

## Pengaruh Melayani Konsumen Berbelanja dalam Menghadapi Pelanggan Pada Rumah Makan Gumarang Tigaraksa Tangerang

Nurhadi

AMIK BSI Tangerang

e-mail: nurhadi.nhd@bsi.ac.id

**Abstrak** – Penulisan membahas mengenai pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang. Pelayanan yang diberikan pada dasarnya tergantung pada karyawan suatu perusahaan. Customer Service perlu dibekali pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan agar dapat memberikan pelayanan berkualitas. Penelitian dilakukan di wilayah kecamatan Tigaraksa terutama desa cibadak dalam beberapa wilayah di jalan balaraja tigaraksa kabupaten tangerang Banten pada tanggal 30 Januari sampai 01 Maret 2018 pendekatan menggunakan regresi dan korelasi penelitian disebarkan menggunakan skala likert disebarkan 100 responden yang didapat secara validitas sebanyak 30 responden. Berdasarkan perhitungan diperoleh angka korelasi antara pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang sebesar .565<sup>a</sup> korelasi sebesar .295 artinya pengaruh berbelanja secara simultan dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif), searah artinya jika pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang juga tinggi. Korelasi kedua variabel bersifat signifikan karena angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Besarnya angka R Square ( $r^2$ ) sebesar .319 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .319% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 99.6%.

**Kata Kunci:** Tangible, Responsiveness, Assurance, Customer Service, entrepreneurship,

### PENDAHULUAN

Rumah makan padang khususnya ditangerang sangat luar biasa terutama menu serba ada cita rasa goyang lidah memuaskan bagi pelanggan.

Masakan padang salah satu masakan adat minang disantero nusantara semua orang Indonesia mengetahui masakan tersebut, penulis ingin mengetahui sejauh mana apakah pelayanan yang dilakukan oleh rumah makan gumarang lebih mengutamakan citarasa ketimbang pelayanan pada pelanggan atau sebaliknya apakah keduanya satu sama lain menjadi penggabungan antara pelayanan dan kualitas cita rasa.

Tangerang adalah salah satu daerah industri ditengah ibukota Jakarta terutama Jabodetabek hal ini daerah tersebut adalah daerah singgah semua daerah terutama urban yang bekerja didomisili ditangerang terutama industri brikat, assembling dan transportasi dan dibidang jasa lainnya terutama perbankan, dan non perbankan, serta pendidikan.

Pelayanan terutama dirumah makan padang sangat unik berbeda dengan pelayanan lainnya seperti usaha-usaha lainnya, hal ini penulis sangat tertarik terutama pelayanan yang khas terutama khusus pemuda-pemudi minang kabau.

Customer Service merupakan salah satu pekerjaan yang diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan kepada *customer*.

Menurut Rangkuti, Freddy (2016:67) mengemukakan bahwa “*Customer service* merupakan sebuah strategi memberikan servis yang berarti bagi pelanggan”.

Menurut Kasmir (2010:180) mengemukakan bahwa “Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Tidak mudah untuk menjadi *customer service*, untuk itu diperlukan adanya persyaratan yang harus dipenuhi untuk menjadi seorang *customer service* agar mampu menjadi seorang *customer service* yang cakap, handal, dan memiliki kinerja yang baik agar mampu mengemban tugas. Menurut Kasmir (2010:187) syarat-syarat seorang *customer service*, yaitu:

#### 1. Persyarat fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat badan, misalnya wanita 160cm dan laki-laki 165cm. Kemudian harus memiliki wajah yang menarik dan menawan. Petugas *customer service* juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya seorang *customer service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Di samping itu, petugas harus memiliki penampilan yang

- menarik, badan, dan pakaian rapi dan bersih, serta mempunyai badan yang seimbang antara berat dan tinggi.
2. **Persyaratan mental**  
*Customer service* harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa. *Customer service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati, dan punya rasa tanggung jawab.
  3. **Persyaratan kepribadian**  
Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran, dan rasa tidak puas. Kemudian *customer service* juga harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.
  4. **Persyaratan sosial**  
*Customer service* harus memiliki jiwa sosial tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti yang luhur, pandai bergaul, pandai bicara, dan fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerja sama dengan berbagai pihak.

#### **Karakteristik Pelayanan**

Ada beberapa karakteristik pelayanan. Menurut Hardiyansyah (2011:35) ada tiga karakteristik pelayanan, yaitu:

1. Pelayanan sifatnya tidak dapat diaraba, pelayanan sangat berlawanan dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindak sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

#### **Prinsip Pelayanan**

Ada beberapa prinsip dalam pelayanan. Menurut Lovelock dalam Iswanto, Setyobudi (2014:143), yaitu:

1. *Tangible* (terjamah) seperti kemampuan fisik, peralatan, personil, dan komunitas material.
2. *Realible* (handal), kemampuan membentuk pelayanan yang dijanjikan dapat tepat dan memiliki keajengan.

3. *Responsiveness*. Rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), pengetahuan, perilaku, dan kemampuan pegawai.
5. *Empaty*, perhatian perorangan pada pelanggan.

#### **Dasar-dasar Pelayanan**

Pelayanan yang diberikan pada dasarnya tergantung pada karyawan suatu perusahaan. *Customer Service* perlu dibekali pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan agar dapat memberikan pelayanan berkualitas. Menurut Kasmir (2011:18) dasar-dasar pelayanan sebagai berikut:

1. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.  
*Customer service officer* harus mengenakan seragam yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pakaian yang dikenakan harus memberikan kesan yang benar-benar memikat konsumen.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum.  
Dalam melayani nasabah, *customer service officer* tidak boleh ragu-ragu, akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. *Customer service* juga harus bersikap akrab dan penuh senyum dengan raut muka yang menarik setulus hati serta tidak dibuat-buat.
3. Menyatat dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama nasabah.  
Pada saat melayani nasabah, *customer service officer* harus dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, dan sopan dalam bersikap, kemudian tunjukkan sikap menghormati sekaligus berusaha memahami nasabah.
4. Tenang, sopan, dan hormat tekun mendengarkan setiap pembicaraan.  
Pada saat melayani *customer service officer* harus tekun mendengarkan pembicaraan dan berusaha menerima keluhan nasabah dengan baik. Tekun mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik.  
*Customer service officer* harus tekun mendengarkan pembicaraan Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar.  
Berbicara baik dengan bahasa yang baik dan benar adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Suara yang digunakan juga harus jelas dalam arti mudah dipahami Bergairah dalam melayani dan tunjukkan kemampuan.
5. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.  
Saat nasabah berbicara jangan menyela atau memotong pembicaraannya. Kemudian hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran, Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. *Customer service officer* juga harus mampu memberikan kepuasan kepada nasabah atas pelayanan yang diberikan.

6. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan. Dalam praktiknya, terkadang ada hal-hal yang tidak mampu atau tidak sanggup kita lakukan sendiri. Dalam hal ini, jika tidak sanggup menangani masalah yang ada, mintalah bantuan kepada yang sanggup menangani permasalahan yang ada.
7. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

1. Sejauh mana pengaruh melayani konsumen berbelanja pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?
2. Sejauh mana pengaruh menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?
3. Sejauh mana pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?

## METODOLOGI PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penulisan penelitian ini membahas mengenai pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang variable yang mendukung yaitu pelayanan, customer service, prodak, pelayanan, wilayah strategis, dalam mendukung pembeli dalam kesukaan berbelanja pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang. Penelitian dilakukan di wilayah kecamatan Tigaraksa terutama desa cibadak dalam beberapa wilayah di jalan balaraja tigaraksa kabupaten tangerang Banten pada tanggal 30 Januari sampai 01 Maret 2018.

### Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka masalah-masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

## Tujuan Penelitian

Dalam menyusun dan melaksanakan penelitian penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut

1. Untuk mengetahui sejauh mana adanya pengaruh melayani konsumen berbelanja pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?
2. Untuk mengetahui sejauh mana adanya pengaruh menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?
3. Untuk mengetahui sejauh mana adanya pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang?

## HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. pengaruh melayani konsumen berbelanja pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang

table 1 model sumari

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.302 <sup>a</sup>	.091	.059	4.664	.091	2.806	1	28	.105	1.977

a. Predictors: (Constant), Melayani

b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 2 anova

Model	ANOVA <sup>b</sup>					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	61.054	1	61.054	2.806	.105 <sup>a</sup>
	Residual	609.163	28	21.756		
	Total	670.217	29			

a. Predictors: (Constant), Melayani

b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 3 Coefficients

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	38.521	4.886		7.885	.000
	Melayani	.461	.275	.302	1.675	.105

a. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka korelasi antara pengaruh melayani dalam menghadapi

pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang sebesar .302<sup>a</sup> korelasi sebesar .059 artinya

pengaruh melayani konsumen berbelanja secara simultan dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif), searah artinya jika pengaruh melayani konsumen dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang juga tinggi. Korelasi kedua variabel bersifat signifikan karena angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Besarnya angka R Square ( $r^2$ ) sebesar .091 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara

pengaruh melayani konsumen dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .091% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 0,99% .

b. pengaruh menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang

table 4 *Model Summary*<sup>b</sup>  
*Model Summary*<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.565 <sub>a</sub>	.319	.295	4.037	.319	13.132	1	28	.001	1.737

a. Predictors: (Constant), Belanja  
b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 5 *ANOVA*<sup>b</sup>  
*ANOVA*<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.972	1	213.972	13.132	.001 <sup>a</sup>
	Residual	456.244	28	16.294		
	Total	670.217	29			

a. Predictors: (Constant), Belanja  
b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 6 *Coefficients*<sup>a</sup>  
*Coefficients*<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	24.832	6.047		4.107	.000
	Belanja	1.372	.379	.565	3.624	.001

a. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka korelasi antara pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang sebesar .565<sup>a</sup> korelasi sebesar .295 artinya pengaruh berbelanja secara simultan dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif), searah artinya jika pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang juga tinggi. Korelasi kedua variabel bersifat signifikan karena angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Besarnya angka R Square ( $r^2$ ) sebesar .319 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .319% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 99.6% .

c. pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang

table 7 *Model Summary*<sup>b</sup>  
*Model Summary*<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.57 <sub>5</sub> <sup>a</sup>	.330	.280	4.078	.330	6.651	2	27	.004	1.748

a. Predictors: (Constant), Belanja, Melayani  
b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 8 ANOVA<sup>b</sup>

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221.209	2	110.605	6.651	.004 <sup>a</sup>
	Residual	449.008	27	16.630		
	Total	670.217	29			

a. Predictors: (Constant), Belanja, Melayani  
 b. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

table 9 ANOVA<sup>b</sup>

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	24.956	6.111		4.083	.000
	Melayani	-.214	.325	-.140	-.660	.515
	Belanja	1.600	.516	.659	3.103	.004

a. Dependent Variable: Pelanggan (customer)

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka korelasi antara pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang sebesar .575<sup>a</sup> korelasi sebesar .280 artinya pengaruh melayani konsumen berbelanja secara simultan dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang cukup kuat dan searah (karena hasilnya positif), searah artinya jika pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang juga tinggi. Korelasi kedua variabel bersifat signifikan karena angka signifikan sebesar 0,000 < 0,05.

Besarnya angka R Square (r<sup>2</sup>) sebesar .330 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .330 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 0,99,9% .

Dari tabel koefisien dapat dikatakan:

1. persamaan Regresi

$$Y = 24.956 + -.214 + 1.600 + e$$

Y = 24.956 artinya jika tidak ada pengaruh melayani konsumen berbelanja dapat ditingkatkan sebesar satu kesatuan, dengan asumsi dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tigaraksa.

X1 = -.214 artinya jika tidak ada pengaruh melayani konsumen berbelanja ditingkatkan sebesar satu kesatuan, dengan asumsi dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksatigaraksa

X2 = 1.600 jika pengaruh melayani konsumen berbelanja ditingkatkan sebesar satu kesatuan,

dengan asumsi dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang tigaraksa.

## 2. Hasil uji hipotesis

F hitung = 6.651, dibandingkan dengan F tabel yang menggunakan taraf kesalahan 5% diperoleh nilai F tabel = 2,042 jadi F hitung > F tabel (6.651 > 2.042), maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya tidak ada pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Tangerang adalah salah satu daerah industry ditengah ibukota Jakarta terutama Jabodetabek hal ini daerah tersebut adalah daerah singgah semua daerah terutama urban yang bekerja didomisili ditangerang terutama industry brikat, assembling dan transportasi dan dibidang jasa lainnya terutama perbankan, dan non perbankan, serta pendidikan. Pelayanan yang diberikan pada dasarnya tergantung pada karyawn suatu perusahaan. *Customer Service* perlu dibekali pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan agar dapat memberikan pelayanan berkualitas
2. Besarnya angka R Square (r<sup>2</sup>) sebesar .091 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh melayani konsumen dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .091% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 0,99% .
3. Besarnya angka R Square (r<sup>2</sup>) sebesar .319 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh berbelanja dalam menghadapi

pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .319% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 99.6%

4. Besarnya angka R Square ( $r^2$ ) sebesar .330 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat antara pengaruh melayani konsumen berbelanja dalam menghadapi pelanggan pada rumah makan gumarang tigaraksa tangerang (koefisien determinan). Angka tersebut mempunyai maksud bahwa sebesar .330 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 0,99,9% .

#### **REFERENSI**

Daryanto dan Ismayanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.

Ismanto, Setyobudi. 2014. *Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Kasmir. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Lukman. 2008. *Pengertian Pelayanan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rankut, Freddy. 2016. *Customer Care Excellence*. Jakarta. PT Gamedia Pustaka Utama.