

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI DALAM PELAYANAN RESTORAN

Dessy Natalia¹, Hari Iskandar², Chloe Santoso³, Olivia Cindy Bella⁴, Violin Juneycia⁵

Universitas Pelita Harapan^{1,3,4,5}; Universitas Bunda Mulia²

dessy.natalia@uph.edu¹, hiskandar@bundamulia.ac.id², 01541230102@student.uph.edu³,

01541230081@student.uph.edu⁴, 01541230099@student.uph.edu⁵

Corresponding Author: Dessy Natalia, dessy.natalia@uph.edu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran serta dampaknya terhadap kepuasan dan pengalaman pelanggan. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam industri kuliner, khususnya dalam aspek pelayanan seperti penggunaan aplikasi pemesanan online, sistem pembayaran digital, self-service kiosk, serta penggunaan QR code menu yang semakin umum digunakan di berbagai restoran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan restoran yang telah menggunakan layanan berbasis teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memiliki persepsi positif terhadap penggunaan teknologi karena dinilai mampu meningkatkan efisiensi pelayanan, mempercepat proses pemesanan, serta memberikan kemudahan dalam transaksi. Namun demikian, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pemahaman teknologi bagi sebagian pelanggan serta berkurangnya interaksi langsung dengan pelayan yang dapat mempengaruhi pengalaman emosional pelanggan. Oleh karena itu, restoran perlu mengoptimalkan penggunaan teknologi dengan tetap memperhatikan aspek pelayanan personal agar tercipta keseimbangan antara efisiensi dan kualitas pengalaman pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku industri restoran dalam mengembangkan strategi pelayanan berbasis teknologi yang lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Persepsi pelanggan, teknologi restoran, pelayanan, kepuasan pelanggan, digitalisasi

PENDAHULUAN

Persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk dikaji secara mendalam dalam era digitalisasi yang berkembang pesat saat ini. Di mana hampir seluruh sektor industri, termasuk industri kuliner, mengalami transformasi signifikan akibat integrasi teknologi dalam berbagai aspek operasional dan pelayanan. Restoran tidak lagi hanya mengandalkan interaksi konvensional antara pelayan dan pelanggan, melainkan mulai memanfaatkan berbagai inovasi seperti sistem pemesanan berbasis aplikasi, penggunaan QR code untuk akses menu digital, pembayaran cashless melalui dompet elektronik, hingga penerapan kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi layanan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan,

kecepatan, dan kenyamanan bagi pelanggan dalam menikmati layanan yang tersedia. Namun demikian, keberhasilan dari penerapan teknologi tersebut sangat bergantung pada bagaimana pelanggan memandang, memahami, dan merasakan manfaat dari teknologi tersebut dalam pengalaman mereka. Persepsi yang positif akan mendorong penerimaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan persepsi yang negatif justru dapat menimbulkan resistensi dan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh restoran (Iqbal, 2024).

Dalam konteks perilaku konsumen, persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran tidak terbentuk secara sederhana, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut meliputi tingkat kemudahan penggunaan teknologi, manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, tingkat kepercayaan terhadap sistem digital, serta pengalaman sebelumnya dalam menggunakan teknologi serupa. Selain itu, karakteristik demografis seperti usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang sosial ekonomi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara pelanggan menilai teknologi yang digunakan dalam pelayanan restoran. Pelanggan yang lebih muda dan terbiasa dengan teknologi digital cenderung memiliki persepsi yang lebih positif dibandingkan dengan pelanggan yang lebih tua atau kurang familiar dengan teknologi. Perbedaan ini menciptakan tantangan tersendiri bagi restoran dalam merancang sistem pelayanan berbasis teknologi yang dapat diterima oleh berbagai segmen pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor pembentuk persepsi pelanggan menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan implementasi teknologi dalam pelayanan restoran (Kurniati et al., 2024).

Penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran juga memberikan peluang besar dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan interaktif. Melalui teknologi, restoran dapat mengumpulkan data preferensi pelanggan yang kemudian digunakan untuk memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan selera individu. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat hubungan antara pelanggan dan restoran dalam jangka panjang. Namun demikian, di balik manfaat tersebut, terdapat pula kekhawatiran terkait keamanan data pribadi yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi. Pelanggan mungkin merasa ragu atau tidak nyaman jika mereka merasa data pribadi mereka tidak terlindungi dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi restoran untuk memastikan bahwa sistem teknologi yang digunakan memiliki tingkat keamanan yang tinggi serta mampu menjaga privasi pelanggan secara optimal (Nareswari & Suryaningsih, 2024).

Selain memberikan kemudahan, penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran juga dapat mengubah pola interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Pelanggan kini memiliki kontrol yang lebih besar dalam menentukan pilihan mereka tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pelayan. Bagi sebagian pelanggan, hal ini dianggap sebagai bentuk efisiensi dan kebebasan dalam menikmati layanan. Namun bagi sebagian lainnya, terutama yang menghargai interaksi sosial, penggunaan teknologi justru dapat mengurangi nilai pengalaman makan di restoran. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap teknologi tidak selalu bersifat positif, melainkan dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu. Oleh karena itu, restoran perlu mempertimbangkan keseimbangan antara penggunaan teknologi dan interaksi manusia dalam memberikan pelayanan.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, restoran dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pelanggan, termasuk dalam hal pemanfaatan teknologi. Penggunaan teknologi dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Namun, implementasi teknologi yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan justru dapat menimbulkan

dampak negatif. Persepsi pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan penerapan teknologi dalam pelayanan restoran. Jika pelanggan merasa puas dengan penggunaan teknologi, maka kemungkinan besar mereka akan kembali dan menjadi pelanggan loyal. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak nyaman, maka hal tersebut dapat menurunkan minat mereka untuk kembali.

Kajian mengenai persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran menjadi sangat penting untuk dilakukan. Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pelanggan menilai dan merespons inovasi teknologi yang diterapkan oleh restoran. Hasil kajian tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi pelayanan yang lebih efektif dan efisien. Restoran dapat menyesuaikan penggunaan teknologi dengan karakteristik dan preferensi pelanggan yang menjadi target pasar mereka. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Pada akhirnya, pemanfaatan teknologi yang tepat dapat membantu restoran dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensi di tengah perkembangan industri kuliner yang semakin dinamis.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Persepsi Pelanggan

Persepsi pelanggan merupakan suatu proses psikologis yang sangat kompleks di mana individu menerima, memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan berbagai informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitarnya untuk membentuk pemahaman terhadap suatu layanan atau produk. Dalam konteks pelayanan restoran, persepsi pelanggan menjadi sangat penting karena akan menentukan bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan yang mereka terima secara keseluruhan. Persepsi ini tidak hanya terbentuk dari pengalaman langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh ekspektasi awal, citra merek, serta pengalaman sebelumnya yang pernah dirasakan oleh pelanggan. Selain itu, faktor emosional seperti perasaan nyaman, puas, atau kecewa juga turut berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu layanan. Setiap pelanggan memiliki latar belakang, preferensi, dan tingkat pemahaman yang berbeda sehingga persepsi yang terbentuk pun dapat bervariasi meskipun mereka menerima layanan yang sama. Oleh karena itu, memahami persepsi pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi restoran dalam menciptakan strategi pelayanan yang efektif dan sesuai dengan harapan pelanggan (Rorizanda & Suharto, 2024)

Persepsi pelanggan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan dan membentuk penilaian secara menyeluruh terhadap suatu layanan restoran. Faktor internal meliputi motivasi, pengalaman, serta sikap pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi kualitas layanan yang diberikan, kemudahan akses, serta interaksi antara pelanggan dengan karyawan restoran. Dalam era digital saat ini, teknologi menjadi salah satu faktor utama yang turut memengaruhi persepsi pelanggan terhadap pelayanan restoran. Pelanggan cenderung memberikan penilaian positif jika teknologi yang digunakan mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam proses pelayanan. Sebaliknya, jika teknologi dianggap rumit atau tidak membantu, maka hal tersebut dapat menimbulkan persepsi negatif yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Teknologi

Teknologi dalam industri restoran merujuk pada berbagai sistem dan inovasi digital yang digunakan untuk mendukung operasional serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Bentuk teknologi yang digunakan sangat beragam, mulai dari sistem pemesanan digital, aplikasi mobile, penggunaan QR code, hingga sistem pembayaran non-tunai yang terintegrasi. Kehadiran teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat proses pelayanan, serta mengurangi kesalahan dalam operasional restoran. Selain itu, teknologi juga memungkinkan restoran untuk memberikan pengalaman yang lebih modern dan praktis bagi pelanggan. Pelanggan dapat dengan mudah memesan makanan, melakukan pembayaran, serta mendapatkan informasi menu hanya melalui perangkat digital. Dengan demikian, teknologi menjadi salah satu elemen penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di industri restoran (Budhiartha & Wibowo, 2025)

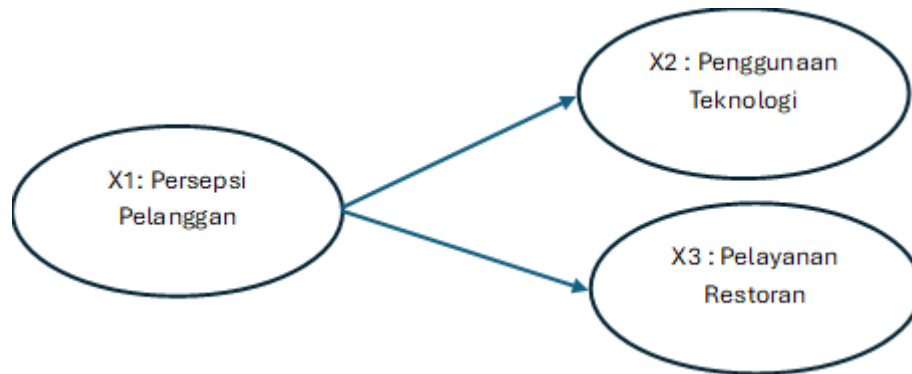
Penerapan teknologi dalam pelayanan restoran juga memiliki tantangan yang perlu diperhatikan secara serius oleh pelaku usaha. Tidak semua pelanggan memiliki tingkat literasi digital yang sama sehingga penggunaan teknologi dapat menimbulkan kesulitan bagi sebagian pelanggan. Selain itu, gangguan sistem atau error dalam teknologi juga dapat menghambat proses pelayanan dan menurunkan kualitas pengalaman pelanggan. Isu keamanan data pribadi juga menjadi perhatian penting dalam penggunaan teknologi digital di restoran. Pelanggan perlu merasa aman saat menggunakan sistem pembayaran atau aplikasi digital yang disediakan oleh restoran. Oleh karena itu, restoran harus mampu memastikan bahwa teknologi yang digunakan tidak hanya canggih tetapi juga mudah digunakan, aman, dan dapat diandalkan.

c. Pelayanan Restoran

Pelayanan restoran merupakan suatu rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan selama mereka berada di restoran. Pelayanan ini mencakup berbagai aspek mulai dari penyambutan pelanggan, proses pemesanan, penyajian makanan, hingga pelayanan setelah konsumsi. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap restoran. Pelayanan yang baik tidak hanya ditandai dengan kecepatan dan ketepatan, tetapi juga dengan sikap ramah, sopan, dan profesional dari karyawan. Selain itu, suasana restoran dan kenyamanan lingkungan juga turut memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pelayanan restoran harus dirancang secara menyeluruh untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan (Simatupang & Kurniawan, 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi, pelayanan restoran mengalami perubahan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan tidak lagi sepenuhnya bergantung pada tenaga manusia, tetapi mulai melibatkan teknologi digital. Penggunaan self-service kiosk, aplikasi pemesanan, dan sistem otomatisasi menjadi bagian dari inovasi dalam pelayanan restoran. Di satu sisi, teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu tunggu pelanggan. Namun di sisi lain, penggunaan teknologi juga dapat mengurangi interaksi sosial yang menjadi ciri khas pelayanan tradisional. Oleh karena itu, restoran perlu mampu menyeimbangkan antara penggunaan teknologi dan sentuhan manusia dalam memberikan pelayanan (Susanti et al., 2025).

d. Kerangka Berpikir

Gambar 1. Kerangka Berpikir



METODE

Persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran dalam penelitian kualitatif dipahami sebagai bagaimana pelanggan memaknai, merasakan, dan menilai pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan berbagai bentuk teknologi seperti sistem pemesanan digital, aplikasi kasir otomatis, menu berbasis QR code, hingga layanan pembayaran non-tunai, yang semuanya tidak hanya dilihat dari sisi fungsi praktis tetapi juga dari sisi kenyamanan, kemudahan, kecepatan, serta kepuasan emosional yang dirasakan pelanggan selama proses pelayanan berlangsung, sehingga dalam metode kualitatif peneliti akan menggali pengalaman subjektif pelanggan secara mendalam melalui wawancara, observasi, atau diskusi kelompok terarah untuk memahami bagaimana teknologi tersebut mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan, apakah teknologi tersebut dianggap membantu atau justru menyulitkan, serta bagaimana tingkat penerimaan pelanggan terhadap perubahan dari sistem pelayanan konvensional ke sistem berbasis teknologi, dengan fokus utama pada makna yang dibangun oleh pelanggan berdasarkan pengalaman nyata mereka di lapangan, bukan sekadar angka atau data statistik, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sikap, preferensi, serta ekspektasi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam konteks pelayanan restoran.

Dalam pelaksanaan metode penelitian kualitatif, peneliti biasanya menggunakan pendekatan yang fleksibel dan eksploratif dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam kepada pelanggan yang pernah menggunakan layanan restoran berbasis teknologi, observasi langsung terhadap interaksi pelanggan dengan sistem teknologi yang tersedia, serta dokumentasi terhadap berbagai respon atau umpan balik pelanggan, kemudian data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan cara mengidentifikasi pola-pola tertentu yang muncul dari jawaban responden, seperti persepsi kemudahan penggunaan, kecepatan pelayanan, tingkat kepuasan, serta hambatan yang dirasakan, sehingga dari analisis tersebut dapat ditemukan tema-tema utama yang menggambarkan persepsi pelanggan secara utuh, selain itu peneliti juga harus menjaga keabsahan data melalui teknik triangulasi, member check, dan keterlibatan yang cukup lama di lapangan agar hasil penelitian memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga pada akhirnya penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pelanggan tetapi juga dapat menjadi dasar bagi pengelola restoran dalam meningkatkan kualitas pelayanan berbasis teknologi sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran di kawasan Gading Serpong, BSD City, dan Karawaci secara umum cenderung positif terutama dalam aspek kemudahan dan efisiensi pelayanan, di mana sebagian besar pelanggan merasakan adanya perubahan signifikan dalam proses pemesanan yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi lebih cepat dan praktis dengan bantuan teknologi seperti QR code menu dan sistem pemesanan digital, sehingga pelanggan tidak perlu lagi menunggu pelayan datang untuk mencatat pesanan, melainkan dapat langsung memilih menu melalui perangkat pribadi mereka, kondisi ini sangat dirasakan manfaatnya terutama pada saat restoran dalam keadaan ramai karena mampu mengurangi antrean dan waktu tunggu yang biasanya menjadi keluhan utama pelanggan dalam pelayanan konvensional.

Rina Pratiwi (21 tahun, mahasiswa di BSD City) sebagai salah satu narasumber mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran memberikan pengalaman yang jauh lebih efisien dibandingkan sistem manual, ia menyatakan, “Aku ngerasa lebih praktis sih, tinggal scan terus langsung pilih menu, jadi nggak buang waktu nunggu pelayan datang apalagi kalau lagi rame,” pernyataan ini menunjukkan bahwa bagi kalangan muda yang sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, sistem ini justru menjadi solusi yang sangat membantu dalam meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan, bahkan dalam beberapa kasus pelanggan merasa lebih memiliki kontrol terhadap pesanan mereka karena dapat melihat langsung menu secara lengkap tanpa harus terburu-buru saat dilayani oleh pelayan (Putri & Yosepha, 2023). Selain aspek efisiensi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi mampu memberikan kesan modern dan meningkatkan citra restoran di mata pelanggan, terutama bagi konsumen yang menjadikan suasana dan konsep tempat makan sebagai bagian dari pengalaman konsumsi itu sendiri, restoran yang menggunakan teknologi cenderung dianggap lebih inovatif, profesional, dan mengikuti perkembangan zaman sehingga memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan restoran yang masih menggunakan sistem pelayanan tradisional, hal ini menjadi nilai tambah yang tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan tetapi juga pada keputusan mereka untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain (Riupassa, 2025).

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Andi Saputra (24 tahun, karyawan swasta di Karawaci) yang menyampaikan bahwa keberadaan teknologi dalam pelayanan restoran memberikan kesan yang lebih menarik dan terorganisir, ia mengatakan, “Kalau ada sistem kayak gini jadi kelihatan lebih modern dan rapi sih, kayak restoran yang serius ngikutin perkembangan zaman,” yang menunjukkan bahwa persepsi pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas makanan tetapi juga oleh sistem pelayanan yang digunakan, sehingga teknologi dapat menjadi bagian penting dalam membangun branding dan positioning restoran di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat. Namun demikian, tidak semua pelanggan merasakan pengalaman yang sepenuhnya positif karena masih terdapat beberapa kendala dalam penggunaan teknologi tersebut, terutama bagi pelanggan yang kurang familiar dengan perangkat digital atau ketika terjadi gangguan teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil, kondisi ini justru dapat menghambat proses pemesanan dan menimbulkan rasa tidak nyaman bagi pelanggan, sehingga teknologi yang seharusnya mempermudah justru menjadi hambatan dalam situasi tertentu, hal ini menunjukkan bahwa implementasi teknologi dalam pelayanan restoran perlu didukung oleh infrastruktur yang memadai serta sistem yang mudah digunakan oleh semua kalangan.

Siti Rahma (30 tahun, ibu rumah tangga di Gading Serpong) mengungkapkan pengalamannya terkait kendala tersebut dengan menyatakan, “Kadang kalau sinyalnya jelek jadi susah buka menunya, terus juga aku lebih suka kalau bisa tanya langsung ke pelayan biar lebih jelas,” yang menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan akan interaksi langsung antara pelanggan dan pelayan sebagai bagian dari pelayanan yang dianggap lebih personal dan membantu, terutama bagi pelanggan yang tidak terbiasa dengan teknologi atau membutuhkan penjelasan lebih lanjut mengenai menu yang tersedia. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap persepsi pelanggan baik dari segi efisiensi, modernitas, maupun pengalaman pelayanan secara keseluruhan, namun demikian penerapan teknologi juga perlu mempertimbangkan kesiapan pengguna serta tetap menyediakan alternatif pelayanan konvensional agar semua pelanggan dari berbagai latar belakang dapat merasa nyaman, sehingga keseimbangan antara teknologi dan interaksi manusia menjadi kunci utama dalam menciptakan pelayanan restoran yang optimal dan mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan secara menyeluruh.

Temuan penelitian ini juga mengindikasikan bahwa keberhasilan implementasi teknologi dalam pelayanan restoran tidak hanya ditentukan oleh keberadaan perangkat digital itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan secara menyeluruh ke dalam sistem operasional restoran. Integrasi yang tidak berjalan dengan baik berpotensi menimbulkan berbagai kendala baru yang justru menghambat proses pelayanan yang seharusnya menjadi lebih cepat dan efisien. Ketidaksinkronan antara sistem pemesanan digital dengan bagian dapur misalnya dapat menyebabkan kesalahan pesanan yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan sistem internal yang kuat dan terorganisir. Selain itu, karyawan juga dapat mengalami peningkatan beban kerja apabila harus melakukan penyesuaian manual akibat sistem yang tidak terintegrasi. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan sistem yang matang melalui perencanaan dan evaluasi berkelanjutan agar teknologi benar-benar memberikan manfaat optimal.

Aspek pengalaman pengguna atau user experience menjadi faktor yang sangat krusial dalam menentukan keberhasilan penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran. Tidak semua pelanggan memiliki tingkat literasi digital yang sama sehingga sistem yang terlalu kompleks dapat menjadi hambatan dalam proses pemesanan. Desain antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta respons sistem yang cepat menjadi elemen penting dalam mendukung kenyamanan pengguna (Kurniawan, 2022). Apabila pelanggan mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem, maka mereka cenderung merasa frustrasi dan enggan menggunakannya kembali. Hal ini menunjukkan bahwa kecanggihan teknologi harus diimbangi dengan kemudahan akses bagi seluruh kalangan pelanggan. Dengan demikian, pengembangan sistem harus berorientasi pada kebutuhan pengguna agar teknologi dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Di sisi lain, penerapan teknologi dalam pelayanan restoran juga membawa perubahan signifikan terhadap peran tenaga kerja khususnya pelayan. Pelayan tidak lagi hanya berfungsi sebagai pencatat pesanan, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu pelanggan dalam menggunakan sistem digital. Perubahan ini menuntut peningkatan kompetensi terutama dalam hal literasi teknologi dan kemampuan komunikasi interpersonal. Interaksi manusia tetap menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan meskipun sebagian proses telah diotomatisasi. Selain itu, pelayan juga berperan dalam menjembatani kesenjangan antara teknologi dan pelanggan yang mengalami kesulitan. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia menjadi

aspek penting dalam mendukung transformasi digital.

Aspek keamanan data pelanggan juga menjadi perhatian utama dalam penggunaan teknologi pelayanan restoran. Sistem digital sering kali mengharuskan pelanggan untuk mengakses jaringan tertentu atau bahkan memasukkan data pribadi. Kondisi ini membuat pelanggan lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi yang tersedia. Apabila terdapat kekhawatiran terkait kebocoran data, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, restoran perlu memastikan bahwa sistem yang digunakan memiliki standar keamanan yang tinggi. Transparansi dalam pengelolaan data juga penting agar pelanggan merasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan digital. Penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran juga berdampak pada perubahan perilaku pelanggan dalam mengambil keputusan. Pelanggan menjadi lebih mandiri karena dapat melihat dan memilih menu secara langsung melalui perangkat mereka. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk mengeksplorasi berbagai pilihan tanpa tekanan waktu dari pelayan. Di sisi lain, kemudahan akses informasi juga dapat mendorong pembelian impulsif terutama jika terdapat fitur promosi atau rekomendasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat pelayanan tetapi juga sebagai strategi pemasaran. Pengalaman interaktif yang diberikan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi harus dirancang secara strategis agar memberikan manfaat maksimal.

Implementasi teknologi dalam pelayanan restoran menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam cara pelayanan diberikan kepada pelanggan. Teknologi mampu meningkatkan efisiensi sekaligus memberikan kesan modern yang menjadi nilai tambah bagi restoran. Namun demikian, keberhasilan penerapannya tetap bergantung pada kesiapan infrastruktur dan sumber daya manusia. Selain itu, tingkat penerimaan pelanggan terhadap teknologi juga menjadi faktor penentu yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara pelayanan digital dan interaksi langsung agar semua pelanggan dapat merasa nyaman. Dengan pendekatan yang tepat, teknologi dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan restoran secara berkelanjutan.

Penerapan teknologi dalam pelayanan restoran juga membuka peluang bagi pengelola untuk melakukan analisis data pelanggan secara lebih mendalam guna memahami pola perilaku konsumsi yang terjadi, karena setiap interaksi pelanggan dengan sistem digital seperti pemilihan menu, frekuensi pemesanan, hingga preferensi makanan dapat terekam secara otomatis dan diolah menjadi informasi yang bernilai strategis. Data tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, seperti pemberian promo yang dipersonalisasi atau penyesuaian menu berdasarkan tren permintaan pelanggan yang sedang berkembang. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang berbasis data. Namun demikian, pemanfaatan data ini tetap harus memperhatikan aspek etika dan privasi agar tidak menimbulkan kekhawatiran di kalangan pelanggan. Pengelolaan data yang transparan dan bertanggung jawab menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan pelanggan terhadap sistem yang digunakan. Oleh karena itu, restoran perlu memiliki kebijakan yang jelas terkait penggunaan data pelanggan agar manfaat teknologi dapat dirasakan secara optimal tanpa menimbulkan risiko yang merugikan.

Perkembangan teknologi dalam pelayanan restoran juga berpotensi mendorong terciptanya inovasi layanan yang lebih beragam dan kreatif, seperti integrasi dengan sistem pembayaran digital, penggunaan kecerdasan buatan untuk rekomendasi menu, hingga penerapan konsep self-service yang semakin berkembang di berbagai restoran modern. Inovasi-inovasi ini memberikan pengalaman baru bagi pelanggan yang tidak hanya berfokus pada konsumsi

makanan tetapi juga pada interaksi dengan teknologi yang digunakan. Kondisi ini secara tidak langsung meningkatkan daya saing restoran di tengah persaingan industri kuliner yang semakin dinamis dan kompetitif. Namun demikian, inovasi yang dilakukan harus tetap mempertimbangkan kebutuhan dan kenyamanan pelanggan agar tidak terkesan memaksakan penggunaan teknologi yang justru menyulitkan. Keseimbangan antara inovasi dan kemudahan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Oleh karena itu, setiap bentuk inovasi perlu diuji dan disesuaikan dengan karakteristik target pasar yang dilayani.

Keberlanjutan penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam melakukan evaluasi dan adaptasi secara terus-menerus terhadap perkembangan kebutuhan pelanggan dan perubahan lingkungan bisnis, karena teknologi yang relevan saat ini belum tentu tetap efektif di masa yang akan datang. Evaluasi berkala terhadap sistem yang digunakan menjadi penting untuk mengidentifikasi kelemahan serta peluang perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, masukan dari pelanggan juga perlu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan sistem agar teknologi yang diterapkan benar-benar sesuai dengan harapan pengguna. Adaptasi terhadap perkembangan teknologi juga menjadi langkah strategis agar restoran tidak tertinggal dalam persaingan industri. Dengan demikian, penerapan teknologi harus dipandang sebagai proses yang dinamis dan berkelanjutan, bukan sekadar perubahan sesaat. Melalui pendekatan yang adaptif dan responsif, restoran dapat menciptakan sistem pelayanan yang tidak hanya efisien tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan dalam jangka panjang.

Implementasi teknologi dalam pelayanan restoran juga memiliki potensi untuk meningkatkan konsistensi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan karena sistem digital mampu meminimalkan kesalahan manusia dalam proses pencatatan pesanan serta memastikan bahwa setiap instruksi yang diberikan pelanggan dapat diteruskan secara akurat ke bagian dapur tanpa adanya distorsi informasi. Konsistensi ini menjadi sangat penting terutama dalam menjaga standar pelayanan di tengah tingginya jumlah pelanggan yang datang pada waktu-waktu tertentu. Dengan adanya sistem yang terotomatisasi, setiap pesanan dapat diproses dengan alur yang sama sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya perbedaan pelayanan antar pelanggan. Namun demikian, konsistensi berbasis teknologi tetap perlu didukung oleh pengawasan manusia agar kualitas hasil akhir tetap terjaga. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi dan sumber daya manusia harus berjalan secara sinergis untuk mencapai pelayanan yang optimal (Paramita et al., 2017). Oleh karena itu, pengelolaan sistem yang baik menjadi faktor penentu dalam menjaga stabilitas kualitas pelayanan restoran.

Di sisi lain, penerapan teknologi juga dapat memberikan dampak terhadap efisiensi operasional restoran secara keseluruhan karena penggunaan sistem digital mampu mengurangi kebutuhan akan proses manual yang memakan waktu dan tenaga kerja. Efisiensi ini tidak hanya berdampak pada kecepatan pelayanan tetapi juga pada penghematan biaya operasional dalam jangka panjang. Restoran dapat mengalokasikan sumber daya yang dimiliki ke aspek lain yang lebih strategis seperti peningkatan kualitas makanan atau pengembangan konsep layanan. Namun demikian, investasi awal dalam penerapan teknologi sering kali membutuhkan biaya yang cukup besar sehingga perlu perencanaan yang matang. Selain itu, pemeliharaan sistem juga menjadi aspek penting agar teknologi tetap dapat berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, keputusan untuk mengadopsi teknologi harus mempertimbangkan keseimbangan antara biaya dan manfaat yang diperoleh.

Penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran juga berpengaruh terhadap persepsi nilai

yang dirasakan oleh pelanggan karena layanan yang cepat dan praktis sering kali diasosiasikan dengan kualitas yang lebih tinggi. Pelanggan cenderung menilai bahwa restoran yang menggunakan teknologi memiliki standar pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan restoran yang masih menggunakan sistem konvensional. Persepsi ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta mendorong mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Namun demikian, persepsi nilai tidak hanya ditentukan oleh kecepatan layanan tetapi juga oleh kualitas interaksi yang dirasakan pelanggan. Jika teknologi digunakan tanpa memperhatikan aspek kenyamanan, maka nilai yang dirasakan pelanggan dapat menurun. Oleh karena itu, penting bagi restoran untuk menjaga keseimbangan antara efisiensi dan pengalaman emosional pelanggan.

Teknologi juga memungkinkan restoran untuk meningkatkan transparansi dalam proses pelayanan, terutama dalam hal informasi menu, harga, dan status pesanan yang dapat diakses secara langsung oleh pelanggan melalui perangkat mereka. Transparansi ini memberikan rasa kontrol yang lebih besar kepada pelanggan karena mereka dapat memantau pesanan mereka tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pelayan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap sistem pelayanan yang digunakan. Namun demikian, transparansi juga menuntut akurasi data yang tinggi agar informasi yang ditampilkan tidak menyesatkan. Kesalahan informasi justru dapat menurunkan kepercayaan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu, pengelolaan data yang akurat dan real-time menjadi sangat penting dalam mendukung transparansi layanan.

Perkembangan teknologi dalam pelayanan restoran menunjukkan bahwa industri kuliner sedang bergerak menuju sistem pelayanan yang semakin modern dan berbasis digital, di mana pengalaman pelanggan menjadi fokus utama dalam setiap inovasi yang dilakukan. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan layanan tetapi juga cara restoran dalam mengelola operasional dan strategi bisnisnya. Namun demikian, keberhasilan transformasi ini sangat bergantung pada kemampuan restoran dalam menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan pelanggan yang beragam. Fleksibilitas dalam menyediakan alternatif layanan menjadi kunci agar semua segmen pelanggan tetap dapat terlayani dengan baik. Selain itu, evaluasi berkelanjutan terhadap sistem yang digunakan menjadi penting untuk memastikan relevansi teknologi di masa depan. Dengan demikian, teknologi dapat menjadi alat yang efektif dalam menciptakan pelayanan restoran yang unggul, adaptif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Persepsi pelanggan terhadap penggunaan teknologi dalam pelayanan restoran menunjukkan bahwa teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan dalam proses pelayanan, sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih praktis dan modern bagi pelanggan terutama di era digital saat ini, namun demikian penerimaan terhadap teknologi tidak sepenuhnya merata karena masih dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat literasi digital, usia, serta kondisi infrastruktur yang tersedia, sehingga dalam implementasinya restoran tidak hanya dituntut untuk mengadopsi teknologi tetapi juga memastikan bahwa sistem yang digunakan mudah dipahami, didukung oleh fasilitas yang memadai, serta tetap mempertahankan interaksi manusia sebagai bagian dari pelayanan yang bersifat personal, dengan demikian keseimbangan antara penggunaan teknologi dan sentuhan layanan langsung menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara menyeluruh serta menjaga kualitas pengalaman konsumsi yang tidak hanya efisien tetapi juga nyaman dan berkesan.

Berdasarkan hasil penelitian, restoran disarankan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dengan memastikan sistem yang mudah digunakan, didukung oleh infrastruktur yang memadai, serta tetap menyediakan alternatif pelayanan konvensional guna menjaga kenyamanan seluruh pelanggan. Selain itu, pelatihan karyawan dan peningkatan keamanan data juga perlu diperhatikan agar pelayanan tetap efektif dan terpercaya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan variabel atau metode yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi pemasaran digital: Inovasi untuk maksimalkan penjualan produk konsumen di era digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155-166.
- Ardiansyah, M., & Renaldi, W. (2025). ANALISA PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN MC DONALD'S BATAM CENTER. *Journal of Syntax Literate*, 10(3), 3190.
- Budhiartha, I. N., & Wibowo, A. E. (2025). PERBEDAAN PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RESTORAN SEDERHANA HARBOUR BAY. *Postgraduate Management Journal*, 4(2), 174-182.
- Iqbal, T. (2024). Dampak persepsi konsumen dan pelayanan terhadap keputusan pembelian: studi empiris di sektor kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 45-57.
- Istiqomah, N. H., Magfiroh, S., & Habibana, Z. N. (2024). Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 71-82.
- Kurniati, I., Mardiani, E., Rahmansyah, N., Putri, L., Hendriyani, M., & Yandri, D. (2024). ANALISA PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN KODE QR DALAM PROMOSI DAN PEMBAYARAN TRANSAKSI DI RUMAH MAKAN SURYA REZEKI "TAHU GIMBAL" TLOGOSARI. *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 13(2), 153-159.
- Kurniawan, R. Y. S. J. (2022). PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL PADA RESTORAN SERBARASO. *Journal of Sciencetech Research and Development*, 4(1), 70-87.
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respons terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Marugame Udon. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 249-259.
- Paramita, M. S., Dania, W. A. P., & Ikasari, D. M. (2017). PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (SERVICE QUALITY) DAN SIX SIGMA (STUDI KASUS PADA "RESTORAN DAHLIA" PASURUAN). *Jurnal Industri*, 4(3), 102-115.
- Putri, D., & Yosepha, S. Y. (2023). PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI BURGER KING DI JATIASIH. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 13(1), 11-22.
- Riupassa, K. (2025). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI SELF-SERVICE KIOSK DALAM BIDANG MAKANAN DAN MINUMAN DI RESTORAN FAST FOOD. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(2).
- Rorizanda, A., & Suharto, B. (2024). Potensi Implementasi Teknologi Augmented Reality

- Pada Industri Food & Beverage Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(2), 114-125.
- Simatupang, R. Y., & Kurniawan, W. J. (2022). A Pengukuran Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL Pada Restoran Serbaraso. *Journal of Scientech Research and Development*, 4(1), 070-087.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis dampak strategi pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan: Perspektif industri e-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524-7532.
- Susanti, M., Nuntufa, & Rahman, M. A. (2025). Analisis persepsi pelanggan pada penggunaan qris sebagai alat transaksi umkm di kota probolinggo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 8(1), 105-112.