

MANAJEMEN PELAYANAN KARYAWAN RESTORAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN DALAM MENJAGA KONSISTENSI KUALITAS LAYANAN

Vincent Sylvester Leewellyn¹, Andhara Ferro Trissia², Callista Suhardjono³, Hanie Liu⁴

Universitas Pelita Harapan¹²³⁴

vincent.leewellyn@lecturer.uph.edu¹, 01541230087@student.uph.edu²,

01541230083@student.uph.edu³, 01541230055@student.uph.edu⁴

Corresponding Author: Vincent Sylvester Leewellyn, vincent.leewellyn@lecturer.uph.edu

ABSTRAK

Manajemen layanan karyawan memainkan peran penting dalam menjaga konsistensi kualitas layanan di industri restoran, terutama di wilayah perkotaan yang sangat kompetitif seperti Jakarta Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana restoran mengelola karyawannya untuk memastikan konsistensi penyampaian layanan dan kepuasan pelanggan dengan fokus pada aspek-aspek kunci seperti pelatihan karyawan, prosedur operasi standar (SOP), supervisi, dan evaluasi kinerja. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari restoran-restoran terpilih di Jakarta Selatan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen layanan yang efektif didukung oleh pelatihan berkelanjutan, komunikasi yang jelas mengenai standar layanan, dan supervisi manajerial yang konsisten. Restoran yang menerapkan SOP yang terstruktur dan mendorong budaya berorientasi pelanggan cenderung mencapai tingkat konsistensi layanan yang lebih tinggi. Selain itu, faktor-faktor seperti motivasi karyawan, gaya kepemimpinan, dan kerja tim secara signifikan memengaruhi kualitas layanan. Namun, tantangan seperti tingginya tingkat perputaran karyawan, perbedaan kompetensi karyawan, dan harapan pelanggan yang dinamis dapat menghambat konsistensi. Oleh karena itu, integrasi strategi manajemen sumber daya manusia dengan praktik operasional sangat penting untuk mempertahankan kualitas layanan. Manajer restoran dianjurkan untuk mengembangkan sistem pelatihan yang adaptif, memperkuat komunikasi internal, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif guna meningkatkan daya saing dan menjaga loyalitas pelanggan jangka panjang melalui penyampaian layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi.

Kata kunci: Manajemen layanan karyawan; kualitas layanan; industri restoran; Jakarta Selatan; kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Industri restoran di Jakarta Selatan telah mengalami pertumbuhan pesat selama dekade terakhir, yang didorong oleh urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan meningkatnya permintaan konsumen akan pengalaman bersantap yang menggabungkan makanan berkualitas dengan layanan yang prima. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, restoran tidak hanya dituntut untuk menawarkan menu yang beragam dan menarik, tetapi juga untuk menjaga konsistensi kualitas layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi

harapan pelanggan. Manajemen layanan karyawan menjadi faktor krusial dalam mencapai tujuan ini, karena karyawan garis depan secara langsung berinteraksi dengan pelanggan dan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman bersantap mereka. Kemampuan restoran di Jakarta Selatan untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi sangat bergantung pada seberapa baik mereka merekrut, melatih, mengawasi, dan mempertahankan karyawan mereka dalam lingkungan layanan yang dinamis dan menuntut (Christian et al., 2021).

Manajemen layanan karyawan di restoran mencakup seperangkat praktik komprehensif yang dirancang untuk memastikan bahwa anggota staf menjalankan peran mereka secara efektif dan konsisten. Praktik-praktik ini meliputi strategi rekrutmen yang memprioritaskan sikap berorientasi layanan, proses orientasi yang terstruktur, program pelatihan berkelanjutan, dan penerapan prosedur operasi standar (SOP) yang jelas. Di Jakarta Selatan, di mana ekspektasi pelanggan dibentuk oleh paparan terhadap standar bersantap internasional dan pengaruh media sosial, restoran harus mengadopsi pendekatan manajemen yang profesional dan adaptif. Karyawan diharapkan tidak hanya memberikan layanan yang efisien, tetapi juga interaksi yang personal dan sensitif secara budaya, yang memerlukan keterampilan komunikasi yang baik, kecerdasan emosional, dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan.

Menjaga konsistensi kualitas layanan merupakan salah satu aspek paling menantang dalam manajemen restoran, terutama di wilayah dengan tingkat perputaran karyawan yang tinggi seperti Jakarta Selatan. Perubahan staf yang sering dapat mengganggu alur layanan dan menurunkan kualitas keseluruhan pengalaman pelanggan jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, manajemen layanan karyawan yang efektif harus mencakup strategi retensi, seperti kompensasi yang adil, peluang pengembangan karier, dan lingkungan kerja yang positif yang mendorong keterlibatan dan loyalitas karyawan (Widiarto & Prianto, 2025). Ketika karyawan merasa dihargai dan termotivasi, mereka lebih mungkin mematuhi standar layanan dan berkontribusi pada pengalaman bersantap yang konsisten dan berkualitas tinggi bagi pelanggan.

Dimensi penting lain dari manajemen layanan karyawan adalah peran kepemimpinan dan supervisi dalam membimbing kinerja karyawan. Manajer restoran di Jakarta Selatan memainkan peran krusial dalam menetapkan ekspektasi, memantau penyampaian layanan, dan memberikan umpan balik kepada karyawan. Gaya kepemimpinan yang menekankan dukungan, komunikasi, dan akuntabilitas cenderung lebih efektif dalam menjaga konsistensi layanan. Manajer juga harus proaktif dalam mengidentifikasi celah layanan dan menanganinya melalui pembinaan dan pelatihan. Kehadiran kepemimpinan yang kuat memastikan bahwa standar layanan tidak hanya ditetapkan tetapi juga diterapkan secara konsisten di semua tingkatan organisasi.

Selain praktik manajemen internal, faktor eksternal seperti keberagaman pelanggan dan tren pasar yang berkembang juga memengaruhi konsistensi layanan di restoran Jakarta Selatan. Pelanggan di wilayah ini berasal dari berbagai latar belakang budaya, sosial, dan ekonomi, masing-masing dengan ekspektasi dan preferensi yang berbeda. Keberagaman ini menuntut karyawan untuk bersikap adaptif dan responsif, sambil tetap mematuhi prosedur layanan yang telah distandarisasi. Selain itu, meningkatnya penggunaan platform digital dan ulasan online meningkatkan tekanan bagi restoran untuk menjaga kualitas layanan yang konsisten, karena umpan balik pelanggan dapat dengan cepat memengaruhi persepsi publik dan reputasi bisnis. Oleh karena itu, manajemen layanan karyawan harus mengintegrasikan fleksibilitas dengan konsistensi untuk memenuhi tuntutan yang terus berkembang ini (Madiawati et al., 2021).

Efektivitas manajemen layanan karyawan dalam menjaga konsistensi kualitas layanan

terletak pada integrasi praktik sumber daya manusia dengan strategi operasional. Restoran di Jakarta Selatan harus mengadopsi pendekatan holistik yang menyelaraskan pengembangan karyawan, budaya organisasi, dan standar layanan dengan tujuan bisnis. Evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap praktik manajemen diperlukan untuk mengatasi tantangan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan memprioritaskan manajemen layanan karyawan, restoran tidak hanya dapat memastikan konsistensi kualitas layanan, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan reputasi merek, dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif dan selalu berubah.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Manajemen Layanan

Manajemen layanan merupakan konsep fundamental dalam industri perhotelan, khususnya di restoran, di mana kualitas layanan sangat menentukan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Manajemen layanan merujuk pada pendekatan terstruktur dalam merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan layanan untuk memastikan bahwa harapan pelanggan secara konsisten terpenuhi atau bahkan terlampaui. Dalam konteks restoran, manajemen layanan tidak hanya melibatkan penyampaian makanan secara efisien, tetapi juga mencakup pengalaman bersantap secara keseluruhan, termasuk bagaimana pelanggan disambut, dilayani, dan diperlakukan selama kunjungan mereka. Manajemen layanan yang efektif memerlukan pemahaman yang jelas terhadap kebutuhan pelanggan, standar layanan yang terdefinisi dengan baik, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pasar, terutama di wilayah perkotaan yang dinamis seperti Jakarta Selatan, di mana persaingan ketat dan preferensi pelanggan terus berkembang (Mendocilla et al., 2026).

Salah satu komponen kunci dalam manajemen layanan adalah pembentukan dan penerapan Prosedur Operasi Standar (SOP), yang berfungsi sebagai panduan bagi karyawan dalam menjalankan tugas mereka. SOP membantu memastikan bahwa penyampaian layanan konsisten di antara karyawan dan shift yang berbeda, meminimalkan variasi yang dapat berdampak negatif pada pengalaman pelanggan. Dalam operasional restoran, SOP dapat mencakup prosedur untuk menyambut pelanggan, mengambil pesanan, menyajikan makanan, menangani keluhan, dan menjaga kebersihan. Keberadaan SOP yang terdokumentasi dengan jelas dan dikomunikasikan secara efektif memungkinkan karyawan memahami peran dan tanggung jawab mereka dengan lebih baik, mengurangi kebingungan, dan meningkatkan efisiensi. Selain itu, SOP juga menjadi tolok ukur untuk mengevaluasi kinerja karyawan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, sehingga menjadi alat penting dalam menjaga konsistensi kualitas layanan.

Aspek penting lainnya dari manajemen layanan adalah pelatihan dan pengembangan karyawan, yang berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja layanan. Restoran harus berinvestasi dalam program pelatihan berkelanjutan untuk membekali karyawan dengan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk memberikan layanan yang prima. Pelatihan dapat mencakup area seperti keterampilan komunikasi, penanganan pelanggan,

pengetahuan produk, dan kemampuan pemecahan masalah. Selain itu, keterampilan lunak (soft skills) seperti empati, kesabaran, dan kecerdasan emosional semakin penting dalam menciptakan interaksi positif dengan pelanggan. Di Jakarta Selatan, di mana pelanggan sering mengharapkan standar tinggi yang sebanding dengan layanan internasional, karyawan yang terlatih dengan baik menjadi keunggulan kompetitif bagi restoran. Pengembangan berkelanjutan juga membantu karyawan tetap mengikuti tren layanan dan teknologi terbaru, sehingga penyampaian layanan tetap relevan dan efektif.

Kepemimpinan dan pengendalian manajerial juga merupakan elemen integral dari manajemen layanan, karena secara langsung memengaruhi bagaimana standar layanan diterapkan dan dipertahankan. Manajer restoran bertanggung jawab untuk mengawasi operasional harian, memantau kinerja karyawan, dan memastikan prosedur layanan dijalankan secara konsisten. Pemimpin yang efektif tidak hanya menegakkan aturan, tetapi juga menginspirasi dan memotivasi karyawan untuk memberikan performa terbaik mereka. Mereka memberikan umpan balik konstruktif, menangani masalah kinerja, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, mendorong kerja sama tim dan akuntabilitas. Selain itu, manajer harus responsif terhadap tantangan operasional, seperti tekanan saat jam sibuk atau keluhan pelanggan, dan mengambil tindakan segera untuk menjaga kualitas layanan. Kepemimpinan yang kuat memastikan bahwa praktik manajemen layanan tidak hanya bersifat teoretis, tetapi diterapkan secara aktif dalam situasi nyata.

Manajemen layanan juga melibatkan integrasi mekanisme umpan balik pelanggan untuk secara terus-menerus meningkatkan kualitas layanan. Restoran harus secara aktif mencari dan menganalisis umpan balik pelanggan melalui berbagai saluran, seperti survei, ulasan online, dan interaksi langsung. Umpan balik ini memberikan wawasan berharga mengenai persepsi, preferensi, dan area ketidakpuasan pelanggan. Dengan mengevaluasi informasi ini secara sistematis, manajemen dapat mengidentifikasi celah layanan dan menerapkan tindakan korektif untuk meningkatkan pengalaman bersantap secara keseluruhan. Di era digital, terutama di pusat perkotaan seperti Jakarta Selatan, platform online memainkan peran penting dalam membentuk reputasi restoran. Oleh karena itu, manajemen layanan yang efektif harus mencakup strategi untuk memantau dan merespons umpan balik pelanggan secara cepat dan profesional, memastikan bahwa kekhawatiran pelanggan ditangani dan harapan mereka dikelola dengan tepat.

Manajemen layanan di restoran memerlukan pendekatan yang holistik dan terintegrasi yang menyelaraskan sumber daya manusia, proses operasional, dan budaya organisasi. Tidak cukup hanya fokus pada komponen individu seperti pelatihan atau SOP; sebaliknya, semua elemen harus bekerja bersama untuk menciptakan pengalaman layanan yang mulus dan konsisten. Budaya organisasi, khususnya, memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan sikap karyawan terhadap layanan. Budaya yang menekankan kepuasan pelanggan, kerja sama tim, dan perbaikan berkelanjutan secara alami akan mendukung penerapan praktik manajemen layanan yang efektif. Di industri restoran yang kompetitif di Jakarta Selatan, bisnis yang berhasil mengintegrasikan elemen-elemen ini lebih mungkin mencapai kesuksesan jangka panjang, karena mereka dapat secara konsisten memberikan layanan

berkualitas tinggi yang memenuhi ekspektasi pelanggan yang beragam dan menuntut.

b. Karyawan Restoran

Karyawan restoran merupakan tulang punggung sistem penyampaian layanan dalam industri perhotelan, karena mereka secara langsung berinteraksi dengan pelanggan dan memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman bersantap secara keseluruhan. Dalam konteks restoran, karyawan mencakup berbagai peran seperti pelayan, juru masak, kasir, host, dan staf kebersihan, yang masing-masing berkontribusi pada kelancaran operasional bisnis. Kinerja mereka tidak hanya memengaruhi efisiensi operasional, tetapi juga menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Di wilayah yang sangat kompetitif seperti Jakarta Selatan, di mana pelanggan memiliki banyak pilihan tempat bersantap, kualitas kinerja karyawan menjadi faktor krusial yang membedakan satu restoran dengan restoran lainnya. Oleh karena itu, memahami peran, karakteristik, dan manajemen karyawan restoran sangat penting dalam menjaga konsistensi kualitas layanan.

Salah satu aspek paling penting dari karyawan restoran adalah kompetensi mereka, yang mencakup keterampilan teknis maupun keterampilan lunak (*soft skills*). Keterampilan teknis merujuk pada kemampuan menjalankan tugas spesifik pekerjaan, seperti mengambil pesanan dengan tepat, menyiapkan makanan sesuai standar, dan menangani sistem pembayaran secara efisien. Sementara itu, keterampilan lunak meliputi komunikasi, kerja sama tim, kemampuan beradaptasi, dan kecerdasan emosional, yang sangat penting dalam berinteraksi dengan pelanggan dan menangani berbagai situasi layanan. Karyawan yang memiliki keterampilan lunak yang kuat lebih mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, bahkan dalam situasi menantang seperti menangani keluhan atau bekerja di lingkungan dengan tekanan tinggi. Di tengah keberagaman pelanggan di Jakarta Selatan, karyawan juga harus memiliki kesadaran budaya dan mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka untuk memenuhi berbagai ekspektasi pelanggan (Friyani, 2026).

Faktor penting lain yang berkaitan dengan karyawan restoran adalah rekrutmen dan seleksi, yang menentukan kualitas sumber daya manusia dalam organisasi. Restoran harus menerapkan strategi perekrutan yang efektif, yang tidak hanya berfokus pada pengalaman kerja, tetapi juga pada sikap dan karakter pribadi yang sejalan dengan nilai-nilai berorientasi layanan. Memilih karyawan yang ramah, proaktif, dan mau belajar dapat secara signifikan meningkatkan penyampaian layanan. Selain itu, proses orientasi yang terstruktur diperlukan untuk membiasakan karyawan baru dengan budaya restoran, standar layanan, dan prosedur operasional. Tanpa rekrutmen dan orientasi yang tepat, restoran mungkin menghadapi masalah seperti kualitas layanan yang tidak konsisten, tingginya perputaran karyawan, dan menurunnya kepuasan pelanggan.

Motivasi dan kepuasan kerja karyawan juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kinerja dan konsistensi layanan. Karyawan yang termotivasi lebih cenderung melaksanakan tugas dengan antusiasme, mempertahankan sikap positif, dan mematuhi standar layanan. Faktor yang berkontribusi terhadap motivasi karyawan meliputi kompensasi yang adil, pengakuan, peluang pengembangan karier, dan lingkungan kerja yang mendukung. Di industri

restoran, yang sering ditandai dengan jam kerja panjang dan tingkat stres tinggi, menjaga kepuasan karyawan menjadi tantangan tersendiri. Namun, restoran yang berhasil menciptakan suasana kerja yang positif dan menghargai karyawannya cenderung mengalami tingkat perputaran karyawan yang lebih rendah dan konsistensi layanan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya menguntungkan bisnis.

Pelatihan dan pengembangan juga sama pentingnya untuk memastikan bahwa karyawan restoran dapat memenuhi standar layanan yang ditetapkan. Program pelatihan berkelanjutan membantu karyawan meningkatkan keterampilan, menyesuaikan diri dengan tren layanan baru, dan mempertahankan konsistensi dalam kinerja mereka. Pelatihan dapat mencakup teknik layanan pelanggan, pengetahuan produk, standar kebersihan, dan penggunaan teknologi dalam operasional restoran. Di Jakarta Selatan, di mana industri restoran dipengaruhi oleh tren global dan ekspektasi pelanggan tinggi, pelatihan rutin menjadi penting untuk menjaga daya saing karyawan dan kemampuan mereka dalam memberikan layanan berkualitas tinggi. Selain itu, pelatihan juga membantu membangun kepercayaan diri karyawan dan mengurangi kesalahan dalam penyampaian layanan, sehingga berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang lebih konsisten.

Peran kerja sama tim dan budaya organisasi juga tidak boleh diabaikan ketika membahas karyawan restoran. Kolaborasi yang efektif antar karyawan memastikan semua aspek layanan berjalan lancar, mulai dari operasional dapur hingga interaksi di area depan restoran. Budaya organisasi yang kuat yang menekankan kerja sama tim, rasa saling menghormati, dan fokus pada pelanggan dapat secara signifikan meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas layanan. Dalam lingkungan seperti industri restoran yang cepat berkembang di Jakarta Selatan, membina budaya kerja yang positif dan kolaboratif sangat penting untuk menjaga konsistensi kualitas layanan dan mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang.

c. **Konsistensi Kualitas Layanan**

Konsistensi kualitas layanan merupakan faktor kritis dalam keberhasilan dan keberlanjutan restoran, karena secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan, loyalitas, dan reputasi bisnis secara keseluruhan. Dalam industri restoran, khususnya di wilayah perkotaan yang kompetitif seperti Jakarta Selatan, pelanggan tidak hanya mengharapkan makanan yang lezat tetapi juga pengalaman layanan yang dapat diandalkan dan konsisten setiap kali mereka berkunjung. Konsistensi kualitas layanan berarti setiap pelanggan menerima tingkat perhatian, efisiensi, dan keramahan yang sama, terlepas dari waktu kunjungan, karyawan yang bertugas, atau volume pelanggan yang dilayani. Mencapai tingkat konsistensi ini memerlukan pendekatan sistematis yang mengintegrasikan prosedur operasional, pelatihan karyawan, dan pengawasan manajerial, sehingga standar layanan jelas ditetapkan, dikomunikasikan, dan diterapkan di seluruh area restoran.

Menjaga konsistensi kualitas layanan melibatkan beberapa komponen kunci, termasuk prosedur operasi standar (SOP), pemantauan kinerja karyawan, dan mekanisme umpan balik berkelanjutan. SOP menjadi dasar bagi penyampaian layanan yang distandarisasi, dengan menjabarkan langkah-langkah spesifik yang harus diikuti karyawan saat berinteraksi dengan pelanggan, menangani

pesanan, dan menyelesaikan keluhan. Namun, keberadaan SOP saja tidak cukup; manajer harus secara aktif mengawasi dan menilai kinerja karyawan untuk memastikan prosedur tersebut dijalankan dengan benar. Evaluasi kinerja secara rutin, dikombinasikan dengan umpan balik dari pengawas maupun pelanggan, memungkinkan restoran mengidentifikasi penyimpangan dari standar layanan dan segera menerapkan langkah korektif. Pendekatan proaktif ini membantu meminimalkan ketidakkonsistenan yang dapat berdampak negatif pada pengalaman pelanggan dan citra merek restoran (Erbawati, 2026). Mencapai konsistensi kualitas layanan membutuhkan penyesuaian antara motivasi karyawan, budaya organisasi, dan praktik kepemimpinan dengan tujuan layanan restoran. Karyawan harus terlibat, terlatih dengan baik, dan berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi setiap saat, sementara manajer harus membangun budaya akuntabilitas, kerja sama tim, dan perbaikan berkelanjutan. Di lingkungan yang sangat dinamis seperti Jakarta Selatan, di mana ekspektasi pelanggan terus berkembang akibat paparan tren kuliner global dan pengaruh media sosial, restoran juga harus tetap adaptif tanpa mengorbankan standar layanan inti. Dengan menggabungkan proses operasional yang terstruktur, karyawan yang terampil dan termotivasi, serta pengawasan manajerial yang efektif, restoran dapat mempertahankan konsistensi kualitas layanan yang membangun kepercayaan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan memastikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

METODE

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif untuk meneliti hubungan antara manajemen layanan karyawan dan konsistensi kualitas layanan di restoran yang berlokasi di wilayah Jakarta Selatan. Instrumen utama pengumpulan data adalah kuesioner terstruktur yang dirancang khusus untuk mengukur aspek-aspek kunci manajemen layanan karyawan, termasuk pelatihan, supervisi, motivasi, dan kepatuhan terhadap prosedur operasi standar (SOP), serta persepsi konsistensi layanan dari perspektif pelanggan. Sebanyak 45 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, dipilih menggunakan metode purposive sampling untuk memastikan bahwa peserta memiliki pengalaman langsung dengan layanan restoran di area yang menjadi target penelitian. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup dengan skala Likert, yang memungkinkan kuantifikasi persepsi dan opini responden, sehingga memfasilitasi penilaian yang jelas dan objektif terhadap variabel yang diteliti. Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan menghasilkan bukti statistik mengenai bagaimana praktik manajemen layanan karyawan memengaruhi konsistensi kualitas layanan, memberikan dataset yang terukur dan dapat dianalisis yang mencerminkan praktik manajerial sekaligus pengalaman pelanggan di industri restoran Jakarta Selatan.

Penggunaan sebanyak 45 kuesioner memberikan ukuran sampel yang fokus namun cukup untuk memperoleh wawasan yang bermakna, sekaligus memastikan kelolaannya tetap praktis dan akurat dalam pengumpulan serta analisis data. Setiap kuesioner disusun dengan cermat untuk mencakup berbagai dimensi manajemen layanan karyawan dan konsistensi kualitas layanan, sehingga jawaban yang diperoleh dapat menangkap pandangan komprehensif tentang operasional restoran dari perspektif penyedia layanan maupun pelanggan. Data yang dikumpulkan kemudian dikodekan, diproses, dan dianalisis

menggunakan teknik statistik untuk menentukan pola, korelasi, dan kemungkinan hubungan kausal antara variabel independen (manajemen layanan karyawan) dan variabel dependen (konsistensi kualitas layanan). Metode kuantitatif ini memungkinkan penelitian untuk melampaui bukti anekdot dan observasi subjektif, serta memberikan temuan empiris yang tepat yang dapat digunakan untuk menginformasikan strategi manajemen restoran, mengidentifikasi area yang perlu perbaikan, dan menjadi dasar dalam meningkatkan konsistensi kualitas layanan di lanskap restoran yang kompetitif di Jakarta Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Kemampuan Karyawan dalam Menyambut dan Melayani Pelanggan secara Ramah

Gambar 1. Kualitas Layanan Karyawan secara Keseluruhan



Kemampuan karyawan untuk menyambut dan melayani pelanggan dengan ramah merupakan salah satu faktor paling kritis dalam menentukan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan persepsi terhadap kualitas layanan suatu bisnis. Berdasarkan data yang diperoleh, distribusi respons mengenai keramahan karyawan menunjukkan beragam pengalaman pelanggan, yang mencerminkan baik kekuatan maupun area yang perlu ditingkatkan dalam strategi layanan pelanggan organisasi.

Secara khusus, 30% responden menyatakan bahwa karyawan “sangat ramah,” angka ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga pelanggan mengalami tingkat layanan yang ditandai dengan kehangatan, perhatian, dan interaksi sopan yang luar biasa. Persentase 30% ini setara dengan 3 dari setiap 10 pelanggan, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menerima layanan superior yang kemungkinan besar berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, kunjungan ulang, dan persepsi merek secara keseluruhan. Kategori “sangat ramah” menyoroti efektivitas program pelatihan, inisiatif keterlibatan karyawan, dan mungkin budaya perusahaan yang memprioritaskan keterampilan interpersonal serta perilaku berorientasi pelanggan, yang menunjukkan bahwa organisasi berhasil membina segmen karyawan yang secara konsisten melampaui harapan dasar terkait keramahan dan perhatian pribadi (Audrin & Etemad, 2026).

Segmen terbesar, yaitu 40% responden, menilai karyawan sebagai “ramah.” Hal ini menunjukkan bahwa 4 dari setiap 10 pelanggan menilai perilaku karyawan memuaskan dan menyenangkan, meskipun mungkin tidak seistimewa kategori “sangat ramah.” Meskipun ini merupakan hasil positif, yang mencakup mayoritas pelanggan (70% bila digabung dengan respons “sangat ramah”), hal ini juga menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan, karena keramahan dalam kategori ini mungkin meliputi interaksi sopan namun standar yang kurang memberikan

kesan yang berkesan atau menarik yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan lebih jauh. Secara numerik, jika sebuah restoran melayani 1.000 pelanggan, sekitar 400 dari mereka akan meninggalkan restoran dengan kesan bahwa layanan ramah, yang meskipun positif, menunjukkan potensi untuk pembinaan atau insentif terarah agar sebagian interaksi ini dapat meningkat menjadi pengalaman "sangat ramah." Peringkat 40% "ramah" menegaskan fondasi kinerja layanan yang dapat diterima tetapi juga secara implisit menunjukkan bahwa sekitar empat dari sepuluh pelanggan menerima layanan yang baik tetapi tidak luar biasa, menyoroti peluang penting untuk inisiatif peningkatan layanan

Di sisi lain, 20% responden mengkategorikan karyawan sebagai "kurang ramah," yang menunjukkan bahwa seperlima pelanggan mengalami layanan yang bahkan tidak memenuhi harapan moderat terkait interaksi sopan dan menyambut. Representasi kuantitatif ini setara dengan 2 dari setiap 10 pelanggan dan menimbulkan kekhawatiran tentang ketidakkonsistenan penyampaian layanan, yang mungkin timbul dari faktor-faktor seperti stres karyawan, pelatihan yang kurang memadai, motivasi rendah, atau masalah sistemik dalam proses layanan. Secara numerik, dari 1.000 pelanggan, sekitar 200 akan merasakan kurangnya keramahan, yang dapat langsung memengaruhi skor kepuasan pelanggan, menurunkan kunjungan ulang, dan berpotensi berkontribusi pada komunikasi dari mulut ke mulut yang negatif. Data ini menekankan pentingnya memahami penyebab mendasar dari persepsi ketidakramahan, apakah berasal dari sikap individu karyawan, tekanan beban kerja, atau kesenjangan dalam kebijakan layanan pelanggan organisasi. Menangani kategori 20% ini sangat penting untuk mengurangi variabilitas kualitas layanan dan memastikan bahwa mayoritas pelanggan tidak mengalami pengalaman negatif yang dapat menyeimbangkan pengalaman positif dari kategori ramah atau sangat ramah.

Sebanyak 10% responden menilai karyawan sebagai "tidak ramah," kategori ini mewakili segmen terkecil namun paling mengkhawatirkan dari data. Persentase 10% ini setara dengan 1 dari setiap 10 pelanggan yang mengalami layanan yang dianggap tidak menyambut, kurang perhatian, atau bahkan berpotensi tidak sopan, yang dapat memiliki dampak negatif yang sangat besar terhadap persepsi merek dan retensi pelanggan. Misalnya, dalam skenario hipotetis dengan 1.000 pelanggan, 100 individu akan meninggalkan restoran dengan kesan negatif terhadap keramahan karyawan, menciptakan risiko nyata terhadap reputasi, penjualan, dan pembangunan kepercayaan. Dari perspektif numerik, meskipun ini persentase terkecil, dampak pengalaman negatif ini diperbesar karena pelanggan yang tidak puas lebih cenderung membagikan pengalaman mereka kepada orang lain, baik secara offline maupun melalui platform digital, yang dapat memengaruhi keputusan calon pelanggan. Hal ini menekankan perlunya intervensi segera seperti lokakarya layanan pelanggan, program mentoring, atau mekanisme umpan balik yang secara khusus menargetkan penghapusan interaksi tidak ramah dan mempromosikan profesionalisme yang konsisten di seluruh staf. Menganalisis distribusi keseluruhan, data menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pelanggan (70%) menilai karyawan sebagai "sangat ramah" atau "ramah," sebagian kecil yang signifikan (30%) mengalami layanan suboptimal yang dikategorikan sebagai "kurang ramah" atau "tidak ramah." Distribusi ini bermakna secara numerik karena menunjukkan bahwa hampir sepertiga interaksi

pelanggan berada di bawah standar keramahan yang diinginkan. Mengonversi persentase ini menjadi angka nyata, misalnya, di restoran berukuran menengah yang melayani 1.000 pelanggan per hari, berarti sekitar 300 pelanggan mungkin meninggalkan restoran dengan ketidakpuasan atau kesan netral terkait keramahan. Statistik semacam ini menekankan pentingnya pelatihan karyawan secara berkelanjutan, pemantauan interaksi layanan, dan pengembangan insentif bagi karyawan untuk secara konsisten menunjukkan keterampilan interpersonal yang positif. Organisasi yang bertujuan meningkatkan pengalaman pelanggan harus fokus tidak hanya pada mayoritas yang menerima layanan memadai tetapi juga meminimalkan pengalaman negatif yang dapat mengurangi skor kepuasan keseluruhan dan loyalitas merek.

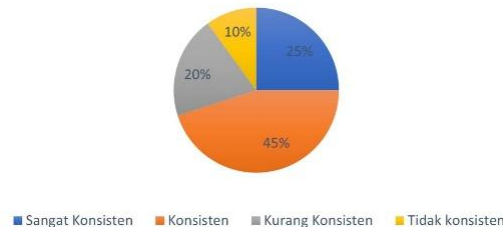
Distribusi kuantitatif keramahan karyawan, yaitu 30% sangat ramah, 40% ramah, 20% kurang ramah, dan 10% tidak ramah, memberikan gambaran komprehensif tentang persepsi pelanggan dan menyoroti area yang jelas untuk perbaikan terarah. Data ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas karyawan berkinerja memadai, dengan 700 dari setiap 1.000 pelanggan menerima pengalaman layanan positif, sebagian interaksi pelanggan tetap tidak memadai. Organisasi dapat memanfaatkan wawasan ini untuk menerapkan program pelatihan terstruktur, memberikan penghargaan atas perilaku layanan yang teladan, dan menetapkan langkah-langkah akuntabilitas untuk meningkatkan kategori 40% "ramah" menjadi "sangat ramah" serta mengubah interaksi substandar 20% dan 10% menjadi pengalaman positif. Dari perspektif strategis, menangani kesenjangan ini sangat penting, karena efek kumulatif dari interaksi tidak ramah dapat melebihi manfaat yang diperoleh dari interaksi positif jika dibiarkan. Oleh karena itu, kombinasi data numerik dan penilaian kualitatif memberikan alasan kuat untuk investasi berkelanjutan dalam meningkatkan kemampuan karyawan dalam menyambut dan melayani pelanggan secara konsisten ramah (Wirawan et al., 2026).

Rincian statistik ini menekankan pentingnya baik mengapresiasi layanan yang teladan maupun menangani kekurangan untuk mencapai pengalaman layanan pelanggan yang seimbang dan berkualitas tinggi. Representasi numerik 30% sangat ramah (300 dari 1.000 pelanggan), 40% ramah (400 dari 1.000), 20% kurang ramah (200 dari 1.000), dan 10% tidak ramah (100 dari 1.000) berfungsi sebagai tolok ukur yang jelas untuk pengukuran kinerja organisasi dan perencanaan perbaikan. Dengan mengonversi persentase menjadi jumlah pelanggan konkret, manajemen dapat memprioritaskan intervensi, mengalokasikan sumber daya secara efektif, dan melacak kemajuan dari waktu ke waktu, memastikan bahwa tujuan layanan ramah universal menjadi hasil yang nyata dan terukur. Pendekatan berbasis bukti ini memungkinkan strategi terarah, seperti meningkatkan keterlibatan karyawan, menyempurnakan protokol komunikasi, dan secara sistematis menangani sumber perilaku tidak ramah, sehingga akhirnya membina budaya layanan pelanggan yang memaksimalkan kepuasan, loyalitas, dan persepsi merek positif di seluruh interaksi.

b. Konsistensi Karyawan dalam Mengikuti Prosedur Standar Layanan

Gambar 2. Konsistensi Karyawan dalam Mengikuti Standar Prosedur Pelayanan

Konsistensi karyawan dalam mengikuti standar prosedur pelayanan



Konsistensi karyawan dalam mengikuti prosedur standar layanan merupakan aspek fundamental dari keunggulan operasional dan secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan, keandalan layanan, serta reputasi keseluruhan suatu organisasi. Data distribusi yang diperoleh menunjukkan tingkat kepatuhan yang bervariasi di antara staf, di mana 25% responden melaporkan bahwa karyawan “sangat konsisten” dalam melaksanakan prosedur standar. Persentase ini menunjukkan bahwa satu dari empat pelanggan mengalami layanan yang secara andal sesuai dengan protokol yang telah ditetapkan, menjamin keseragaman, prediktabilitas, dan standar tinggi dalam penyampaian layanan. Secara numerik, jika sebuah perusahaan melayani 1.000 pelanggan, 250 individu akan menyaksikan layanan yang secara konsisten diberikan sesuai pedoman, yang menunjukkan bahwa seperempat basis pelanggan mendapatkan manfaat dari kinerja operasional yang optimal. Kategori “sangat konsisten” mencerminkan efektivitas program pelatihan terstruktur, pengawasan, dan mungkin budaya perusahaan yang menekankan kepatuhan, akuntabilitas, dan pentingnya prosedur standar untuk mempertahankan kualitas layanan, menyoroti area kekuatan penting dalam tenaga kerja (Gress et al., 2026). Segmen terbesar, yang mencakup 45% respons, menilai karyawan sebagai “konsisten,” yang menunjukkan bahwa hampir setengah dari interaksi pelanggan memenuhi standar prosedural yang diharapkan tetapi mungkin tidak sepenuhnya mencapai tingkat keunggulan yang ditunjukkan oleh kelompok “sangat konsisten.” Persentase 45% ini setara dengan 450 dari 1.000 pelanggan yang mengalami kepatuhan terhadap standar layanan yang memuaskan, mencerminkan mayoritas interaksi yang dapat diprediksi, terstruktur, dan selaras dengan kebijakan organisasi. Meskipun interaksi ini mempertahankan kualitas dan keandalan dasar, masih ada ruang untuk perbaikan agar kelompok ini dapat ditingkatkan ke tingkat “sangat konsisten.” Kategori ini signifikan secara numerik karena secara kolektif, 700 pelanggan dari 1.000 (25% sangat konsisten + 45% konsisten) menerima layanan yang memenuhi atau melebihi harapan, mewakili fondasi yang solid untuk stabilitas operasional, tetapi tetap menyisakan bagian interaksi yang cukup besar yang rentan terhadap variabilitas.

Namun, 20% responden mengkategorikan karyawan sebagai “kurang konsisten,” mencerminkan segmen layanan yang mengkhawatirkan di mana kepatuhan terhadap prosedur standar bersifat tidak teratur atau tidak memadai. Secara numerik, ini setara dengan 200 dari setiap 1.000 pelanggan yang mengalami

layanan yang mungkin tidak konsisten, dengan prosedur kadang-kadang dilewatkan, dilakukan jalan pintas, atau terjadi kesalahan dalam penerapan protokol organisasi. Ketidakkonsistenan semacam ini dapat berdampak berlipat, karena tidak hanya memengaruhi pengalaman pelanggan secara langsung tetapi juga dapat menurunkan efisiensi operasional, meningkatkan keluhan, dan merusak kepercayaan terhadap keandalan layanan. Penilaian “kurang konsisten” menyoroti tantangan sistemik, seperti perbedaan tingkat pelatihan, motivasi, atau pengawasan karyawan, dan menekankan perlunya pemantauan berkelanjutan, mekanisme umpan balik, serta tindakan korektif untuk menstandarisasi penyampaian layanan di seluruh staf dan interaksi.

Selain itu, 10% responden melaporkan bahwa karyawan “tidak konsisten” dalam mengikuti prosedur standar layanan, yang merupakan area perhatian paling kritis. Persentase ini setara dengan 100 dari setiap 1.000 pelanggan yang mengalami layanan yang sering menyimpang dari prosedur yang diharapkan, yang berpotensi menimbulkan kebingungan, ketidakpuasan, atau persepsi negatif terhadap profesionalisme organisasi. Meskipun secara numerik lebih kecil daripada kategori lainnya, dampak ketidakkonsistenan ini sangat besar, karena bahkan sejumlah kecil kesalahan prosedural dapat mengganggu operasi, memicu keluhan pelanggan, dan memengaruhi reputasi merek secara negatif. Menangani 10% ini membutuhkan intervensi terarah, seperti pelatihan ulang, audit proses, dan penguatan prosedur operasi standar, untuk memastikan bahwa semua karyawan memahami, mematuhi, dan menginternalisasi pentingnya praktik layanan yang konsisten.

Ketika menganalisis distribusi keseluruhan, terlihat jelas bahwa meskipun mayoritas pelanggan (70% gabungan “sangat konsisten” dan “konsisten”) menerima layanan yang memenuhi atau melebihi standar prosedural, sebagian kecil yang signifikan (30% gabungan “kurang konsisten” dan “tidak konsisten”) mengalami tingkat ketidakkonsistenan yang bervariasi. Jika dikonversi ke istilah numerik untuk organisasi berukuran menengah yang melayani 1.000 pelanggan, 300 pelanggan dapat mengalami deviasi layanan mulai dari kesalahan prosedural minor hingga ketidakpatuhan signifikan, menyoroti risiko nyata terhadap keandalan operasional dan kepuasan pelanggan. Distribusi ini menekankan pentingnya tidak hanya mempertahankan standar tinggi bagi karyawan yang secara konsisten mengikuti prosedur tetapi juga menangani kesenjangan konsistensi di antara tenaga kerja lainnya, karena penerapan prosedur yang tidak konsisten dapat merusak kepercayaan pelanggan dan menciptakan ketidakefisienan yang memengaruhi operasi internal serta persepsi eksternal organisasi.

Rincian kuantitatif mengenai konsistensi karyawan dalam mengikuti prosedur standar layanan, yaitu 25% sangat konsisten, 45% konsisten, 20% kurang konsisten, dan 10% tidak konsisten, memberikan perspektif mendetail tentang kekuatan dan kelemahan organisasi. Data menunjukkan bahwa 700 dari 1.000 pelanggan mendapat manfaat dari kepatuhan prosedural, memastikan penyampaian layanan yang andal, namun 300 pelanggan mengalami ketidakkonsistenan yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas secara negatif. Organisasi dapat memanfaatkan wawasan numerik ini untuk menerapkan strategi terarah, termasuk pemantauan kinerja, penguatan prosedur operasi standar, pembinaan, dan program insentif yang bertujuan meningkatkan

kepatuhan dan konsistensi di seluruh karyawan. Dengan fokus pada mempertahankan staf berkinerja tinggi dan meningkatkan mereka yang memiliki kepatuhan variabel, perusahaan dapat mencapai pengalaman pelanggan yang lebih seragam, dapat diprediksi, dan berkualitas tinggi yang meningkatkan efektivitas operasional dan reputasi merek secara keseluruhan

Analisis statistik ini menekankan bahwa konsistensi dalam mengikuti prosedur layanan sama pentingnya dengan keramahan atau responsivitas dalam membentuk persepsi pelanggan. Angka 250 sangat konsisten, 450 konsisten, 200 kurang konsisten, dan 100 tidak konsisten per 1.000 pelanggan berfungsi sebagai tolok ukur yang dapat ditindaklanjuti bagi manajemen, memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data dan intervensi terarah. Dengan mengonversi persentase menjadi pengalaman pelanggan konkret, organisasi dapat mengidentifikasi area prioritas untuk perbaikan, mengalokasikan sumber daya pelatihan dan pengawasan secara efektif, serta memantau kemajuan dari waktu ke waktu. Memastikan kepatuhan yang konsisten terhadap prosedur layanan memperkuat keandalan operasional, meminimalkan kesalahan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang seragam yang menumbuhkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan organisasi secara berkelanjutan.

- c. Kecepatan Karyawan dalam Menanggapi Permintaan atau Keluhan Pelanggan

Gambar 3. Kecepatan Karyawan dalam Merespon Permintaan/Keluhan Pelanggan

Kecepatan karyawan dalam merespons permintaan/keluhan pelanggan



Kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan merupakan metrik kritis yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan, persepsi kualitas layanan, dan efisiensi organisasi secara keseluruhan. Data distribusi yang diperoleh menunjukkan beragam pengalaman pelanggan terkait waktu tanggapan, dengan 35% responden menyatakan bahwa karyawan "sangat cepat" dalam menanggapi permintaan atau keluhan. Secara numerik, ini berarti dalam skenario hipotetis dengan 1.000 pelanggan, 350 individu mengalami waktu tanggapan yang cepat, mencerminkan tingkat efisiensi operasional dan perhatian yang tinggi. Respons cepat semacam ini kemungkinan besar membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang kuat, karena tindakan cepat menunjukkan bahwa organisasi menghargai waktu dan perhatian pelanggan. Kategori "sangat cepat" menunjukkan bahwa beberapa karyawan atau tim telah mengembangkan alur kerja yang efektif untuk menangani pertanyaan, keluhan, atau permintaan layanan, menunjukkan adanya program pelatihan yang solid, protokol eskalasi yang jelas, dan kemungkinan budaya organisasi yang mengutamakan layanan pelanggan yang cepat. Segmen ini mewakili standar

kinerja tertinggi dalam hal kecepatan tanggapan dan berfungsi sebagai tolok ukur bagi karyawan lainnya untuk diteladani.

Selain itu, 40% responden menilai kecepatan tanggapan karyawan sebagai “cepat,” yang mencerminkan sebagian besar basis pelanggan setara dengan 400 dari setiap 1.000 pelanggan yang menerima layanan tepat waktu, meskipun mungkin tidak pada tingkat teladan yang ditunjukkan oleh kategori “sangat cepat.” Meskipun ini merupakan hasil positif, hal ini juga menunjukkan potensi area untuk perbaikan, karena mungkin terjadi keterlambatan sesekali atau efisiensi minor yang mencegah tanggapan mencapai kecepatan optimal. Secara kolektif, ketika digabungkan dengan respons “sangat cepat,” 75% pelanggan atau 750 dari 1.000 menerima layanan yang tepat waktu dan memenuhi harapan terkait responsivitas. Perspektif numerik ini menunjukkan bahwa organisasi secara umum efektif dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, tetapi keberadaan segmen “cepat” dibandingkan dengan “sangat cepat” menunjukkan peluang untuk optimalisasi proses, manajemen beban kerja, atau dukungan karyawan untuk mempercepat waktu tanggapan lebih lanjut dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Sebaliknya, 15% responden menyatakan bahwa kecepatan tanggapan karyawan “lambat,” yang mewakili sebagian kecil namun signifikan dari pelanggan yang mengalami keterlambatan dalam layanan atau penyelesaian keluhan. Secara numerik, ini setara dengan 150 dari 1.000 pelanggan menerima tanggapan dengan kecepatan yang mungkin tidak sepenuhnya memenuhi harapan atau kebutuhan mendesak. Waktu tanggapan yang lambat dapat memiliki konsekuensi negatif yang nyata, termasuk frustrasi pelanggan, meningkatnya pertanyaan tindak lanjut, dan potensi kerusakan reputasi organisasi. Segmen ini menyoroti adanya celah operasional yang mungkin timbul akibat kekurangan staf, alur kerja yang tidak efisien, pelatihan yang kurang, atau kurangnya pemantauan kinerja layanan secara real-time. Dari sudut pandang kuantitatif, kategori 15% “lambat” menekankan pentingnya menganalisis kemacetan dalam proses layanan dan menerapkan intervensi terarah untuk memastikan bahwa waktu tanggapan menjadi konsisten cepat bagi sebagian besar pelanggan.

Selain itu, 10% responden menilai karyawan sebagai “sangat lambat” dalam menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan, kategori terkecil namun paling kritis dalam hal kinerja layanan. Persentase ini setara dengan 100 dari setiap 1.000 pelanggan mengalami keterlambatan yang signifikan, yang berpotensi menimbulkan ketidakpuasan, keluhan, atau bahkan kehilangan bisnis. Meskipun secara numerik lebih kecil dibanding kategori lainnya, dampak dari tanggapan yang sangat lambat ini diperbesar karena dapat menciptakan pengalaman yang sangat negatif dan mungkin secara tidak proporsional memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Menangani segmen ini memerlukan solusi terarah, seperti peningkatan protokol tanggapan, penerapan mekanisme eskalasi, penyediaan sumber daya tambahan pada jam sibuk, serta pemberian alat dan wewenang kepada karyawan untuk menyelesaikan permintaan secara efisien. Pendekatan proaktif ini dapat mencegah persentase kecil dari tanggapan tertunda berdampak besar pada retensi pelanggan dan persepsi merek.

Menganalisis distribusi keseluruhan kecepatan tanggapan, terlihat bahwa mayoritas pelanggan, yakni 75% ketika kategori “sangat cepat” dan “cepat”

digabungkan, mengalami layanan tepat waktu, sedangkan 25% mengalami keterlambatan dari tanggapan lambat hingga sangat lambat. Jika dikonversi ke angka nyata, dalam basis pelanggan 1.000 orang, 250 individu mungkin mengalami waktu tanggapan yang lebih lambat, yang dapat secara signifikan memengaruhi kepuasan dan persepsi tentang keandalan layanan. Distribusi ini menekankan pentingnya pemantauan berkelanjutan dan perbaikan proses, karena bahkan minoritas tanggapan tertunda dapat memengaruhi metrik organisasi seperti Net Promoter Score, retensi pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Memastikan kecepatan tanggapan yang konsisten cepat di seluruh karyawan sangat penting untuk mempertahankan standar layanan yang kompetitif dan membangun hubungan positif yang kuat dengan pelanggan.

Rincian kuantitatif kecepatan tanggapan karyawan, yaitu 35% sangat cepat, 40% cepat, 15% lambat, dan 10% sangat lambat, memberikan wawasan mendetail tentang efektivitas operasional dan area yang memerlukan perbaikan. Dengan 750 dari 1.000 pelanggan menerima tanggapan tepat waktu, organisasi menunjukkan kemampuan dasar yang kuat, namun 250 pelanggan yang tersisa mewakili segmen penting di mana keterlambatan tanggapan dapat memengaruhi kepuasan secara negatif. Dengan memanfaatkan wawasan numerik ini, manajemen dapat menerapkan inisiatif terfokus seperti optimalisasi alur kerja, pelatihan tambahan staf, penggunaan teknologi untuk mengotomatisasi atau mempercepat tanggapan, serta pemantauan kinerja berkelanjutan untuk meningkatkan konsistensi. Menangani kategori lambat dan sangat lambat memastikan bahwa semua pelanggan menerima perhatian yang cepat, sehingga meningkatkan keandalan layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas jangka panjang.

Data statistik ini menekankan bahwa kecepatan tanggapan merupakan dimensi kritis dari kualitas layanan, dengan dampak terukur terhadap pengalaman pelanggan. Representasi numerik 350 sangat cepat, 400 cepat, 150 lambat, dan 100 sangat lambat per 1.000 pelanggan memberikan tolok ukur yang dapat ditindaklanjuti bagi manajemen untuk mengevaluasi kinerja, mengalokasikan sumber daya secara efektif, dan menetapkan tujuan strategis. Dengan mengubah persentase menjadi pengalaman pelanggan konkret, organisasi dapat memprioritaskan intervensi, mengidentifikasi area ketidakefisienan, dan mengembangkan strategi perbaikan terarah. Memastikan tanggapan yang cepat dan andal terhadap permintaan serta keluhan pelanggan memperkuat efektivitas operasional, membangun kepercayaan, dan menciptakan budaya layanan yang memaksimalkan kepuasan dan loyalitas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan organisasi yang berkelanjutan.

d. Kualitas Layanan Karyawan secara Keseluruhan

Gambar 4. Kemampuan Karyawan dalam Menyapa dan Melayani Pelanggan secara Ramah

Kemampuan karyawan dalam menyapa dan melayani pelanggan secara ramah



Kualitas layanan karyawan secara keseluruhan merupakan ukuran penting dari kinerja organisasi, yang secara langsung mencerminkan bagaimana pelanggan menilai kombinasi keramahan, konsistensi dalam mengikuti prosedur, dan kecepatan tanggapan. Berdasarkan data, 30% responden menilai layanan karyawan sebagai “sangat memuaskan,” yang menunjukkan bahwa hampir sepertiga pelanggan mengalami tingkat layanan yang melebihi ekspektasi standar dalam berbagai dimensi. Secara numerik, dalam sampel 1.000 pelanggan, hal ini berarti 300 individu menerima layanan luar biasa, yang kemungkinan mencakup interaksi yang penuh perhatian dan sopan, tanggapan yang cepat, serta kepatuhan ketat terhadap standar prosedur. Penilaian “sangat memuaskan” ini mewakili tingkat tertinggi dari kualitas layanan, menunjukkan bahwa sebagian signifikan dari tenaga kerja mampu memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan luar biasa. Angka ini juga menyoroti efektivitas program pelatihan organisasi, strategi keterlibatan karyawan, dan kemungkinan mekanisme insentif yang dirancang untuk mendorong kinerja terbaik di semua aspek penyampaian layanan.

Sementara itu, kategori terbesar, yakni 45% responden, menilai layanan sebagai “memuaskan.” Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah basis pelanggan, setara dengan 450 dari setiap 1.000 pelanggan, menerima layanan yang memenuhi harapan, dengan interaksi yang andal, sopan, dan cukup cepat. Meskipun penilaian ini mencerminkan persepsi positif secara umum, kategori ini mungkin tidak mencakup perhatian ekstra terhadap detail atau responsivitas luar biasa seperti yang terdapat dalam kategori “sangat memuaskan.” Ketika digabungkan, kategori “sangat memuaskan” dan “memuaskan” mencakup 75% dari basis pelanggan, atau 750 dari 1.000 pelanggan, menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan mengalami layanan dari tingkat memadai hingga luar biasa. Wawasan numerik ini menekankan kekuatan organisasi dalam mempertahankan kualitas dasar yang memenuhi ekspektasi pelanggan, sekaligus mengidentifikasi peluang untuk mengubah lebih banyak pengalaman “memuaskan” menjadi “sangat memuaskan” melalui perbaikan terarah dalam kinerja karyawan dan strategi keterlibatan pelanggan.

Namun, 15% responden menilai layanan secara keseluruhan sebagai “cukup,” yang menunjukkan bahwa sekitar satu dari tujuh pelanggan, yaitu 150 dari 1.000, menganggap layanan hanya cukup memadai namun tidak terlalu impresif. Kategori ini mungkin mencakup situasi di mana karyawan bersikap sopan dan

mengikuti prosedur dasar, tetapi kurang memiliki kecepatan, perhatian, atau keterlibatan yang menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan. Kehadiran segmen 15% ini menyoroti area di mana perbaikan bertahap dapat meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan secara signifikan, misalnya melalui pelatihan tambahan dalam keterampilan interpersonal, efisiensi proses, atau pemecahan masalah secara proaktif. Secara numerik, ini merupakan bagian yang signifikan dari basis pelanggan, karena meningkatkan pengalaman 150 individu ini dapat secara material menggeser metrik kepuasan secara keseluruhan, meningkatkan baik penilaian kuantitatif maupun persepsi kualitatif terhadap keunggulan layanan organisasi.

Selain itu, 10% responden menilai layanan sebagai “tidak memuaskan,” yang merupakan bagian terkecil namun paling kritis dari data. Persentase ini setara dengan 100 pelanggan dari setiap 1.000, yang pengalamannya berada di bawah standar yang dapat diterima akibat kekurangan keramahan, responsivitas, kepatuhan prosedural, atau kombinasi dari faktor-faktor tersebut. Meskipun secara numerik lebih kecil, dampak dari layanan yang tidak memuaskan diperbesar karena pelanggan yang tidak puas cenderung membagikan umpan balik negatif kepada orang lain, yang dapat memengaruhi reputasi merek, retensi pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Menangani kategori ini membutuhkan analisis cermat untuk mengidentifikasi akar penyebab ketidakpuasan, apakah itu berasal dari pelatihan yang tidak konsisten, kekurangan staf, kurangnya motivasi, atau celah dalam prosedur operasi standar. Intervensi proaktif yang menargetkan segmen ini sangat penting untuk memastikan bahwa pengalaman negatif tersebut tidak merusak persepsi positif mayoritas.

Menganalisis distribusi keseluruhan, jelas bahwa meskipun mayoritas pelanggan—yaitu 75% secara total—mengalami layanan yang memuaskan atau sangat memuaskan, sebagian kecil yang signifikan, 25%, hanya menerima layanan yang cukup atau tidak memuaskan. Jika diterjemahkan ke dalam angka nyata untuk organisasi yang melayani 1.000 pelanggan, 250 individu mungkin tidak menilai kualitas layanan sebagai sepenuhnya memenuhi harapan mereka. Distribusi ini menyoroti tantangan ganda yang dihadapi manajemen: mempertahankan dan memperkuat layanan berkualitas tinggi di antara karyawan dengan kinerja terbaik, sambil secara bersamaan menangani area perbaikan bagi segmen karyawan yang kinerjanya menghasilkan pengalaman layanan “cukup” atau “tidak memuaskan.” Perspektif numerik membuatnya jelas bahwa meningkatkan kualitas layanan bahkan untuk proporsi pelanggan yang relatif kecil dapat memberikan dampak signifikan pada skor kepuasan keseluruhan, tingkat retensi, dan loyalitas merek jangka panjang.

Rincian kuantitatif kualitas layanan secara keseluruhan, yaitu 30% sangat memuaskan, 45% memuaskan, 15% cukup, dan 10% tidak memuaskan, memberikan pemahaman menyeluruh tentang kekuatan dan area perbaikan organisasi. Dengan 750 dari 1.000 pelanggan menerima layanan yang dapat diterima atau luar biasa, organisasi menunjukkan fondasi yang solid dalam kompetensi layanan pelanggan. Namun, 250 pelanggan yang tersisa yang hanya menerima layanan cukup atau tidak memuaskan menunjukkan peluang jelas untuk intervensi terarah, seperti peningkatan pelatihan karyawan, pemantauan kinerja, standarisasi proses, dan struktur insentif yang ditujukan untuk

meningkatkan keterlibatan, kecepatan, dan kepatuhan prosedural. Dari perspektif strategis, fokus pada peningkatan pengalaman layanan bagi 25% ini dapat meningkatkan metrik kualitas layanan secara keseluruhan, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan reputasi organisasi, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan operasional yang berkelanjutan.

Data numerik 300 sangat memuaskan, 450 memuaskan, 150 cukup, dan 100 tidak memuaskan per 1.000 pelanggan berfungsi sebagai tolok ukur yang dapat ditindaklanjuti untuk pengambilan keputusan. Dengan menerjemahkan persentase ke dalam pengalaman pelanggan yang nyata, manajemen dapat lebih baik mengalokasikan sumber daya, memprioritaskan inisiatif pelatihan, dan memantau kemajuan dalam peningkatan kualitas layanan dari waktu ke waktu. Memastikan semua pelanggan menerima layanan berkualitas tinggi secara konsisten, bukan sekadar tingkat yang dapat diterima, akan menciptakan budaya keunggulan yang kuat, membangun kepercayaan pelanggan, dan memaksimalkan kepuasan serta loyalitas jangka panjang, sehingga memperkuat posisi kompetitif dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen layanan karyawan di restoran-restoran di wilayah Jakarta Selatan memainkan peran yang sangat penting dan multidimensional dalam mempertahankan konsistensi kualitas layanan, berfungsi sebagai kerangka kerja utama melalui mana standar organisasi, perilaku karyawan, dan pengalaman pelanggan diselaraskan dan dipertahankan. Dengan menerapkan program pelatihan yang komprehensif yang mencakup kompetensi teknis maupun keterampilan interpersonal, restoran memastikan bahwa karyawan sepenuhnya siap untuk menjalankan prosedur standar, menangani permintaan dan keluhan dengan efisien, serta berinteraksi dengan pelanggan secara profesional dan sopan.

Pemantauan kinerja yang berkelanjutan, mekanisme umpan balik, dan sistem pelacakan digital memungkinkan manajer mengidentifikasi penyimpangan, menangani kesenjangan, dan terus menyempurnakan penyampaian layanan, sehingga mengurangi variabilitas dan meningkatkan keandalan di semua titik interaksi. Selain itu, menumbuhkan motivasi dan keterlibatan karyawan melalui pengakuan, insentif, dan peluang pengembangan karier memperkuat kepatuhan terhadap protokol layanan dan mendorong staf untuk menginternalisasi nilai-nilai organisasi. Standarisasi proses memastikan bahwa setiap interaksi, mulai dari menyambut dan menempatkan tamu, pemenuhan pesanan, hingga penyelesaian masalah, dijalankan dengan kejelasan, ketepatan, dan konsistensi.

Integrasi umpan balik pelanggan dan inisiatif perbaikan berkelanjutan memungkinkan restoran merespons secara proaktif terhadap ekspektasi yang berkembang dan tantangan operasional, memastikan bahwa kualitas layanan tetap tinggi bahkan selama periode sibuk atau situasi bertekanan tinggi. Oleh karena itu, disarankan agar restoran di Jakarta Selatan terus berinvestasi dalam sistem manajemen layanan karyawan yang terstruktur, yang menggabungkan pelatihan, pemantauan, motivasi, dan teknologi sambil menumbuhkan budaya akuntabilitas dan keunggulan. Pendekatan holistik ini tidak hanya memperkuat konsistensi layanan tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan keunggulan kompetitif dalam pasar kuliner yang dinamis dan menuntut. Pada akhirnya, hal ini menempatkan restoran pada posisi untuk mencapai keberhasilan operasional yang berkelanjutan dan pertumbuhan jangka panjang baik dalam reputasi maupun kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Audrin, B., & Etemad-Sajadi, R. (2026). The impact of self-service technologies on consumer retailer relationships: navigating trust, contribution, and the role of consumers as partial employees. *Journal of Business Research*, 207, 115992.
- Bhoumik, K., Fang, L., & Igarashi, R. (2026). Robots with hearts: How in-store AI's task types impact brand attitude and ethicality. *Journal of Business Research*, 206, 115923.
- Christian, M., Haris, K., Indriyarti, E. R., Wibowo, S., & Sunarno, S. (2021). Service distribution strategy on business performance of Padang restaurants in North Jakarta. *Journal of Distribution Science*, 19(12), 57-69.
- Ernawati, D. (2026). The Role of Price, Promotion, and Service Quality in Improving Decision Consumers. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 5(1), 1-14.
- Friyani, Y. (2026). Improving Operational Efficiency and Customer Service through a Web Based Restaurant Management Information System. *Journal of Computer Science Application and Engineering (JOSAPEN)*, 4(1), 7-11.
- Gress, D. A., Mahesh, M., Dickey, K. W., Angle, J. F., Baldwin, D. D., Balter, S., ... & Matsumoto, A. H. (2026). Recommendations From the Blue Ribbon Panel on Fluoroscopy Safety. *Journal of the American College of Radiology*.
- Madiawati, P. N., Pradana, M., & Miranda, S. (2021). Effects of service quality, value perception and loyalty on customer satisfaction: Case of a local restaurant in South Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 19-29.
- Mendocilla, M., Miravittles, P., & Matute, J. (2026). Unveiling the role of service quality in the quick service restaurant sector: an integrative review. *International Journal of Hospitality Management*, 132, 104367.
- Widiarto, S., & Priyanto, P. (2025). The role of education level, tenure, and age, in moderating competency's influence on service quality of restaurant employees. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 5(02), 118-140.
- Wirawan, I. G. N., Suryasa, I. W., Atmaja, I. G. B. A. K., & Meitridwiastiti, A. A. A. (2026). Community service in language education: English for laundry workers. *Tennessee Community Service International of Empowerment*, 3(1), 1-8.