRIDATUL AULIYAH. 2017. “DESAIN INTERIOR ‘RESTORAN BEBEK SINJAY MADURA’ BERKONSEP TRADISIONAL DENGAN PENDEKATAN BUDAYA MADURA.” *Jurnal Sains Dan Seni ITS*. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx>.

- doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1.
- Agustina, Eva, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, and Nana Triapnita Nainggolan. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar." *Maker: Jurnal Manajemen* 5 (1): 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>.
- Aufa, zan denniar. 2015. "Analisis Pengaruh Ragam Menu , Persepsi Harga , Ambarawa."
- çimen, sabri, Faiz Albar Nasution, and Mokhammad Samsul Arif. 2020. "VARIABEL – VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY CABANG SURABAYA." *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*. <https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>.
- Darwis Darwis, and Mukhlis Ishaka. 2019. "Analisis Implementasi Kebijakan Terhadap Pelaksanaan Kepmenpan No. 63 Tahun 2003 Dalam Pelaksanaan Pelayanan Kebutuhan Dasar Masyarakat Di Kota Bima Ntb." *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 16 (1): 10–26. <https://doi.org/10.59050/jian.v16i1.13>.
- Eni, Yohana and Yuliana, Yuliana. 2018. "HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN PASIEN DI KLINIK UTAMA BP2IP BAROMBONG MAKASSAR TAHUN 2018."
- Fitriani, Irna Novia, Agus Sudono, and Indriyani Handyastuti. 2018. "Studi Kelayakan Bisnis Bakso Lotus Jembar." *The Journal Gastronomy Tourism* 5 (1): 53–63. <https://doi.org/10.17509/gastur.v5i1.22213>.
- Ghozali, Imam. 2011. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo." *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi XII. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lestari, Aris Sri, Nita Rahayu, and Indra Hastuti. 2023. "Study Kelayakan Bisnis Baso Solo Pak Boy." *Seminar Nasional Hubisntek* 3 (1): 309–16. <http://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2676>.
- Margolang, Ade Irvan, Khairul Amri Silalahi, M Rezi, and Syahbanda Nst. 2024. "Rencana Bisnis Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Di Era Digitalisas." *Jurnal Ilmiah Multidisipline* 425 (12): 425–33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10449125>.
- Maryati, Nana Darna, and Ali Muhidin. 2020. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PD. Sumber Rezeki Singaparna)." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 2: 104–15. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2475>.
- Nurjanah, Santi. 2013. "Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada PT Dagang Jaya Jakarta." *The Winners* 14 (1): 20. <https://doi.org/10.21512/tw.v14i1.641>.
- rosidah. n.d. "Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Dalam Organisasi."
- Rosna Dewi. 2022. "DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KELANGSUNGAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL MENENGAH) DI KABUPATEN SIDOARJO." *Jurnal Mitra Manajemen* 5 (11): 1558–72. <http://e->

- jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69.
- Rustiarini, Dwi widiyani. 2015. "Pembinaan Aspek Manajemen." *Pembinaan Aspek Manajemen Pada Kelompok Usaha Oleh-Oleh Khas Bali*. 04 (02): 128–37.
- Srijani, Kadeni, Ninik. 2020. "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 8 (2): 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>.
- Yoga Pratama, , M. Hurairah, Dkk. 2023. "PENGETAHUAN MASYARAKAT MENGENAI UMKM DI KELURAHAN AIR BATU DAN AIR BATU JAYA" 1 (1): 60.
- Zahroh, Anilatus, Octaviana Arisinta, and Romiftahul Ulum. 2023. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melalui Manajemen Pelayanan Pada Restoran Bebek Sinjay Bangkalan." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8 (2): 412–22. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2502>.