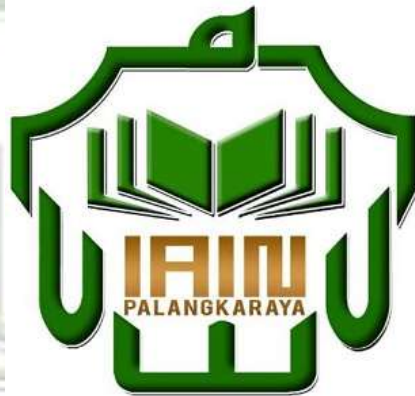


**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA
USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh

DINA SHAHLIA
NIM. 150 412 0437

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKARAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 1441 H/2019 M**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA
ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA

NAMA : DINA SHAHLIA

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM


PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, September 2019

Menyetujui

Pembimbing I


Jelita, M.S.I
NIP.198301242009122002

Pembimbing II


Isra Misri S.E. M.S.I
NIP.199209092018090822

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H. M.Si
NIP.196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam


Enriko Tedia Sukmana, M.S.I
NIP.1984032120110110212

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Dina Shahlia

Palangka Raya, September 2019

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN PALANGKA RAYA
Di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

Nama : DINA SHAHLIA
NIM : 1504120437
Judul : **STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA
ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya di ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

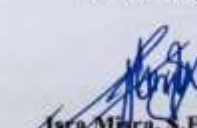
Pembimbing I



Jelinty M.S.I

NIP.198501242009122002

Pembimbing II



Iera Mitra, S.E, M.SI

NIP.199209092018090822

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA** oleh Dina Shahlia NIM : 1504120437 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Jum'at

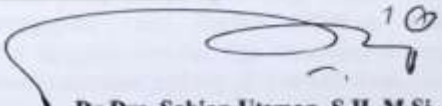
Tanggal : 18 Oktober 2019

Palangka Raya, 18 Oktober 2019

Tim Penguji

1. Enriko Tedja Sukmana, M.Si (.....)
Ketua Sidang
2. Ali Sadikin, M.Si (.....)
Penguji Utama/I
3. Jelita, M.Si (.....)
Penguji II
4. Isra Misra, S.E, M.Si (.....)
Sekretaris Sidang

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP. 196311091992031004

ABSTRAK

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA

Oleh :Dina Shahlia

Rumah makan siap saji adalah bisnis makanan yang terus berkembang di Indonesia terutama di Kota Palangka Raya. Bisa dilihat dengan semakin banyaknya bermunculan rumah makan siap saji yang menawarkan produknya kepada pasar. Bahkan banyak diantara perusahaan rumah makan siap saji yang sebenarnya menawarkan produk sejenis. Penelitian ini dilatar belakangi atas apa yang terjadi di Rocket Chicken bagaimana memberikan pelayanan terbaik dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya? (2) Apa yang menjadi kendala dalam menarik pelanggan pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya?.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini berfokus pada persepsi supervisor dengan customer sebagai informan. Objek penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan berdasarkan persepsi subjek yaitu supervisor dan customer Rocket Chicken Kota Palangka Raya, serta mengetahui kendala apa saja yang mempengaruhi minat pelanggan Rocket Chicken di Kota Palangka Raya. Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data peneliti menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Burhan Bungin.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan: 1) Strategi pelayanan Rocket Chicken di sini menggunakan acuan dari indikator kualitas pelayanan yakni dimana *pertama*, pada point *Tangibles* (berwujud) pada kenyamanan tempat melakukan pelayanan, dengan adanya situasi atau tempat yang demikian mendukung dan rasa nyaman akan berdampak memenuhi kriteria kepuasan pelanggan. *Kedua*, pada point *Reliability* (kehandalan) yakni pihak Rocket Chicken mampu memberikan respon ke /pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan dan pihak Rocket Chicken juga memilih dengan selektif memilih karyawan yang memang bekerja sesuai SOP. *Ketiga*, pada point *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu Rocket Chicken selalu memberikan pelayanan dengan sangat cepat tanggap dimulai dari customer datang, melayani pemesanan customer, hingga sampai customer pulang. *Keempat*, *Assurance* (jaminan) adalah bagi pihak Rocket Chicken bagaimana seorang kasir maupun karyawan dapat memberikan jaminan kepastian atau kepercayaan produk yang ingin dijual pihak Rocket Chicken dan kepuasan pelanggan harus dinomor satukan. Dan

kelima, Emphaty (empati) yakni pelanggan adalah raja, dengan pelayanan yang memuaskan bagi Rocket Chicken apalagi dengan mengutamakan seperti ibu hamil, orang tua lansia, dan anak-anak memang di beri pelayanan khusus. 2) Serta apa yang menjadi kendala dalam menarik pelanggan menurut hasil observasi dan wawancara untuk kendala jarang terjadi dikarenakan dengan adanya pengevaluasian terhadap kinerja Rocket Chickenlah sehingga terus menciptakan pelayanan yang terbaik.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Pelanggan (konsumen), Rumah Makan Siap Saji, Usaha Waralaba.



ABSTRACT
**SERVICE STRATEGY IN INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS IN
ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA BUSINESS**

By: Dina Shahlia

Fast food restaurants are a food business that continues to grow in Indonesia, especially in the City of Palangka Raya. Can be seen with the increasing number of ready-to-eat restaurants that offer their products to the market. Even many of the fast food restaurant companies that actually offer similar products. This research is motivated by what happened at Rocket Chicken how to provide the best service in increasing the number of customers in the franchise business. The formulation of the problem in this study are (1) What is the service strategy in increasing the number of customers in the Rocket Chicken franchise business in Palangka Raya City? (2) What are the obstacles in attracting customers to the Rocket Chicken franchise business service in Palangka Raya City ?.

This type of research is a descriptive qualitative research. Subjects in this study focused on supervisors' perceptions with customers as informants. The object of this research is to find out the service strategy in increasing the number of customers based on the subject's perception, namely the supervisor and customer of Rocket Chicken in Palangka Raya City, and to find out what obstacles are affecting the interest of Rocket Chicken customers in Palangka Raya City. The data collection techniques of researchers used the method of observation, interviews, and documentation. While the researchers' data analysis techniques used analysis techniques developed by Burhan Bungin.

Based on the results of the study states: 1) Rocket Chicken service strategy here uses a reference from the service quality indicators, where first, at the point Tangibles (tangible) in the comfort of the place to perform services, with the existence of such situations or places that support and a sense of comfort will have an impact on meeting the criteria customer satisfaction. Second, the point of Reliability (Rocket Chicken) is able to provide responses to / applicants who want to get service and the Rocket Chicken also selectively select employees who do work according to the SOP. Third, the point of Responsivess (responsiveness) is that Rocket Chicken always provides a very fast response service starting from the customer coming, serving customer orders, until the customer returns. Fourth, Assurance is for Rocket Chicken how a cashier or employee can guarantee the certainty or trust of the product that Rocket Chicken wants to sell and customer satisfaction must be numbered. And fifth, Emphaty (empathy), namely the customer is king, with satisfying service for Rocket Chicken, especially by prioritizing such as pregnant women, elderly parents, and children are indeed given special services. 2) As well as what are the obstacles in attracting customers according to the results of observations and interviews for obstacles rarely occur due to the evaluation of the performance of Rocket Chicken so that it continues to create the best service.

Keywords: Service Strategy, Customers (consumers), Fast Food Restaurants, Franchise Businesses.



KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul **“STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN KOTA PALANGKA RAYA”** dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Terima kasih peneliti haturkan atas segala sarana dan prasarana yang disediakan untuk kami selama kuliah di IAIN Palangka Raya. Semoga beliau selalu diberikan kesehatan dalam memimpin IAIN Palangka Raya agar semakin maju dan terus maju.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, SH, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.SI selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Sekaligus Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih peneliti haturkan kepada beliau atas semua bimbingan, arahan, saran, motivasi, kesabaran dan segala pelayanan yang diberikan kepada kami di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Jelita, M.SI selaku Pembimbing I. Terima kasih penulis yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga beliau beserta keluarga besar selalu diberi kesehatan dan kemudahan dalam menjalani kehidupan. Aamiin. Serta Bapak Isra Misra, S.E, M.SI selaku Pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan staff FEBI (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan. Semoga Allah SWT, melipat gandakan amal kebaikan beliau semua, Aamiin.
6. Dan seluruh karyawan dan staf serta Supervisor Rocket Chicken yang ada di Kota Palangka Raya sudah membantu dan Terima Kasih atas waktu serta Ilmunya yang sudah memberi kesempatan peneliti dalam menyelesaikan Skripsi. Semoga semakin menjadi bisnis waralaba yang pesat dan terus maju

di bidang *fast food* Restoran siap saji di Kota Palangka Raya dan merajai seluruh Indonesia dengan semua cabang gerai yang tersebar.

7. Semua teman-teman Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2015 kelas A,B dan C khususnya para sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang berpartisipasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT, melimpahkan anugerah rahman, rahim dan ridho-Nya, serta cahaya surga-Nya, pada kita semua sebagai ummat Rasullullah SAW, sehingga kita memiliki hati bersih, lapang dan dipenuhi oleh aura cinta-kasih-Nya. Aamiin. Akhirnya hanya kepada Allah peneliti berserah diri. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Palangka Raya, 15 September 2019

Peneliti,

DINA SHAHLIA

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN PALANGKA RAYA** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari karya orang lain yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 15 September 2019

Yang membuat pernyataan,


Dina Shahlia
NIM.1504120437

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنْ أَرْضٍ وَلَا تَيَمَّمُوا
مِنْهَا الْخَبِيثَ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: ...Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS. Al-Baqarah (2): 267)



PERSEMBAHAN



Atas Ridho Allah SWT, dengan segala kerendahan hati peneliti,
karya ini saya persembahkan kepada :

- Untuk Abah saya Dian, SE, M.AP dan Mama saya Rabiatul Adawiyah, S.Pd tercinta yang selalu memberikan doa restu dan pengorbanan segalanya demi tercapainya cita-cita anak-anaknya. Dengan harapan yang besar abah dan mama tak henti-hentinya memberikan dorongan baik moril maupun material demi menghantarkan anak-anaknya pada pintu kesuksesan. Dan selalu berdoa siang dan malam untuk anak nya dan selalu memberikan kekuatan motivasi akan pelajaran hidup. Semoga abah dan mama selalu diberikan kesehatan, umur panjang dan keselamatan dunia dan akherat. Aamiin.
- Seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi terkhusus kepada adik saya Donny Halim yang baru saja menjadi seorang Mahasiswadi STMIK Palangka Raya yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi bukan hanya membantu dalam mengerjakan skripsi Serta sepupu saya Novita Amelia Sari yang ikut berperan membantu dalam penyusunan skripsi peneliti yakni masih Mahasiswi di IAIN Palangka Raya
- Sahabat terbaik dunia akhiratku Rabiatul Wakhidah dan Erma Yunita dengan semangat membara yang terus menjejal kalimat semangat agar bisa cepat lulus bareng dan selalu ada diposisi susah senang tetap bersama-sama demi masa depan.
- Teman-teman dan sahabat saya seperjuangan ESY A, B dan C dengan semua kenangan yang kita ukur selama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya, semoga semua ini menjadikan kita sebuah keluarga dan selalu terjalin silaturahmi diantara kita semua. Aamiin terutama untuk teman-teman se grup WA yaitu SEMANGAT MENUJU S.E yakni

ada Maya Kanita, Safitriana Rumasukun, Ananda Ayu Lestari, Siti Julaikha, S.E, Musfiroh, Tri Nina Yanti, Ramadhan, S.E, Muhammad Wahyuni, S.E, Miftahul Khairi, Al-Rizky Ramadhan.

- Dan seluruh Keluarga Besar SAHABAT ALAM Palangka Raya, semua karyawan dan staf guru-guru yang bekerja keras dengan giat demi memajukan generasi pemuda pemudi yang cinta Ilmu dunia akhirat yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam bekerja dan menuntut Ilmu hingga menyelesaikan skripsi saya hingga saat ini.

Terutama buat Bu Erma dan Mba Fatim yang lulusan dari IAIN Palangka Raya juga terus, memberikan motivasi yang luar biasa kepada adik tingkatnya. Serta teman guru baru yakni Bu Lija dan Bu Khusnul selaku mahasiswi IAIN Palangka Raya jurusan MPI, yang terus memberikan semangat yang tidak pernah luntur semoga kita semua dapat lulus tahun ini juga meskipun sambil bekerja sebagai guru.

- Dan untuk kampus ku tercinta IAIN Palangka Raya kampus yang dimana banyak memberikan pengalaman, ilmu dan teman yang menginspirasi buat saya jayalah kampus tercinta ku IAIN Palangka Raya, terdepan unggul dan terpercaya

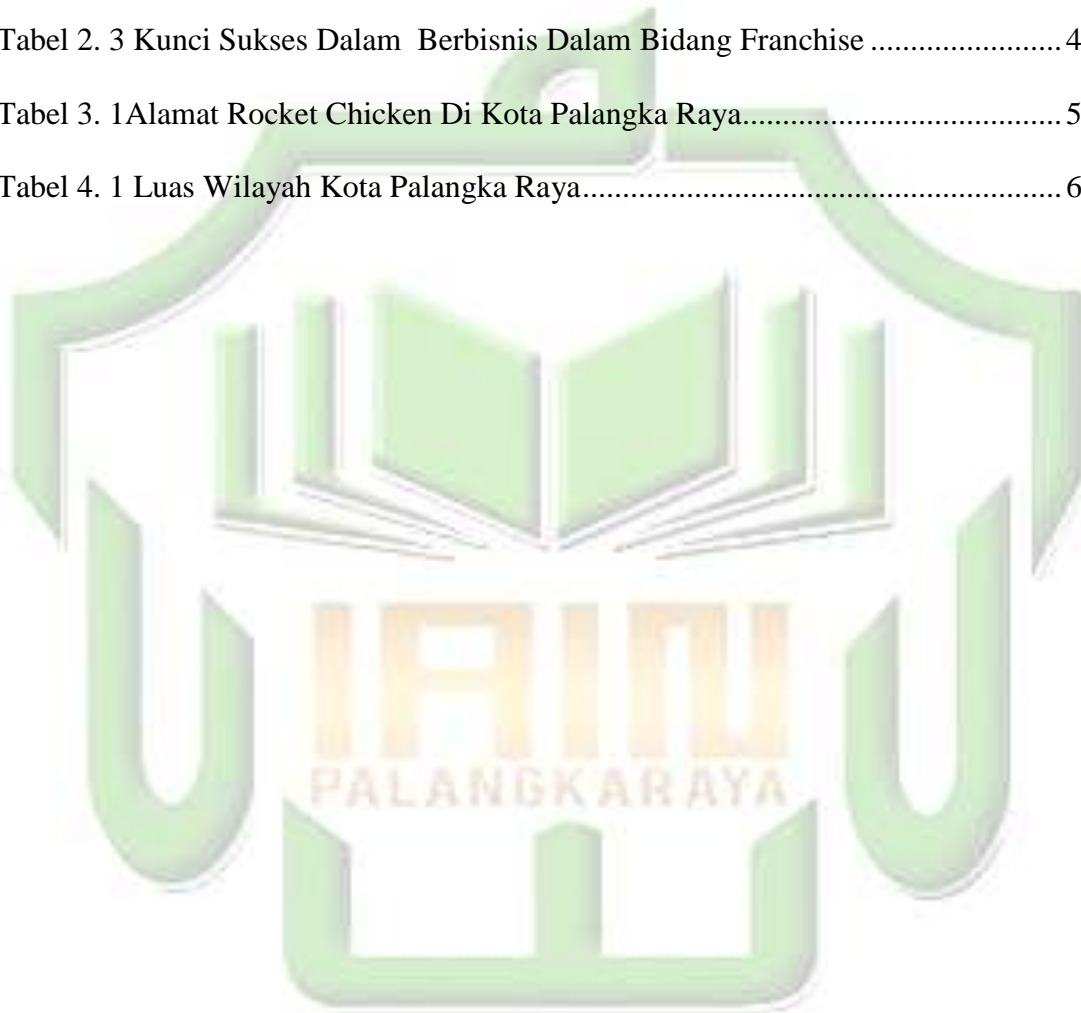
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
PERNYATAAN ORISINALITAS	xii
MOTTO	xiii
PERSEMBAHAN	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	15
1. Teori Strategi Pelayanan	15
2. Pelayanan.....	23
3. Bisnis Waralaba.....	35
4. Restoran Siap Saji	46
C. Kerangka Pikir	48

BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Waktu dan Tempat Penelitian	51
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	53
C. Subjek dan Objek Penelitian	54
D. Teknik Pengumpulan Data.....	55
E. Pengabsahan Data	58
F. Analisis Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	62
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	62
B. Penyajian Data	67
C. Analisis Data	83
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Indikator Kualitas Pelayanan	33
Tabel 2. 3 Kunci Sukses Dalam Berbisnis Dalam Bidang Franchise	45
Tabel 3. 1 Alamat Rocket Chicken Di Kota Palangka Raya.....	52
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kota Palangka Raya.....	63



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir	50
---------------------------------	----



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Šā'</i>	Š	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Šād</i>	Š	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah

ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
-----	---------	--------------

جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
------	---------	---------------

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

الهنعمة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
مجيد	Ditulis	<i>majīd</i>
Dammah + wawu mati	ditulis	ū

فروض	ditulis	<i>furūd</i>
------	---------	--------------

F. Vokal rangkap:

Fathah + ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

النتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

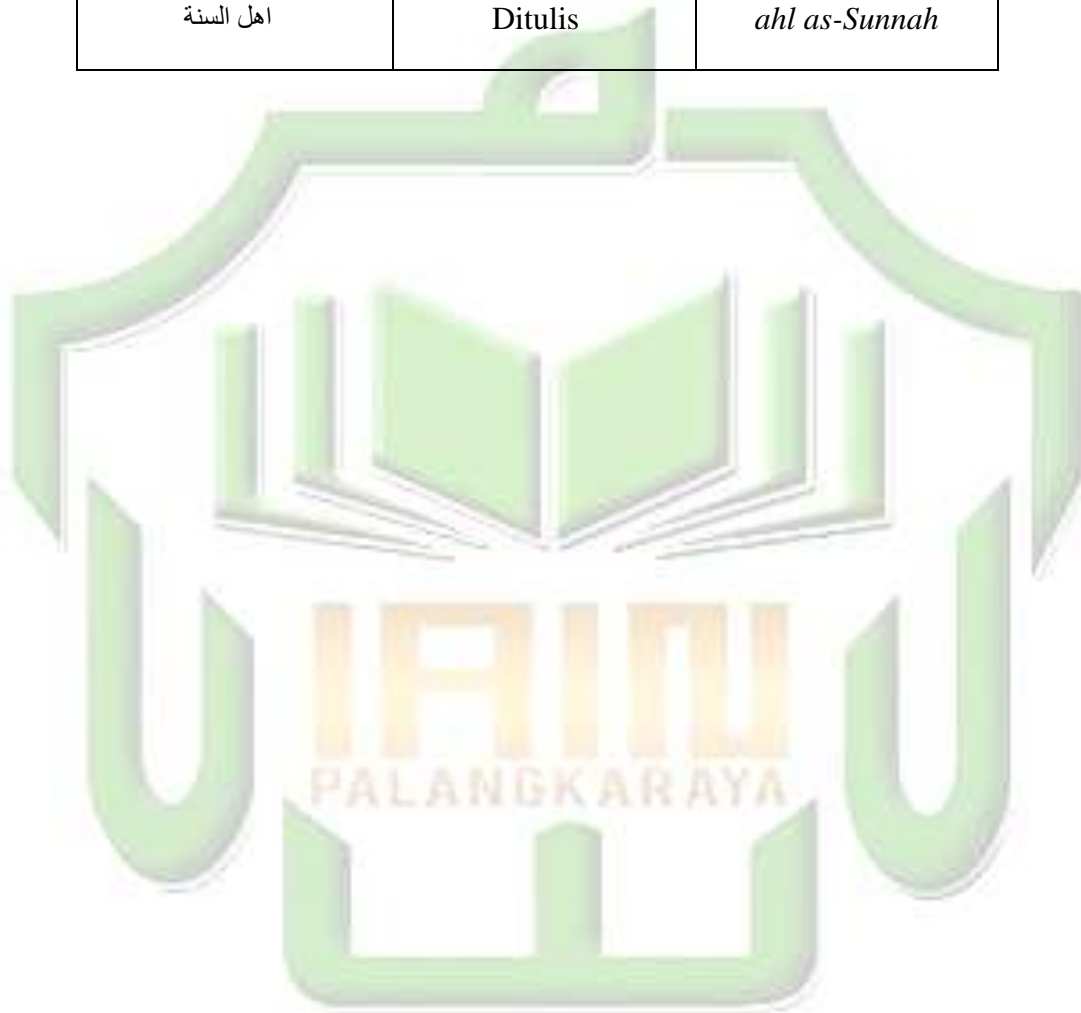
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari. Bagi beberapa pembisnis, persaingan berkonotasi negatif karena takut akan berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing. Namun pada kenyataannya tidak demikian. Persaingan yang sehat dapat memberikan hal yang baik bagi pembisnis, pesaing itu sendiri dan bahkan para pelanggan.¹ Dalam persaingan yang sehat pasti ada pengusaha sukses yakni orang yang berani mendirikan usaha, mengelola usaha sesuai tata cara pengelolaan perusahaan yang baik, dan mampu mengembangkan usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya di seluruh dunia. Salah satunya konsumen restoran siap saji.

Restoran siap saji merupakan salah satu industri di dunia yang berkembang dengan cepat, khususnya di area perkotaan, sebagai tanggapan terhadap gaya hidup modern dengan fleksibilitas yang semakin meningkat. Adanya perubahan gaya hidup serta diterimanya restoran siap saji ini, oleh masyarakat. Maka, persaingan antara restoran siap saji terhadap kualitas produk dan layanan akan semakin terlihat di masa yang akan datang.

¹ Mashur Malaka, 2014, *Jurnal AL-Adl Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha*, e-journal.IAIN Kendari.ac.id/al-adl/article/view/218. Di unduh pada tanggal 31 Januari 2019

Perkembangan industri pangan saat ini yang meningkat dengan pesat di tandai dengan menjamurnya berbagai restoran siap saji di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Hal tersebut di karenakan kesesuaian makanan siap saji dengan budaya masyarakat Indonesia yang dapat di klasifikasikan sebagai budaya modern. Salah satu ciri yang tampak jelas di sini ialah masyarakat memiliki kesibukan dan aktivitas pribadi yang tidak menentu. Dan ini membuat masyarakat terbiasa dengan hal yang serba cepat dan praktis. Begitu pula dengan pola masyarakat dalam mengonsumsi makanan yang kiranya sebisa mungkin dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat dan dapat menghemat waktu. Hal tersebut berdampak pada timbulnya kebutuhan masyarakat yang ingin makanan yang cepat dan instan.²

Sejak beberapa tahun yang lalu, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Industri restoran dan rumah makan hingga saat ini masih di yakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun demikian dalam periode yang sama banyak restoran yang gulung tikar, karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Sukses dibidang makanan dan minuman tidak hanya ditentukan oleh jumlah

²Kontan.co.id, *Persaingan Restoran Siap Saji Kian Marak*, <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-restoran-cepat-saji-kian-marak-.Online> 10 November 2018

pengunjunganya saja tetapi, ditentukan juga oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.³

Rocket Chicken adalah salah satu perusahaan rumah makan siap saji, yakni waralaba yang bergerak dibidang jasa, yang akhir-akhir ini sangat berkembang dan sudah membuka cabang gerai dimana-mana khususnya di Kota Palangka Raya. Menurut hasil observasi yang peneliti lakukan yakni untuk usaha ini menargetkan kosnumen dari berbagai kalangan, dilihat dari harga, yang mereka berikan tergolong relative terjangkau. Selain itu *Rocket Chicken* juga memberikan promosi, mulai dari harga paket, mengadakan *event* (lomba mewarnai, *cooking class*), kemudian penataan ruang yang bagus, serta lokasi yang nyaman dan menarik bagi konsumennya. Dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan.⁴

Di sini peneliti tertarik, mengenai Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya, dari segi strategi maupun pelayanan antar restoran siap saji sendiri, Yakni restoran siap saji Rocket Chicken ini dapat di lihat dari segi perkembangannya dan bukan hanya dari segi perkembangannya saja tetapi, pada manajemen

³Sulistiyastuti, D. R, *Dinamika Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Analisis Konsentrasi Regional UMKM Di Indonesia 1999-2001*. (Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2004) 9(2), hal 143-164

⁴Wawancara dengan Supervisor Subjek M RC Jalan Sethadji pada tanggal 16 Juni 2019 Pukul : 15.40 WIB

pelayanan atau strateginya dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang kian marak semakin melambung pesat.

Restoran siap saji Rocket Chicken di nilai lebih berhasil dan bisa berkembang dari segi usaha waralaba lainnya. Di sini peneliti berusaha ingin mengetahui sejauh mana strategi pelayanan pada usaha waralaba antara restoran siap saji lainnya yang ada di Kota Palangka Raya dengan Rocket Chicken.

Sedangkan, untuk Rocket Chicken yakni restoran ayam goreng asal Jogjakarta, Rocket Chicken terus melebarkan sayap dalam bisnis waralabanya, selain sudah memiliki lebih dari 300 outlet, di awal tahun 2019 ini membuka outlet baru di tengah Kota Jogja, tepatnya di Gayam, Jl. DR. Sutomo No 2 Danurejan, Kota Jogja. Yang membedakan dari beberapa outlet lainnya, konsep restoran yang lebih luas dibandingkan cabang-cabang sebelumnya. “Konsepnya lebih premium, tapi harga relatif sama. Nurul Atik selaku Presiden Director PT. Rocket Chicken Indonesia mengatakan, pihaknya terus melakukan inovasi dan melakukan perbaikan produk dan layanan. Termasuk di outlet yang baru, menata manajemen dan meningkatkan interior yang lebih bagus, tanpa meninggalkan kualitas dan keunggulan Rocket Chicken sebelumnya, yakni enak, murah dan terjangkau.⁵

Selain itu juga Rocket Chicken terus berimprovisasi soal rasa, menu baru selalu ditawarkan. Jadi, meskipun bahan utama adalah ayam, penyajian disajikan

⁵Rocket Chicken, Sajikan Ayam Goreng untu Kelas Menengah Ke Bawah <http://kaltim.tribunnews.com/2017/04/14/rocket-chicken-sajikan-ayam-goreng-untuk-kelasmengah-kebawah?page=2>. Online 20 Mei 2019

beragam. Mulai dari Ayam Reguler, Ayam Level Pedas, Chicken Stick, Steak Ayam Hot Plate, hingga Nasi Goreng. Keunggulan lain adanya kualitas penyajian yang terus terkontrol.

Bagi yang ingin menjadi seorang calon franchisee atau mitra, mitra wajib membayar senilai 70% dari total investasi sebagai bukti dan komitmen untuk menjadi franchisee Rocket Chicken.

Selain itu juga, waralaba Rocket Chicken pun sampai saat ini masih membuka peluang bisnis bagi calon mitra yang serius menggeluti bisnis fast food fried chicken. Dan ditawarkan investasi tipe resto dengan banderol senilai Rp 250 juta. Biaya itu sudah termasuk fee selama lima tahun, resto equipment, renovasi, dan fasilitas penunjang lainnya.⁶

Namun, selain Rocket Chicken ada beberapa pesaing rumah makan cepat saji yang sejenis serta memiliki jarak yang sangat berdekatan dengan Rocket Chicken antara lain, Hisana Chicken, Chicken day dan restoran siap saji lainnya. Yang merupakan sebuah usaha juga yang bergerak di bidang kuliner, khususnya ayam goreng tepung yang beralamat di Jalan Seth Adji Kota Palangka Raya yakni pusatnya restoran siap saji.

Rocket Chicken mempunyai peluang dan tantangan yang sama dengan restoran siap saji lainnya. Konsumen lebih akan membandingkan harga, lokasi, kenyamanan ruangan, serta fasilitas tambahan lainnya yang diberikan oleh rumah

⁶Rocket Chicken, Syarat Bermitra bersama Rocket Chicken, <https://suharyantobjm.com//2016/04/21/berikut-cara-mudah-kemitraan-rocket-chicken/> Online 31 Januari 2019

makan siap saji tersebut dengan apa yang diharapkan mereka. Jika konsumen merasa puas, tentu akan kembali makan atau menggunakan jasa tersebut dan menjadi pelanggan yang setia, serta akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain.

Secara umum faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis rumah makan siap saji adalah kualitas cita rasa *taste* yang sesuai selera masyarakat, pemilihan lokasi yang tepat, disertai pelayanannya.⁷

Mengapa peneliti sangat tertarik dengan Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya ini, karena dari hasil observasi dan Searching di Internet dari berbagai sumber mengapa hanya di kota Palangka Raya ini, strategi pelayanan usaha waralaba dalam meningkatkan jumlah pelanggan Rocket Chicken lebih meningkat dan terus berupaya bisa bersaing dengan restoran siap saji lainnya. Apakah di karenakan dengan adanya pelayanan yang bisa bersaing dengan restoran siap saji lainnya ataukah ada strategi lain yang bisa membuat Rocket Chicken ini bisa bersaing dengan waralaba usaha lainnya khususnya di bidang kuliner di Restoran siap saji Kota Palangka Raya.

Maka berdasarkan uraian di atas tersebut, peneliti tertarik untuk mengamati lebih lanjut dengan cara melakukan penelitian yang berjudul “**STRATEGI**

⁷Ferry Kondo Lembang, Angela C. Leunupun dan Mozart W. Talakua, Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling (Studi Kasus: Restoran Ambon City Center Passo), Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan [Maret 2016] Volume 10 Nomor 1

PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN KOTA PALANGKA RAYA”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, akan menimbulkan berbagai macam rumusan masalah yang akan diteliti, diantaranya:

1. Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya?
2. Apa yang menjadi kendala dalam menarik pelanggan pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, akan menimbulkan beberapa tujuan dalam penelitian, diantaranya:

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui apa yang menjadi kendala dalam menarik pelanggan, pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya Raya.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan/ manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baru terhadap ilmu pengetahuan, khususnya terkait dengan strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba.

2. Aspek Praktis

Memberikan masukan terhadap perusahaan penelitian, sehingga memahami tentang persepsi strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba dan juga kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada diperusahaan agar semakin baik kinerjanya. Serta Sebagai pengetahuan yang dapat memberikan informasi bagi semua kalangan, dalam upaya meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam.

3. Aspek Akademik

Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan tentang persepsi strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba dan Sebagai bahan pustaka untuk menambah wawasan khasanah pengembangan keilmuan perpustakaan IAIN Palangka Raya, terutama dalam bidang ekonomi syari'ah.

E. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini secara sistematis, maka peneliti membaginya dalam beberapa bab yang terdiri dari

Bab I Pendahuluan, Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, Bab ini berisi teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan, penelitian terdahulu, deskripsi teoritik, dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini membahas ruang lingkup penelitian yakni berisi metode penelitian yang meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, Bab ini berisi pembahasan, terdapat gambaran lokasi penelitian, membahas deskripsi hasil penelitian tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya yakni menjawab dari rumusan masalah yang sudah ada.

Bab V Penutup, dan terakhir penutup, pada bab ini peneliti menyimpulkan isi penelitian secara menyeluruh dengan berbagai saran yang dianggap perlu untuk diperhatikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya terhadap tinjauan pustaka, peneliti menemukan ada beberapa judul penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang ingin diteliti oleh peneliti. Tiga dari penelitian itu adalah: Sri Atun Chasanah, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”. Tahun (2015), fokusmasalahnya adalah Bagaimana mempertahankan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan listrik pasca bayar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu strategi yang dilakukan PT. PLN Rayon Purbalingga dalam memenuhi pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan dari pengguna listrik pasca bayar dengan memberikan kemudahan atau memperluas jaringan pembayaran melalui PPOB (*Payment Point Online Bank*), yaitu pembayaran bisa melalui *ATM Banking*, *E-Banking*, *SMS Banking*, *Kantor Pos*. Untuk penanganan gangguan menggunakan aplikasi keluhan dan keluhan terpadu (APKT), Adanya kepuasan pelanggan dapat dipastikan berasal dari kualitas pelayanan yang primayang diberikan oleh pihak perusahaan. Aspek-

aspek dalam memenuhi kepuasan pelanggannya seperti: *realibility, responsiveness, assurance, empathy, tangible*.⁸

Relevansi penelitian antara penelitian terdahulu yakni saudara Sri Atun Chasanah (2015), dengan penelitian yang ingin diteliti yaitu Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya. Yaitu, Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya ini yakni dengan acuan indikator kualitas pelayanan yakni *tangibles, realibility, responsiveness, assurance dan empathy*. Di sini membuktikan bahwa adanya relevansi penelitian di antara kedua penelitian terdahulu dan penelitian yang ingin diteliti.

Ruztlan Zaka Rullah “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada *Leasing FIF (Federal International Finance)* Syari’ah Taman Palem Jakarta Barat” (2015), Fokus masalah dari penelitian ini adalah: dengan adanya strategi pelayanan apakah berdampak pada meningkatkan kepuasan nasabah dengan system murabahah pada *leasing FIF (federal International finance)*. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa leasing syari’ah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa dalam batasan waktu tertentu, melalui strategi pelayanan yang digunakan oleh pihak

⁸Sri Atun Chasanah, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2700/1/fm.pdf>. Skripsi IAIN Purwokerto Tahun 2015

leasing FIF adalah memberikan produk yang berkualitas, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, mengutamakan pada kepentingan atau pencapaian kepuasan nasabah, memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, sehingga para nasabah percaya dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan dan akan terus menjadi pelanggan setia perusahaan kita.⁹

Terkait relevansi antara penelitian dari saudara Ruztian Zaka Rullah ini dengan penelitian penulis yakni “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya, membuktikan bahwa ada kesamaan mengenai penelitian yang ingin diteliti yaitu dengan adanya strategi pelayanan yang sama dan akan berdampak pada meningkatkan kepuasan nasabah maupun meningkatkan jumlah pelanggan.

Riyen Marlia, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Swalayan Surya Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan)” Tahun (2018), dan fokus masalah pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh swalayan Surya cabang Jatimulyo. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa strategi pemasaran 5 P (bauran ritel) dalam meningkatkan kepuasan pembelian konsumen yang diterapkan oleh swalayan Surya Cabang Jatimulyo menggunakan strategi yaitu pada produk, harga, promosi, pelayanan, serta fasilitas fisik. Dan

⁹Ruztian Zaka Rullah “*Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Federal International Finance) Syari’ah Taman Palem Jakarta Barat*”, <http://repository.uinjkt.ac.id/2700/1/fm.pdf>. Skripsi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2015

dari hasil penelitian ini diketahui bahwa rata-rata yang menjadi alasan konsumen melakukan keputusan pembelian di swalayan Surya adalah karena harga jual yang terjangkau, pelayanan yang diberikan serta promosi-promosi yang ditawarkan, namun dari segi variasi produk serta fasilitas fisik harus menjadi bahan evaluasi bagi pihak swalayan agar lebih memperhatikan variable-variabel tersebut.¹⁰

Terkait relevansi antara penelitian saudara Riyen Marlia ini dengan penelitian peneliti yakni dalam meningkatkan kepuasan pembelian konsumen yang diterapkan oleh Swalayan Surya Jatimulyo dengan menggunakan strategi yang sama seperti harga, promosi dan strategi pelayanan. Dimana penelitian yang berkaitan sama untuk strategi bisnis dalam meningkatkan jumlah pelanggan yakni dengan strategi demikian pula.

Berdasarkan ketiga penelitian yang sudah dilakukan para peneliti sebelumnya, penulis menilai bahwa penelitian dengan judul “STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA USAHA WARALABA ROCKET CHICKEN KOTA PALANGKA RAYA” berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian saya lebih mengarah kepada strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan yakni rocket chicken serta objeknya pun berbeda dengan penelitian sebelumnya.

¹⁰.Riyen Marlia, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Swalayan Surya Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)*”, <http://repository.radenintan.ac.id>. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2018

Untuk memudahkan dalam membedakan penelitian penulis, dengan para peneliti sebelumnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1.
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No.	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Sri Atun Chasanah, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”. Tahun (2015)	Membahas tentang Strategi Pelayanan	Penelitian ini bertujuan untuk apa saja yang dapat memenuhi ketentuan pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan dari pengguna listrik pasca bayar.
2.	Ruztian Zaka Rullah “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada <i>Leasing FIF (Federal International Finance)</i> Syari’ah Taman Palem Jakarta Barat”. Tahun (2015)	Membahas tentang Strategi Pelayanan	Strategi Pelayanan yang dilakukan oleh saudari Ruztian Zaka Rullah yakni dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam system <i>murabahah</i> pada <i>leasing FIF</i> dan bertempat di Jakarta Barat Sedangkan strategi pelayanan yang peneliti teliti yakni strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan rumah makan siap saji Rocket chicken yang berada di Kota Palangka Raya.
3.	Riyen Marlia, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian	Membahas tentang strategi dalam meningkatkan jumlah pembelian atau konsumen	Strategi yang saudari Riyen lakukan disini merupakan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan

	Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Swalayan Surya Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)". Tahun (2018)		pembelian konsumen. Sedangkan untuk penelitian yang peneliti disini lebih kepada startegi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rokcet Chicken Kota Palangka Raya.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Dibuat oleh Peneliti: 4 Februari 2019

B. Landasan Teori

1. Teori Strategi Pelayanan

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos*, yang berarti Jenderal. Kata strategi secara harfiah berarti "seni para Jenderal". Kata ini mengacu pada perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, yang dimaksud dengan strategi adalah 'penempatan' misi perusahaan, penerapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹¹

Strategi yaitu sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap *entrepreneur* maupun setiap manajer, dalam segala macam bidang usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan, tentang tujuan-

¹¹Evi Yunika, Jurnal Skripsi "Strategi Agen Dalam Memasarkan Produk Asuransi Prudential Syariah Di Kota Palangka Raya" Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun 2013. h. 12

tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan tersebut.¹²

Pelayaan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Dalam penelitian ini strategi pelayanan merupakan strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan, yang meliputi keramahan saat melayani pelanggan rumah makan siap saji, ketepatan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan dan lain sebagainya.¹³

b. Strategi Menarik Pelanggan

Wirausaha mengetahui bahwa salah satu cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru adalah dengan menyajikan pelayanan yang lebih baik yang tidak tertandingi oleh pesaing. Cara menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Dengarkan dan perhatikan pelanggan
2. Tetapkan pelayanan terbaik
3. Tetapkan ukuran dan kinerja standar

¹²Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Jakarta: Kencana, 2004, h. 106-108

¹³Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005 .h.15

4. Berikan perlindungan hak-hak karyawan
5. Latih karyawan untuk memberikan pelayanan yang istimewa
6. Gunakan teknologi yang memberikan pelayanan terbaik
7. Berikan hadiah bagi pelayanan terbaik.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan atau pengusaha untuk mencapai tujuan. Kadangkala langkah itu sulit, tetapi ada pula yang sangat mudah. Berbagai strategi untuk dapat menarik pelanggan, antara lain:¹⁴

1. Melakukan inovasi produk baru atau tampil beda, mengikuti tren
2. Desain yang menarik, menambah kesan mewah
3. Harga yang terjangkau sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan
4. Berikan dengan potongan minimum pembelian dengan jumlah tertentu
5. Berikan layanan sesuai janji atau sesuai keinginan pelanggan
6. Lakukan penjualan yang tingkat keramaiannya tinggi
7. Ikuti beberapa pameran untuk memperluas jaringan atau komunitas
8. Fokus pada satu produk sehingga spesialisasi dapat dicapai
9. Pilih produk yang ditempat tersebut belum ada. Bila sudah ada, pikirkan kekhasannya, cara penyajian atau pelayanannya
10. Buat standar operasi yang sederhana namun jelas
11. Tentukan target pasar, sesuaikan dengan lingkungan
12. Tentukan lokasi dan jam buka usaha dengan tepat

¹⁴PO Abas Sunarya, dkk., *Kewirausahaan*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011, h. 236

13. Kepuasan pelanggan harus di nomorsatukan
14. Usahakan agar pelayanan menggunakan prinsip tanpa komplain (*zero complain*)¹⁵

c. Pengertian Teori Kendala

Pengertian teori kendala atau biasa disebut dengan Manajemen *Constraint* atau lebih dikenal dengan *theory of constraint (TOC)* merupakan sebuah teori dalam ilmu manajemen bisnis untuk mencapai keuntungan melalui identifikasi terhadap kendala-kendala yang dialami perusahaan dan kemudian mencari solusi untuk mengatasi kendala tersebut.

1) *Internal Constraint*

Ini merupakan kendala yang bersala dari dalam perusahaan itu sendiri misalnya: keterbatasan jam kerja pegawai atau keterbatasan mesin produksi sehingga tidak dapat memaksimalkan hasil produksi semaksimal mungkin.

2) *Eksternal Constraint*

Ini merupakan kendala perusahaan yang berasal dari luar, misalkan: keterbatasan supplier atau kualitas bahan baku yang kurang baik sehingga dapat menurunkan minat konsumen.¹⁶

d. Menangani Permasalahan Pelanggan Yang Sulit

¹⁵*Ibid.*, h. 237.

¹⁶Teori kendala, <https://www.maxmanroe.com>. Online 23 Oktober 2019

Layanan pelanggan seringkali berarti menangani pelanggan yang marah, kesal atau kasar. Menangani pelanggan tersebut dengan efektif seringkali membuat atau merusak perusahaan. Ada lima langkah proses dalam menangani pelanggan yang sulit. Sebelum dalam menangani pelanggan yang sulit ada baiknya untuk memahami layanan pelanggan profesional dalam menghadapi berbagai situasi yang menantang. Situasi-situasi tersebut termasuk:

1. Pelanggan yang kesal dengan mutu atau penyampaian produk/ jasa
2. Pengembalian produk atau pembatalan jasa
3. Informasi yang salah diberikan pada pelanggan
4. Pelanggan yang memandang negatif perusahaan anda karena pengalaman masa lalu
5. Isu konfrontasi dan konflik
6. Pelanggan yang marah
7. Menjelaskan kebijakan atau prosedur perusahaan
8. Permintaan untuk bertemu dengan pihak manajemen.¹⁷

Sasaran utama dalam situasi yang menantang ini adalah dengan memberikan solusi win-win. Kami ingin pelanggan merasa didengarkan, di jaga dengan baik, dan dihargai. Mindset yang fokus pada pelanggan akan memberikan dampak yang besar dalam mencapai tujuan ini. Dengan fokus

¹⁷*Menangani Permasalahan Pelanggan yang Sulit*, <https://pengusahamuslim.com/3027-menangani-permasalahan-pelanggan-1606.html>. Online 20 September 2019

pada pelanggan, alat untuk mengatasi situasi yang menantang adalah dengan lima langkah proses, yaitu:

1. *Step 1*: Strategi anda harus sampai pada solusi yang akan memenangkan kedua pihak, baik perusahaan anda dan pelanggan. Jika anda berhasil anda akan mempertahankan pelanggan, melebihi harapan pelanggan, dan memberikan pelanggan pengalaman yang positif sehingga mereka melanjutkan berbisnis dengan anda.
2. *Step 2*: Pengakuan. Pengakuan adalah komunikasi penting dalam situasi yang penuh dengan tantangan. Gunakan frasa seperti, “saya mengerti”, “saya minta maaf”, sehingga pelanggan merasa mereka didengarkan dan kita menghargainya. Ini memperjelas jalan kita untuk melangkah memberikan bantuan secara emosi dan menempatkan kita disisi pelanggan. Misalnya untuk pengakuan: “saya mohon maaf jika mutu produk tidak seperti yang anda harapkan. Saya bias memahami kekecewaan anda. Saya bias membantu”.
3. *Step 3*: klarifikasi. Terkadang kita salah memecahkan masalah dengan mendasarkan pada apa yang kita “pikirkan” apa yang dikatakan pelanggan. Langkah ketiga ini kita dapat mengklarifikasi dan menarik informasi untuk memastikan kita mengerti kekhawatiran pelanggan. Misalnya: “bisakah saya membantu anda...?” klarifikasi mengarahkan kita pada solusi yang tepat dengan lebihb efisien. Misalnya untuk klarifikasi : “ dalam rangka meningkatkan mutu- dan

memberikan layanan yang lebih baik pada anda. Menurut anda, area mana yang kualitasnya buruk ?”

4. *Step 4: Menghadirkan Resolusi.* Yakni memberikan resolusi bukan tantangan jika kita melakukan tiga langkah awal dengan baik. Ketika kita memberikan resolusi, kita ingin menyatakan dengan jelas apa yang kita lakukan untuk pelanggan. Misal untuk memberikan resolusi : “dengan senang hati kami akan menukar produk dengan produk yang sama dengan kualitas yang lebih tinggi”.
5. *Step 5: Cek Ulang.* Ialah peluang kita untuk memastikan bahwa pelanggan puas dan senang dengan resolusi. Dengan contoh : “ apa pendapat anda dengan x..?”, “akankah hal tersebut memenuhi apa yang anda butuhkan?”. Misal untuk cek ulang : “ akankah hal tersebut memuaskan?”.

Tergantung pada respon pelanggan, kita perlu berulangkali melalui lima langkah proses saat berinteraksi dengan pelanggan.¹⁸

e. Strategi Bisnis

Strategi pemasaran 4P (*Place, Product, Price, & Promotion*) dapat berguna dalam menjalankan usaha warung makan. Berikut ini adalah strategi-strategi pemasaran yang dapat dilakukan:

- 1). Place (Tempat Usaha)

¹⁸*Menangani Permasalahan Pelanggan yang Sulit*, <https://pengusahamuslim.com/3027-menangani-permasalahan-pelanggan-1606.html>. Online 20 September 2019

Strategi tempat dalam usaha warung makan;

- Memilih lokasi usaha yang strategis,
- Tempat usaha dapat dilihat oleh banyak orang yang lewat,
- Tempat usaha dekat pasar sehingga menghemat biaya transpor,
- Menggunakan rumah sendiri sehingga menghemat biaya sewa,
- Efisiensi dalam menggunakan ruangan untuk tempat usaha.

2). Product (Produk)

Strategi produk dalam usaha warung makan;

- Rasa yang enak,
- Bahan baku berkualitas,
- Kemasan atau tampilan dekorasi warung makan yang bagus dan menarik,
- Pelayanan yang memuaskan,
- Produk dan perlengkapan yang higienis.

3). Price (Harga)

Strategi harga dalam usaha warung makan;

- Memasang harga paling murah, tapi enak,
- Memberikan potongan harga atau diskon,
- Memberikan bonus dalam jumlah pemesanan tertentu,

4) Promotion (Promosi)

Strategi promosi dalam usaha warung makan;

- Promosi dari mulut ke mulut
- Membagikan brosur,
- Membagikan kartu nama,
- Strategi tempat, produk, dan harga yang dipromosikan¹⁹.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Secara umum pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan, pengertian pelayanan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli.

Menurut Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Hadipranataberpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen-pelanggan, nasabah, dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.²⁰

¹⁹Wulan Ayodya, *Mengenal Usaha Warung Makan*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.14-15.

²⁰Munawar Halil dkk, *Manajemen Pelayanan “Pelayanan Terhadap Konsumen Pasar Tradisional: Studi kasus pedagang Eceran DI Pasar Bertais*, <http://wawawoi.blogspot.com/2017/04/makalah-manajemen-pelayanan.html>. Online 14 Februari 2019

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Atau pelayanan yang tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani oleh mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.²¹

Bagi perusahaan swalayan atau supermarket, bentuk pelayanan langsung yang diberikan juga diperlukan. Seperti dalam hal menunjukkan tempat barang, menjelaskan spesifikasi produk, dan lain-lainnya. Untuk usaha swalayan dan supermarket, ada pula yang langsung mengambil dan langsung membayar tanpa banyak penjelasan lebih lanjut.

²¹Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005 .h.16

Dalam praktinya, pelanggan atau nasabah yang membutuhkan sesuatu perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya di bagi empat macam yaitu sebagai berikut:²²

1. Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (*customer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran dikasir.
2. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.
3. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi, dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya hanya melalui suara.
4. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika dalam keadaan darurat. Artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Pelayanan ATM ini dilakukan melalui petunjuk yang ada dimesin untuk keperluan melakukan berbagai transaksi yang diinginkan.²³

²²*Ibid.*,h.17.

²³*Ibid.*,h.18.

b. Dasar-dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan.

Berikut dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *customer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam atau kasir:²⁴

1. Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi.

Artinya karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Karyawan juga harus berpakaian rapi dan bersih tidak kumal, misalnya baju lengan panjang tidak boleh digulung.

2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum. Dalam melayani nasabah, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi karyawan juga harus bersikap akrab dengan pelanggan, seolah-olah sudah kenal lama.

²⁴*Ibid.*,h.19-20.

3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.

Pada saat nasabah datang karyawan harus segera menyapa lebih dulu dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya, usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan.

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Dalam berkomunikasi dengan nasabah menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar atau jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa daerah atau bahasa asing gunakan secara benar pula.

6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.

Artinya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu dan kurang bersemangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan/nasabah.

8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argument-argumen yang masuk akal.

9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.

Dalam praktiknya, terkadang ada hal-hal yang tidak mampu atau tidak sanggup kita lakukan sendiri. Dalam hal ini jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan.

10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Jika pada saat tertentu karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu pelanggan/nasabah, beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.²⁵

c. Strategi Pelayanan Konsumen

Pelayanan adalah semua bentuk aktifitas manusia yang tidak berwujud (*intangible*) yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan

²⁵*Ibid.*,h.21

pihak lain untuk saling memuaskan melalui pertukaran secara bersamaan (*insperability*).

Pelayanan pelanggan/konsumen dilakukan pada intinya bertujuan untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga pelanggan merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan (*Customer Satisfaction*). Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Hasil penelitian yang dilakukan Berry dan kawan-kawan seperti dikutip Payne, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi dalam lima aspek kunci yaitu sebagai berikut:

- 1). Faktor fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil atau karyawan.
- 2). Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten.
- 3). Daya tanggap (*responsibility*), yaitu kemauan memberikan layanan dan membantu pelanggan.
- 4). Jaminan (*assurances*), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.

5). Empati (*emphaty*), yaitu perhatian individual kepada pelanggan.²⁶

d. Pandangan Pelayanan Dalam Islam

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalah-nyai amanah yang menjadi tanggung jawabnya.

Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi yaitu:²⁷

1) *Tangibles*

Dimensi *tangibles* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam, pelayanan yang berkenaan dengan

²⁶Munawar Halil dkk, *Manajemen Pelayanan “Pelayanan Terhadap Konsumen Pasar Tradisional: Studi kasus pedagang Eceran DI Pasar Bertais*, <http://wawawoi.blogspot.com/2017/04/makalah-manajemen-pelayanan.html>. Online 14 Februari 2019

²⁷Veithzal Rivai Zainal dkk, *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017.h.179-180

fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahaan.

2) *Reliability*

Yakni keandalan yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang/jasa. Kewajiban untuk selalu menepati janji juga terdapat pada firman Allah SWT, dalam ayat berikut:²⁸

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (QS. An-Nahl (16): 91)

3) *Responsivess*

Yakni daya tanggap yang berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila kepercayaan itu di sia-siakan maka akan berdampak

²⁸Veithzal Rivai Zainal dkk, *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW....* h. 184-185

pada kegagalan suatu perusahaan. Hal tersebut sebagaimana hadis berikut ini:

Rasullullah saw, bersabda, “Apabila amanah di sia-siakan maka tunggulah kehancurannya,” Berkata seseorang, “Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanah ya Rasulullah?” Rasulullah menjawab, “Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.” (HR. Bukhari)

4) Assurance

Yaitu jaminan yang berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. Dalam ayat berikut:²⁹

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Ali Imran (3): 159)

²⁹Veithzal Rivai Zainal dkk, *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW...* h. 185

5) *Emphaty*

Berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan member perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemampuan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Terdapat sebuah hadis yang berkenaan dengan empati sebagai berikut:

Abu Musa Al-Asy'ary r.a, berkata bahwa Rasulullah swa.Bersabda, "Seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanah, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah."(HR. Bukhari dan Muslim)³⁰

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Masing-masing dimensi memiliki indikator yakni mengenai indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 2.2

Indikator Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	Penjelasan Indikator
1.	<i>Tangibles</i> (berwujud)	a. Penampilan petugas/ aparatur dalam melayani pelanggan b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan c. Kemudahan dalam proses pelayanan d. Kedislipinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan

³⁰Veithzal Rivai Zainal dkk, *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW....* h. 186

		f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kecermatan petugas dalam melayani b. Memiliki standar pelayanan yang jelas c. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
3.	<i>Responsivess</i> (Ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat dan cermat d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat e. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
5.	<i>Emphaty</i> (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon b. Petugas melayani dengan sikap ramah c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-

		bedakan) e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan ³¹
--	--	-------------------------------------------------------------------------------

Sumber : (<https://prasatyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/>.)

3. Bisnis Waralaba

a. Sejarah *Franchise* atau Waralaba

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.³²

Franchise sendiri berasal dari bahasa latin, yaitu *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian *franchise* berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan, di ambil kata “*franch*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan) yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa. Oleh sebab itu, pengertian *franchise*

³¹Prasetya Hermawan Prayoga, Kumpulan Materi Perbankan, <https://prastyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/indikator-kualitas-pelayanan-menurut.html> Online 21 Februari 2019

³²Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Bogor selatan: Ghalia Indonesia, 2008. h. 6

diinterpretasikan sebagai pembebasan dari pembatasan tertentu, atau kemungkinan untuk melaksanakan tindakan tertentu.³³

Pada awalnya, istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Di maklumi karena memang lembaga *franchise* sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang melanda di berbagai bidang. Maka *franchise* kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Kemudian istilah *franchise* coba di-Indonesiakan dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih/istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.³⁴

b. Pengertian Franchise atau Waralaba

Franchise atau bisa disebut juga dengan istilah “waralaba” ini adalah suatu cara melakukan kerja sama di bidang bisnis antara bidang 2 (dua) atau lebih perusahaan, di mana 1 (satu) pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak yang lain sebagai *franchisee*. Di mana didalamnya diatur bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek dari know-how terkenal, memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan

³³ *Ibid.*, h. 6.

³⁴ *Ibid.*, h. 7.

kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai dengan rencana komersil yang telah dipersiapkan, di uji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun noneklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada franchisor sehubungan dengan hal tersebut.³⁵

Menurut Ridwan Khairandi, istilah *franchise* mengandung makna, “Seseorang memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi orang untuk menggunakan atau membuat atau menjual sesuatu”³⁶

J. Quenn mengemukakan definisi *franchise* sebagai berikut. Mem-franchise-kan adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis, artinya bisnis untuk memperluas pusat dan distribusi serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional. Pemegang *franchise (franchisee)* yang membeli suatu bisnis mendapatkan manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem yang teruji, dan pelayanan lain, yang disediakan pemilik *franchise (franchisor)*.

Dari sudut hubungan kemitraan usaha dan perjanjian, waralaba dan didefinisikan sebagai berikut. Dalam bukunya, A. Abdurrahman menyebutkan “secara umum waralaba yang dikenal dengan istilah

³⁵Munir Fuady, *Pengantar Hukum bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2016. h.339

³⁶Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba...*, h.9

franchise berarti suatu persetujuan atau perjanjian (kontrak) antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar, yang menyatakan bahwa yang tersebut pertama itu memberikan kepada yang tersebut terakhir itu suatu hak untuk memperdagangkan produknya, dengan syarat-syarat yang disetujui kedua belah pihak.³⁷

Sejak diberlakukannya Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, terutama dalam Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007³⁸,

Pasal 1 Ayat (1):

“Waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.

Definisi inilah yang berlaku baku secara yuridis di Indonesia. Terkait Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, ditegaskan bahwa “waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di mana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penentuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan

³⁷*Ibid.*, h. 10.

³⁸Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, *Tentang Waralaba*, Pasal 1 butir (1)

berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba”.³⁹

Dari pengertian, definisi, maupun rumusan yang telah diuraikan, waralaba juga dapat dikatakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya. Waralaba menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan

Sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan, maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh *franchisor* secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi.⁴⁰

c. Jenis-jenis Waralaba (*Franchise*)

Di Indonesia sendiri sudah banyak bertumbuhan usaha waralaba, mulai dari usaha waralaba seperti usaha makanan, pendidikan, jasa, dan kesehatan. Menurut jenisnya waralaba terbagi menjadi dua, yakni menurut kriteria atau produk yang ditawarkan dan waralaba menurut asalnya.

Berikut ini penjelasan dari kedua jenis waralaba tersebut:

1) Waralaba Menurut Kriteria atau Produk yang di Tawarkan

Terbagi menjadi 3 jenis yakni:

³⁹*Ibid.*, h. 12.

⁴⁰*Ibid.*, h. 13.

a) Waralaba Produk

Biasanya jenis produk yang ditawarkan waralaba ini adalah berupa barang seperti makanan, Contohnya: MC Donald, KFC, Kebab Turki, Thai Tea, dan masih banyak lainnya.

b) Waralaba Jasa

Jenis usaha yang ditawarkan oleh waralaba ini adalah produk yang berwujud layanan jasa, Misalnya: seperti waralaba di dunia pendidikan, studio photo, atau jasa sewa video, jasa agen perjalanan atau travel. Contohnya: seperti bimbingan belajar hafara dan aligo travel

c) Waralaba Gabungan

Dalam jenis usaha waralaba ini yang ditawarkan adalah gabungan antara produk dalam bentuk barang dan jasa

2) Waralaba Menurut Asalnya

Waralaba menurut asalnya di bagi menjadi dua yakni, waralaba dari dalam negeri dan waralaba dari luar negeri:

a) Waralaba berasal dari dalam negeri

Waralaba jenis ini termasuk dalam salah satu pilihan investasi bagi orang-orang yang ingin menjadi pengusaha cepat namun orang tersebut tidak memiliki pengetahuan cukup mengenai awal dan

kelanjutan usaha oleh pemilik waralaba, contohnya yakni: Restoran cepat saji.

b) Waralaba berasal dari luar negeri

Jenis waralaba ini cenderung lebih disukai oleh masyarakat, alasannya sistem yang berlaku lebih jelas diluar dari itu merek-merek perusahaan sudah diterima oleh orang-orang dari seluruh penjuru dunia dan tentunya dinilai lebih bergengsi dibandingkan produk lokal.⁴¹

Pada umumnya, waralaba dibedakan menjadi tiga jenis,⁴² yaitu:

1) *Distributorships (Product Franchise)*

Dalam waralaba ini, *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menjual barang-barang hasil produksinya.

2) *Chain-Style Business*

Franchisee mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama *franchisor*. Sebagai imbalan dari penggunaan nama *franchisor*, maka *franchisee* harus mengikuti metode standar pengoperasia dan berada di bawah pengawasan *franchisor* dalam hal bahan-bahan yang digunakan pilihan tempat usaha, desain tempat usaha, jam penjualan, persyaratan para karyawan dll.

⁴¹Munawar Halil dkk, *Manajemen Pelayanan “ Pelayanan Terhadap Konsumen Pasar Tradisiona: Studi kasus pedagang Eceran DI Pasar Bertais*, <https://akuntanonline.com/pengertian-waralaba-jenis-dan-contoh-usahanya/>. Online 14 Februari 2019

⁴²*Ibid.*, h. 14

3) *Manufacturing* atau *Processing Plants*

Franchisor memberitahukan bahan-bahan serta tata cara pembuatan suatu produk, termasuk di dalamnya formula rahasianya. *Franchisee* memproduksi, kemudian memasarkan barang-barang itu sesuai standar yang telah ditetapkan *franchisor*.⁴³

d. Karakteristik Waralaba (*Franchise*)

Adapun karakteristik dasar *franchise* antara lain sebagai berikut:

- 1) Harus ada suatu perjanjian (*kontrak*) tertulis, yang mewakili kepentingan yang seimbang antara *franchisor* dengan *franchisee*.
- 2) *Franchisor* harus memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang akan di masukinya.
- 3) *Franchisee* diperbolehkan (dalam kendali *franchisor*) beroperasi dengan menggunakan nama/merek dagang, format dan atau prosedur, serta segala nama (*reputasi*) baik yang dimiliki *franchisor*.
- 4) *Franchisee* harus mengadakan investasi yang berasal dan sumber dana nya sendiri atau dengan dukungan sumber dana lain (misalnya kredit perbankan).
- 5) *Franchisee* berhak secara penuh mengelola bisnisnya sendiri.

⁴³*Ibid.*, h. 15.

- 6) *Franchisee* membayar *fee* dan royalti kepada *franchisor* atas hak yang didapatnya dan atas bantuan yang terus menerus diberikan oleh *franchisor*.
- 7) *Franchisee* berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu dimana ia adalah satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya.
- 8) Transaksi yang terjadi antara *franchisor* dengan *franchisee* bukan merupakan transaksi yang terjadi antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.⁴⁴

e. Macam-macam Bidang Usaha Untuk Bisnis Franchise

Berdasarkan pengamatan terhadap pertumbuhan bisnis *franchise* beberapa tahun terakhir serta kecenderungan perkembangan masyarakat kita, ada 18 bidang usaha yang sangat prospektif untuk dikembangkan menjadi bisnis *franchise* di Indonesia. Ke-18 bidang usaha tersebut meliputi:

- 1) Balita dan Anak-anak
- 2) *Broker Property*
- 3) *Business Services*
- 4) *Entertainment* dan Hobi
- 5) *Fashion* dan Aksesoris

⁴⁴Desi nelvia, Jurnal Skripsi, *Perjanjian Tertutup Dalam Sistem Bisnis Waralaba (Franchise) (Tinjauan Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli Dn Persaingan Usaha Tidak Sehat)*, h. 26-27, Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2015

- 6) *Fotografi*
- 7) *Furnitur dan Perlengkapan Rumah Tangga*
- 8) *Jasa Pendidikan dan Pelatihan*
- 9) *Jasa Pergudangan*
- 10) *Jasa Ekpedisi*
- 11) *Jasa Konsultasi*
- 12) *Kesehatan dan Kecantikan*
- 13) *Laundry Dan Jasa Kebersihan*
- 14) *Makanan dan Minuman*
- 15) *Otomotif*
- 16) *Retail (Perdagangan Umum)*
- 17) *Refil (Isi Ulang)*
- 18) *Tour and Travel*⁴⁵

Pada bisnis bidang Franchise yakni, Makanan dan minuman merupakan usaha favorit semua orang, sehingga menciptakan persaingan tak berujung. Banyaknya peminat ini dapat dimaklumi mengingat semua orang dari segala usia butuh makanan dan minuman.⁴⁶

Namun apakah semua jenis usaha bidang ini bisa diwaralabakan ?
tidak semua jenis usaha makanan dan minuman dapat diwaralabakan.

Inilah yang seringkali menjebak pengusaha yang mengira bahwa dengan

⁴⁵Suryono Ekotama, *10 Rahasia Bisnis Franchise*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 6

⁴⁶*Ibid.*, h. 28.

terjun ke bidang usaha ini kesuksesan akan mudah diraih. Jenis usaha yang dapat diwaralabakan adalah yang produknya memenuhi selera orang banyak (termasuk orang di berbagai negara), proses pembuatan mudah namun sulit ditiru, bahan bakunya tersedia di tempat usaha itu berada.

Persyaratan inilah yang menyebabkan makanan kecil yang sifatnya temporal sulit bertahan apalagi memenangkan persaingan. Yang mampu bertahan adalah jenis makanan dan minuman yang disukai dan dibutuhkan masyarakat segala usia dan bangsa. Ini kunci suksesnya.⁴⁷

Tabel 2.2
Kunci Sukses Dalam Berbisnis Bidang Franchise

PERIHAL	KETERANGAN
Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dibutuhkan semua orang di seluruh dunia dan dari segala usia, mulai anak-anak, remaja, dewasa, hingga manula. 2. Tingkat keuntungan antara 30% hingga 100%, tergantung <i>pricing strategy</i> serta kualitas produk. 3 Mudah diwaralabakan, bagi produk makanan dan minuman tertentu.
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1 Rawan terhadap isu kesehatan 2 Produk makanan dan minuman yang disajikan langsung (<i>fresh from the oven</i>) atau yang tanpa pengawet, mudah basi, sehingga jika tidak laku harus segera dimusnahkan 3 Banyak pengusaha yang latah hingga menyebabkan timbulnya persaingan tidak sehat
Peluang	Potensi pasarnya seluruh dunia

⁴⁷*Ibid.*, h. 29.

Tantangan	Menciptakan produk yang memiliki ciri khas, mudah pembuatannya, mudah diduplikasikan namun tidak mudah ditiru. Bahan bakunya harus mudah didapat diseluruh dunia, disukai semua orang, dengan harga terjangkau namun kualitasnya terjamin.
------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Suryono Ekotama, *10 Rahasia Bisnis Franchise*.

4. Restoran Siap Saji

a. Pengertian Restoran Cepat Saji

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang di organisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semu kosumennya baik berupa makanan maupun minuman.

Rumah makan siap saji (bahasa Inggris: fast food restaurant) adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat, biasanya berupa hamburger atau ayam goreng. Kebanyakan rumah makan cepat yang beroperasi di Indonesia adalah berupa waralaba atau cabang dari perusahaan asing.

b. Sejarah Restoran Cepat Saji

Awal perkembangan gerai-gerai cepat saji dimulai pada abad 19, saat Amerika Serikat memasuki era industri yang menyebabkan banyak pekerja hanya mempunyai jam istirahat yang pendek dan jam kerja yang panjang. Alasan itulah yang mendorong para pekerja lebih memilih makanan yang disajikan gerai fast food karena kecepatan dalam penyajiannya plus rasanya yang juga lezat.

Kelebihan inilah yang membuat gerai fast food semakin menjamur di Amerika Serikat. Pada abad ke-20, bisnis gerai-gerai fast food semakin menyebar hingga ke kawasan benua Eropa, Afrika, Australia, dan Asia seperti Indonesia dengan konsep waralaba.

Pertumbuhan pesat restoran cepat saji (fast food) di Indonesia menyebabkan berubahnya gaya hidup masyarakat, menjadi serba praktis dalam mengonsumsi makanan tanpa memikirkan kesehatan sama sekali.⁴⁸

Meskipun restoran siap saji sering dilihat sebagai representasi teknologi modern, konsep “makanan yang siap dibawa” sama tuanya dengan kota-kota sendiri. Variasi-variasi yang unik dapat ditemukan dalam sejarah berbagai kebudayaan. Kota-kota Romawi kuno memiliki stand-standi roti dan minyak zaitun. Budaya Asia Timur memiliki toko-toko mie. Roti pipih dan falafel banyak dijual di toko-toko seperti ini di Timur Tengah. Makanan siap saji populer di India termasuk Vada pav, Papri chaat, Bhelpuri, Panipuri dan Dahi Vada. Di negara-negara berbahasa Perancis di Afrika Barat, sementara stand-stand kaki lima di dalam dan disekitar kota-kota besar terus menjual berbagai jenis makanan siap saji, sate yang dibakar, yang dikenal sebagai “brochette”.

⁴⁸<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/16/141907920/begini-awal-mula-makanan-cepat-saji-muncul> Online 20 Februari 2019

Inggris: makanan siap saji di negara ini termasuk pie daging dan pastrri serta gorengan dan berbagai jenis kue. Amerika Serikat: *World's Colombian Exposition (Chicago)* dan *St. Louis World's Fair* pada 1904 disebut sebagai promosi masal pertama untuk sejumlah makanan yang siap di bawa, termasuk hot dog, kerucut es krim dan teh es. McDonald's, rantai makanan siap saji terbesar di dunia. Didirikan oleh Richard J dan Maurice McDonald. Kedua saudara inipun pada tahun 1948 membuka stand dengan menu sederhana berupa hamburger, kentang goreng, milkshake, kopi, dan Coca-cola. Yang dilayankan dalam bungkus kertas yang langsung dibuang. Metode produksi singkat ini, yang disebutnya "Sistem pelayanan kilat" (*Speedee Service System*) dipengaruhi oleh inovasi jalur produksi Henry Ford.⁴⁹

c. Tujuan Restoran Cepat Saji

Beberapa tujuan atau yang melatarbelakangi berdirinya *fast food* restoran ialah:

- 1) Seperti operasionalnya restoran ialah untuk mencari keuntungan;
- 2) Memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin serba cepat;
- 3) Adanya permintaan konsumen akan kebutuhan makan sederhana namun dapat mengenyangkan;

⁴⁹<https://lifestyle.kompas.com/read....>, Online 20 Februari 2019

- 4) Memudahkan konsumen bila akan atau dalam bepergian dengan outlet fast food yang memberikan layanan *drive-thru*.⁵⁰

C. Kerangka Pikir

Strategi pelayanan usaha waralaba kali ini lebih ke bidang bisnis makanan yakni restoran siap saji Rocket Chicken. Dalam Ajaran Islam Jual beli adalah halal jika tidak ada unsur haram nya di dalam berjual beli. Apalagi berbisnis jual beli makanan tentu halal. Tetapi, kembali lagi kita lihat apakah makanan yang di jadikan bisnis ini sesuaikah dalam syariat Islam. Apabila makanan yang dijual sudah jelas halal nya dalam proses pembuatan maupun hingga proses penjualannya.

Strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba pada bidang bisnis restoran siap saji yang ada di Kota PalangkaRaya. Dimana dikenal ramai oleh pelanggan setia masing-masing gerai. Restoran siap saji ini pula dikenal praktis dengan pelayanannya dalam menyediakan makanan secara cepat saji yakni Ayam yang di olah berbagai ciri khas tertentu antara masing-masing gerai yaitu rocket chicken dan restoran siap saji lainnya, dalam menarik minat konsumen setianya dalam bersaing.

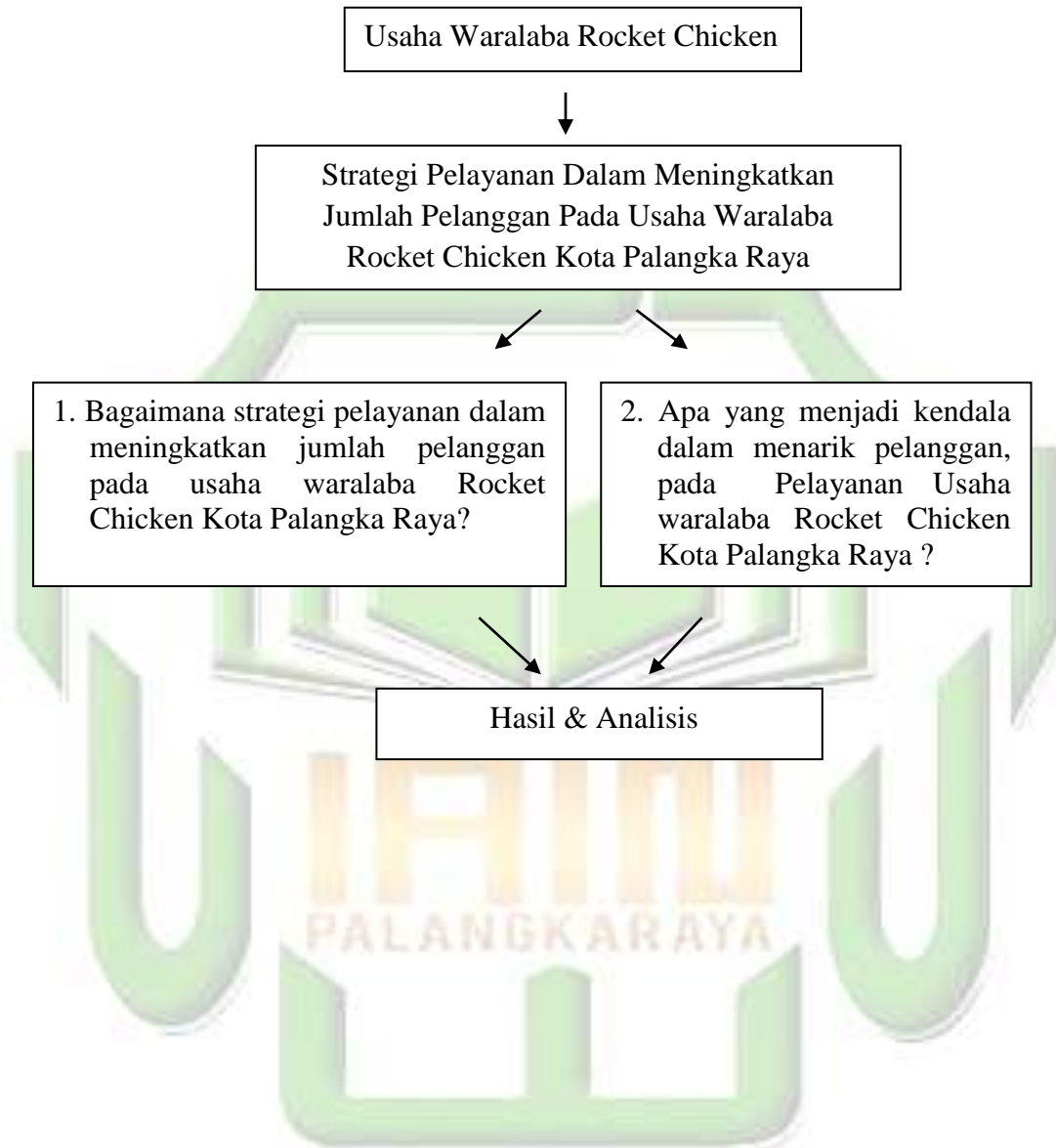
Pada saat ini, peneliti melihat banyak konsumen yang lebih berminat ke pihak rocket chicken di bandingkan dengan restoran siap saji lainnya di Kota Palangka Raya versi Nasional. Ya, memang benar pada gerai saja lebih banyak

⁵⁰<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/16/141907920/begini-awal-mula-makanan-cepat-saji-muncul> Online 20 Februari 2019

rocket chicken ketimbang restoran siap saji lainnya di kota PalangkaRaya. Tapi kembali lagi dilihat dari segi Strategi tingkat pelayanan antar waralaba dari restoran siap saji lainnya, apa yang menjadi lebih dominan dari pelayanannya maupun dari faktor pendorong dan penghambat dalam menarik pelanggan. Lebih jelasnya penulis membuat sistematis kerangka berpikir sebagai berikut:



Tabel 2.4
Skema Kerangka Berfikir:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Waktu yang digunakan Peneliti untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan dua bulan (dari tanggal 12 Juni 2019 – 24 Agustus 2019) setelah penyelenggaraan seminar dan mendapat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini di Restoran Siap Saji usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya. Pada dasarnya Rocket Chicken ada kurang lebih 16 gerai di Kota Palangka Raya tetapi di sini yang menjadi tempat penelitian penulis terbagi menjadi 2 tempat di zona Kalteng 1 dan Kalteng 2 yang menurut peneliti dari hasil observasi menjadi pusat perhatian konsumen atau pelanggan (masyarakat) di mana paling ramai di kunjungi sebagai restoran siap saji khususnya Rocket Chicken.

Untuk zona atau bisa di sebut dengan Area Manajer (AM) yang terbagi menjadi dua area ini Maksudnya ialah untuk zona Kalteng 1 meliputi area Jalan Sethadji, Pilau, Jati dll (dalam ruang lingkup Kecamatan Pahandut dan sekitarnya) Kota Palangka Raya dan di **zona Kalteng 1** peneliti mengambil sampel di **Jalan Sethadji**, sedangkan untuk zona Kalteng 2 yaitu meliputi

area (Kecamatan Jekan Raya, Jalan G.Obos, Jalan Rajawali, Jalan Tjcilik Riwut dan sekitarnya) untuk Sampel **Zona Kalteng 2** peneliti mengambil sampel pada Rocket Chicken di **Jalan Yos Sudarso Pusat Perbelanjaan atau Mall di Megatown Square** Kota Palangka Raya.

Menurut hasil observasi berjumlah 16 gerai cabang untuk Rocket Chicken. Berikut alamat untuk cabang Rocket Chicken Kota Palangka Raya:

Tabel 3.1.

No.	Alamat Cabang Rocket Chicken Di Kota Palangka Raya	Zona Kalteng	
		1	2
1.	Jalan Sethadji	✓	
2.	Jalan Pilau	✓	
3.	Jalan Jati	✓	
4.	Jalan Riau	✓	
5.	Jalan TemanggungTilung	✓	
6.	Jalan RTA. Milono Km.9	✓	
7.	Jalan G.Obos VII	✓	
8.	Jalan G.Obos XII		✓
9.	Jalan Yos Sudarso		✓
10.	Megatown Square		✓
11.	Jalan Tjcilik Riwut Km. 1		✓
12.	Jalan Kinibalu		✓
13.	Jalan Rajawali Induk 1		✓
14.	Jalan Rajawali Induk 2		✓

15.	Jalan Rajawali Induk 3		✓
16.	Jalan Hiu Putih Induk		✓

Sumber: Observasi Peneliti 25 Agustus 2019

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan atau *field research* yang artinya penelitian ini dilakukan langsung dilapangan.⁵¹ Dengan metode Kualitatif. Metode Kualitatif yakni, suatu penelitian yang berpola investigasi langsung antara peneliti, objek yang diteliti dan orang-orang yang di tempat penelitian. Pada penelitian kualitatif, teori digunakan sebagai pedoman agar penelitian tidak melenceng dari fakta di lapangan.⁵²

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu berupa kata, tertulis maupun secara lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.⁵³ Pendekatan penelitian ini terdapat pada buku *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa pendekatan merupakan metode atau cara dalam melakukan penelitian non-eksperimen yang dari segi tujuannya akan diperoleh jenis atau tipe yang diambil.⁵⁴

⁵¹Restun Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h.52

⁵²<https://www.kamusq.com/2013/06/penelitian-kualitatif-adalah-pengertian.html?m=1>. Online 28 Maret 2019

⁵³Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001, h.6

⁵⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, h.20

Bahwasanya pendekatan penelitian ini digunakan dalam penelitian bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan selanjutnya dapat mendeskripsikan mengenai apa yang menjadi kendala dalam menarik pelanggan atau meningkatkan jumlah pelanggan pada pelayanan usaha waralaba secara luas dan terperinci di Rocket Chicken Palangka Raya.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian, pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Apabila subjek penelitiannya terbatas dan masih dalam jangkauan sumber daya, maka dapat dilakukan studi, yaitu mempelajari seluruh. Subjek secara langsung. Sebaliknya, apabila Subjek Penelitian sangat banyak dan berada di luar jangkauan sumber daya peneliti, atau apabila batasan tidak mudah untuk didefinisikan, maka dapat dilakukan studi sampel.⁵⁵ Menurut Amirin subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenalnya ingin diperoleh keterangan.⁵⁶

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak supervisor dari masing-masing zona Rocket Chicken yang menjadi pihak terkait untuk masing-masing

⁵⁵Saifuddin Azwar, MA, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2007, h.34-35.

⁵⁶Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Kualitatif*, Yogyakarta: Diva Press, 2010, h.133.

pelayanan usaha waralaba ini dalam mengatur manajemen sistem waralaba dalam pelayanannya.

Agar penggalan data dapat dilakukan dengan maksimal, peneliti juga menggunakan jasa informan, yakni mereka adalah pelanggan maupun karyawan yang berkaitan dengan subjek dalam penelitian ini.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah perilaku dan sifat tabiat orang (jika diambil banyak sekali subjeknya, dari sekelompok masyarakat tertentu, misalnya, maka kita bisa memperoleh gambaran perilaku dan sifat tabiat kelompok masyarakat).⁵⁷

Objek dalam penelitian ini yaitu strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba rocket chicken yang berhubungan dengan masalah pelaksanaan kegiatan perkembangan pelayanan dan faktor pendorong maupun penghambat dalam menarik pelanggan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

⁵⁷Tatang M. Amrin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 1990, h.93.

1. Observasi

Menurut S. Margono observasi dapat diartikan sebagai pengamat dan pencatat secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵⁸ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, observasi adalah suatu metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang diselidiki atau diteliti baik itu secara langsung maupun tidak langsung.⁵⁹

Observasi yang peneliti gunakan adalah observasi non partisipan. Dimana peneliti tidak akan ikut berperan serta ambil bagian dalam kehidupan Subjek penelitian. Peneliti nanti akan mengadakan observasi menurut kenyataan yang terjadi dilapangan dengan cara melukiskan kata-kata secara cermat dan tepat yang peneliti amati, mencatatnya dan kemudian mengolahnya menjadi laporan penelitian.

Data yang akan dikumpulkan dalam observasi ini seperti bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya.

2. Wawancara (*Interview*)

Pada pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti sosial dapat menggunakan metode wawancara mendalam. Sesuai dengan pengertiannya,

⁵⁸Nurul Zahariah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, h. 173.

⁵⁹Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, h. 181.

wawancara mendalam berarti terbuka.⁶⁰ Pelaksanaan wawancara tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang ulang dengan intensitas yang tinggi. Peneliti tidak hanya percaya dengan begitu saja pada apa yang dikatakan informan, melainkan perlu mengecek dalam kenyataan melalui pengamatan masyarakat. Pedoman wawancara dapat digunakan untuk menghindari peneliti kehabisan pertanyaan.⁶¹

Melalui tahap wawancara ini, secara umum penulis ingin menggali data tentang:

- a. Apa yang membuat pihak rocket chicken ini punya daya strategi pelayanan yang luas dan mampu bertahan dalam meningkatkan jumlah pelanggan mereka
- b. Apa yang menjadi faktor penghambat/kendala dalam menarik pelanggan, Pada restoran siap saji Rocket Chicken di Kota Palangka raya?

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang tidak diperoleh dengan menggunakan metode di atas berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih

⁶⁰Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001, h. 62.

⁶¹*Ibid*, h. 63.

aktual.⁶² Adapun data yang ingin dikumpulkan berdasarkan dokumentasi di sini, yaitu data yang berhubungan dengan gambaran umum Tentang Rocket Chicken dan hal-hal yang terkait dengan penelitian seperti foto-foto yang berhubungan dengan penelitian yang bertujuan sebagai bukti dalam sebuah penelitian.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data sangat diperlukan agar dapat menjamin bahwa semua hasil pengamatan atau observasi, wawancara, dan dokumentasi, memang benar dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi dilokasi penelitian. Oleh karena itu, keabsahan data dalam penelitian ini dapat menjamin bahwa dalam mendeskripsikan strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken di kota Palangka Raya memerlukan jawaban yang jelas dari para responden sehingga tidak diragukan lagi keabsahannya. Keabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan sesungguhnya.

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data. Dengan mengacu pada Denzin, menurutnya pelaksanaan teknis dari

⁶²Suharsimi Arikunto, *Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, h.189

langkah pengujian keabsahan ini ada 4 macam triangulasi yaitu, peneliti, sumber, metode, dan teori.⁶³

Teknik pengabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, berarti membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.⁶⁴ Keabsahan data dalam penelitian ini menjamin bahwa dalam mendeskripsikan sejauh mana strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chickendi Kota Palangka Raya.

Denzin dalam Meleong, membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Peneliti memilih menggunakan teknik triangulasi dengan sumber, hal ini dimaksudkan untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang melalui waktu dan alat yang berbeda dengan jalan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil wawancara.

⁶³Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana. 2007, h.264.

⁶⁴Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal, Vol. 10 No.4, 2010, h.56.

2. Membandingkan apa yang dikatakan informan didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dari supervisor.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁶⁵

F. Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Burhan Bungin dalam bukunya analisis data penelitian kualitatif, yaitu sebagai berikut:

1. *Data Collection* adalah pengumpulan materi dengan analisis data, di mana data tersebut diperoleh selama pengumpulan data, tanpa proses pemilihan. Untuk itu, dilakukan pengumpulan semua data yang berhubungan dengan kajian penelitian sebanyak mungkin.
2. *Data Reduction* adalah suatu bentuk analisis data yang telah dikumpulkan untuk diklasifikasikan berdasarkan kebenaran dan keaslian data yang dikumpulkan.
3. *Data Display* atau penyajian data adalah data yang sudah relevan dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutup kekurangannya. Hasil penelitian akan digambarkan sesuai dengan apa yang diperoleh dari proses penelitian tersebut.
4. *Data Conclutions* adalah penarikan kesimpulan dengan dilihat kembali pada tahap eliminasi data dan penyajian data tidak menyimpang pada data yang diambil. Proses ini dilakukan dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan

⁶⁵Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rose Jakarya Offset, 200, h. 178.

sehingga data yang diambil sesuai dengan yang diperoleh. Perlakuan inidilakukan agar hasil penelitian secara jelas dan benar-benar sesuai dengan keadaan.⁶⁶



⁶⁶Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, h.69-70.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis Kota Palangka Raya

Kota Palangka Raya merupakan ibu kota provinsi Kalimantan Tengah. Secara geografis kota Palangka Raya terletak pada 113⁰30'-114⁰07' Bujur Timur dan 1⁰30'-2⁰24' Lintang Selatan. Dengan topografi terdiri dari tanah datar, berawa-rawa, dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Lapisan tanah yang ada di wilayah Palangka Raya terdiri atas tanah mineral dan tanah gambut.

Wilayah administrasi kota Palangka Raya terdiri atas lima (5) wilayah Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sebangau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit yang terdiri dari 30 kelurahan dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Gunung Mas
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan⁶⁷

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah 2.678,51 km² (267.851 Ha). Dibagi kedalam lima (5) Kecamatan dengan luas masing-masing yaitu Kecamatan Pahandut, Sebangau, Jekan Raya, Bukit Batu, dan Rakumpit.

⁶⁷Tim Penyusun, *Statistik Daerah Kota Palangka Raya 2015*, Palangka Raya: Badan Pusat Statistik (BPS) Palangka Raya, 2015, h.3.

Dengan luas masing-masing 117,25 km², 583,50 km², 352,62 km², 572,00 km², 1.053,14 km² luas wilayah 2.678,51 km² dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Kawasan Hutan : 2485,75 km²
- b. Tanah Pertanian : 12,65 km²
- c. Perkampungan : 45,54 km²
- d. Areal Perkebunan : 22,30 km²
- e. Sungai dan danau : 42,86 km²
- f. Lain-lain : 69,41 km²⁶⁸

Tabel. 4.1

Luas Wilayah Kota Palangka Raya

No.	Kecamatan	Luas	%
1.	Pahandut	117,25 Km ²	4,4
2.	Sebangau	583,50 Km ²	21,8
3.	Jekan Raya	352,62 Km ²	13,2
4.	Bukit Batu	572,00 Km ²	21,3
5.	Rakumpit	1053,14 Km ²	39,0
Palangka Raya		2678,51 Km ²	100.0

Sumber: Kantor Walikota Palangka Raya, 2015

2. Gambaran tentang Sejarah Rocket Chicken

a. Pendiri Rocket Chicken (President Director PT. Rocket Chicken Indonesia)

Nurul Atik (lahir di Jepara, 25 Juni 1966, umur 52 tahun) adalah seorang pengusaha Indonesia, pendiri waralaba restoran makanan cepat

⁶⁸Palangka Raya.go.id Tanggal: 13 Juni 2019

saji Rocket Chicken yang hanya dalam 2 tahun bisa memiliki 143 mitra kerja cabang Rocket Chicken di seluruh Indonesia. Nurul Atik menerima Leader Market 2012 dari Menteri Peindustrian. Nurul Atik adalah pelopor waralaba restoran cepat saji ayam di Indonesia.⁶⁹

b. Perjalanan Bisnis

Pada awalnya Nurul Atik bekerja sebagai pembantu di *California Fried Chicken* (CFC) dengan gaji sedikit. Untuk menghemat biaya hidup, Nurul pun harus mencari tempat kos yang jaraknya sekitar lima kilometer dari tempatnya bekerja. Tak jarang dengan alasan pengiritan, ia memilih berjalan kaki sampai satu kilometer.

Seiring karier kondisi ekonomi yang membaik, pada usia 29 tahun, Nurul menikah dengan Emy Setiawati, seorang karyawan di sebuah swalayan di Yogyakarta. Tetapi, gaji yang diterima Nurul tak mampu memenuhi kebutuhan selama satu bulan. Ketika krisis keuangan melanda Indonesia tahun 1998, Nurul memutuskan keluar dan membuat usaha sendiri, yakni Rocket Chicken dengan potensi pasar ekonomi menengah bawah yang berbeda dengan usaha sebelumnya yang menasar pasar menengah atas, dan dalam waktu setahun telah memiliki 83 mitra⁷⁰. Pada 21 Februari 2010, Nurul lantas mendirikan usaha sendiri dengan nama Rocket Chicken di Jalan Wolter Monginsidi, Semarang.

⁶⁹Nurul Atik, *Wikipedia Indonesia*, <https://id.m.wikipedia.org>, Online 18 Juni 2019

⁷⁰Nurul Atik, *Kerja Kerasnya Berbuah Resto Cepat Saji*, (dalam bahasa Indonesia), Kontan21 Maret 2011. <https://id.m.wikipedia.org>, Online 18 Juni 2019

Beragam paket makan yang ditawarkan Rocket Chicken, mulai dari paket ayam goreng, nasi, es lemon tea dengan harganya Rp. 6.000, sampai paket chicken steak dan es lemon tea dengan Rp.8.000. Dalam kurun waktu 2 tahun gerai Rocket Chicken menjadi lebih dari 100 unit, enam unit di antaranya dimiliki oleh Nurul sendiri, yakni dua gerai di Jawa Tengah, serta dua gerai lagi di Jawa Timur. Dari enam gerai tersebut, Nurul memperkerjakan 84 karyawan. Ia juga memiliki 12 petugas control, serta 13 karyawan di kantor Rocket Chicken.

Dari enam gerai tersebut, Nurul bisa menghasilkan omzet sebesar Rp. 90 juta per bulan. Nurul juga memiliki sumber pendapatan dari biaya royalti yang harus di bayar mitranya tiap bulan sebesar Rp. 100 juta.⁷¹

c. Rocket Chicken Indonesia

Rocket Chicken adalah perusahaan kemitraan yang bergerak di Bidang *Fast Food Restaurant*, dengan produk unggulan, *Fried Chicken*, *Burger*, *Steak* dan *Chinese food*, dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang di olah dengan bumbu pilihan.

Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010, mulai membuka kemitraan dan mendorong pengusaha-pengusaha baru dengan modal

⁷¹Nurul Atik, *Wikipedia Indonesia*, <https://id.m.wikipedia...>,

yang terjangkau untuk memiliki suatu usaha bidang makanan yang dapat dikelola oleh perorangan atau berbadan hukum.

Melalui tahapan proses yang panjang, akhirnya berdirilah gerai-gerai *Fast Food Restaurant* dengan brand ROCKET CHICKEN mulai dari daerah tingkat 1 hingga tingkat 2 seperti DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Keunggulan ROCKET CHICKEN dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah dengan didukung system Manajemen yang telah teruji menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai Brand awareness tinggi, prospektif dan marketable.⁷²

Visi dan Misi Rocket Chicken :

- Visi

- Membangun jaringan food stall terbaik
- Menyediakan makanan sehat, berkualitas, bergizi & halal
- Mengembangkan *Research & Development (R&D) food & beverage*

- Misi

- Membangkitkan tumbuhnya jiwa-jiwa pengusaha
- Membuka peluang usaha bagi entrepreneur muda Indonesia

⁷²Rocket Chicken Indonesia, www.roketchicken.co.id Online 18 Juni 2019

- Mencapai sukses bersama semua pihak yang terlibat dalam usaha Rocket Chicken
- Menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya
- Melaksanakan program Pemerintah⁷³

Berikut waktu beroperasinya tiap masing-masing sampel pada Zona Kalteng 1 &2 :

- Untuk zona Kalteng 1 yakni meliputi area Jalan Sethadji, Pilau, Jati dll (dalam ruang lingkup Kecamatan Pahandut) jadwal operasional dari jam 08.00 – 22.00 WIB.⁷⁴
- Untuk zona Kalteng 2 yakni (Kecamatan Jekan Raya) peneliti mengambil sampel pada Rocket Chicken di Jalan Yos Sudarso Pusat Perbelanjaan atau Mall di Megatown Square Kota Palangka Raya. Dan di karenakan posisi untuk restoran siap saji kali ini berbeda dengan zona Kalteng 2 lainnya yaitu mengikuti aturan dari mall tersebut yakni pada jam operasional 10.00 – 22.00 WIB.⁷⁵

B. Penyajian Data

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini secara rinci strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba di Rocket Chicken Palangka Raya mulai dari strategi pelayanan usaha, dan

⁷³Rocket Chicken Indonesia, www.rocketchicken..

⁷⁴Wawancara dengan Subjek U selaku Supervisor RC Sethadji pada tanggal 21 Juni 2019

⁷⁵Wawancara dengan Subjek M selaku Supervisor RC Metos pada tanggal 12 Juni 2019

mekanisme kualitas pelayanan usaha waralaba dan juga kendala dalam meningkatkan pelanggan.

Dalam penyajian hasil penelitian ini peneliti menguraikannya secara langsung dan tidak langsung, yang mana peneliti akan memilah data yang akan sesuai untuk menjawab rumusan masalah dan memaparkannya tanpa mengurangi dan melebihkan data dari narasumber.

Adapun mengenai hasil penelitian ini peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Usaha Waralaba Rocket Chicken di Kota Palangka Raya

Untuk memahami lebih jauh tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken ini, penulis perlu menjelaskan maksud pelayanan pada penelitian ini. Pelayanan yang penulis maksud disini ialah lebih tepatnya strategi yang mempengaruhi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Supervisor Rocket Chicken masing-masing zona yakni zona kalteng 1 & 2 di Kota Palangka Raya. Fokus permasalahan mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken di Kota Palangka Raya. Di awali dengan menanyakan, Bagaimana strategi pelayanan pada usaha waralaba Rocket Chicken ? Dalam strategi pelayanan disini peneliti mengambil dari strategi pelayanan berdasarkan indikator kualitas pelayanan.

Strategi Pelayanan

Pada hasil wawancara supervisor dari masing-masing gerai dengan peneliti dengan beberapa subjek di bawah ini, peneliti ingin mencari tahu termasuk dalam jenis kualitas pelayanan apakah mereka (subjek) dengan acuan teori dari 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu:

1). Menunjukkan contoh dari kualitas pelayanan point Faktor fisik *Tangibles* (berwujud) Yakni dengan hasil wawancara berikut:

1). Subjek M menjawab:

“Biasanya kembali lagi ke SOP nya mba, soalnya kan di kasir itu sudah ada semuanya sudah lengkap. Dari cara menyambut costumernya gimana, cara melayani costumernya gimana, sampai complain tentang bagaimana menghadapinya, biasa disambut. Mungkin karena di area Palangka Raya ini malu kali ya. Atau gimana ya jarang sekali penyambutannya ya kan mba. Makanya di sini SDM nya sempat kurang gitu.”⁷⁶

Hasil wawancarava dengan subjek M menunjukkan bahwa, Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point Faktor fisik *Tangibles* (berwujud) yakni pada indikator Kenyamanan tempat melakukan pelayanan dengan pertanyaan diatas untuk responden sebagaimana hasil penelitan yakni menurut supervisor yang ada di Mall yakni Rocket Chicken MeTos (Megatown Square) ialah tergantung pelanggannya untuk tertarik perhatiannya karena Rocket Chicken sendiri punya ciri khas dengan tempatnya. Untuk pelayanan yang disajikan pihak Rocket bagaimana karyawan terlihat ramah dalam pelayanan yaitu kembali lagi ke SOP yang

⁷⁶Wawancara dengan Supervisor Metos Subjek M pada tanggal 12 Juni 2019 pukul 11:52.

semua sudah lengkap untuk menyambut pelanggan, melayani pelanggan sampai menghadapi masalah jika customer komplain.

Untuk penyambutan sendiri ada 1 salam yakni seperti menyambut customer tetapi, terkadang terlihat canggung untuk di area Palangka Raya. Dan karna kurangnya cara penyambutan salam seperti itu pihak Rocket Chicken sering di singgung masalah kurangnya SDM dalam melayani pelayanan.

1) Subjek U menjawab:

“Upaya kita menarik pelanggan salah satunya ini mba (sambil menunjuk spanduk) ini adalah program komitmen setiap tahun dengan hadiah utama mobil, motor, kemudian ada juga umroh, ini adalah salah satu program yang setelah kita lakukan ya istilahnya membuat customer tertarik dengan rocket chicken. Nah dari kupon itu setelahnya kumpul itu tiap bulannya kita adakan pengundian untuk hadiah hiburan ya mungkin seperti hadiah kecil yang jelas kita ada kotak saran dimana kita bisa mengevaluasi karyawan dari customer ya mungkin berhak untuk mengkritik tingkat kesalahan kami. karna dari situ kedepannya supayabisa menjadi lebih baik lagi dan bisa memberikan pelayanan yang memuaskan customer.”⁷⁷

Hasil wawancara dengan subjek U menunjukkan bahwa, Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point Faktor fisik *Tangibles* (berwujud) yakni pada indikator Kenyamanan tempat melakukan pelayanan dalam menarik minat pelanggan secara fisik dengan pertanyaan diatas untuk responden sebagaimana hasil penelitan yakni menurut supervisor yang ada di Rocket Chicken Jalan Sethadji ialah:

⁷⁷Wawancara dengan Subjek U selaku Supervisor RC Jalan Sethadji pada tanggal 16 Juni 2019 Pukul 15:40 WIB

Diketahui bahwa dari hasil keterangan subjek U untuk selain kenyamanan tempat atau pelayanan yang memuaskan di sini pihak rocket chicken berupaya untuk kreatif dalam hal menarik pelanggan salah satunya dengan adanya program komitmen setiap tahun dengan hadiah utama untuk memacu pelanggan dan tertarik sehingga antusias ingin mengikuti program komitmen yang diselenggarakan oleh pihak rocket chicken dimana program komitmen yang di jalankan ini memang wajib ada pada setiap outlet rocket chicken diseluruh Indonesia di karenakan merupakan undian pertahun dalam rangka Ulang tahun Rocket chicken dengan hadiah utama seperti Mobil, Umroh dan sepeda motor dll.

Adapun kupon yang di undi tiap bulannya untuk rocket chicken yang berada di Jalan Sethadji ini, yakni seperti hadiah hiburan dimana jika ada customer yang membeli produk yang ada sponsor dari Nestle nya maka untuk setiap pembelian akan mendapatkan 1 kupon dan akan di undi setiap bulannya untuk hadiah hiburan. Hadiah hiburan ini seperti payung dan hadiah kecil lainnya. Selain itu ada kotak saran bagi customer yang memang perlu untuk member sanggahan atau pendapat kepuasan pelayanan yang diberikan pihak rocket chicken. Agar apa yang menjadi bahan evaluasi karyawan dapat di perbaiki dan kedepannya rocket chicken bisa lebih memberikan kepuasan pelayanan untuk customer.

2). Menunjukkan contoh kualitas pelayanan point *Reliability*

(kehandalan)Berikut hasil wawancara bersama kedua Supervisor Rocket Chicken:

1). Subjek U menjawab:

“Salah satunya ya ini, bagaimana kita menanamkan, mendidik karyawan kita tersebut biar benar-benar bisa bekerja sesuai dengan aturan-aturan yang ada .Kan setiap orang juga punya kemampuannya masing-masing termasuk juga berpengaruh selektif tidaknya kita dalam memilih karyawan mungkin itu juga berpengaruh.”

Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Reliability*(kehandalan) yakni pada indikator Kecermatan petugas dalam melayani.Dengan pernyataan jawaban atas wawancara diatas untuk responden sebagaimana hasil penelitan yakni menurut supervisor yang ada di Jalan Sethadji. Kecermatan petugas atau karyawan dalam melayani yaitu, salah satu tugas penting dalam Rocket Chicken yakni dengan adanya *company goal* perusahaan Rocket chicken lebih mengutamakan dalam hal bagaimana menciptakan SDM, mendidik SDM agar dapat mematuhi atau mengikut sesuai aturan atau *Standar Operasional Prosedure* (SOP) yang berlaku itu adalah point utama dari Rocket chicken lalu terciptanya suatu senior yang bisa di andalkan dan bisa mengajarkan lagi kepada juniornya saling berkesinambungan. Dan juga Rocket chicken berupaya mendidik SDM sesuai kemampuannya dan akan berpengaruh kepada hasil pekerjaan yang dikuasai sehingga perlu adanya pemilihan yang lebih selektif dalam memilih karyawan sesuai kemampuannya.

2). SubjekM menjawab:

“Sebelum masuk kan kita interview kasir yang baru ditraining, kasir yang senior mengajarkan. Dan jika ada pelanggan yang salah Pokoknya kita kalau dapat pelanggan yang kaya gitu kita misalkan costumernya memang benar-benar dia salah tapi kita tetap harus minta maaf ke dia diutamakan lah pokoknya.”

Sebagaimana hasil wawancara, Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Reliability*(kehandalan) yakni pada indikator Kecermatan petugas dalam melayani. Dengan pernyataan jawaban atas wawancara diatas untuk responden sebagaimana hasil penelitan yakni menurut supervisor yang ada di Metos/ Mall yakni kehandalan karyawan dalam pelayanan sebelum benar-benar bekerja para karyawan di training oleh bagian seniornya masing-masing pekerjaan misalnya untuk kasir, kasir yang baru akan ditraining kembali oleh kasir yang lama. Dan begitupula jika dalam pelayanan sudah memberikan yang terbaik masih ada customer yang komplain meskipun customer tersebut salah di sini pihak yang menangani harus betul-betul bersikap sportivitas dan berlaku adil serta wajib untuk minta maaf agar pelayanan itu memang betul-betul terjamin.

3). **Menunjukkan contoh kualitas pelayanan point *Responsivess* (ketanggapan)** Dengan hasil wawancara sebagai berikut:

1) Subjek U menjawab:

“Segala kebutuhan customer yang dibutuhkan di outlet itu semua kita layani termasuk dari mulai pemesanan produk atau ketika customer butuh bantuan atau ketika customer membawa anak dan

butuh bantuan untuk tempat duduk anaknya kita juga harus siap melayani, itu adalah prinsip dasar apa namanya point dari hukum A to Z itu jadi dari melayani customer dari pertama kali customer itu datang dari pintu masuk kemudian customer itu pesan makan sampai dengan customer itu pulang semua kita punya konsep harus terpenuhi dengan maksimal seperti itu. Mungkin itu salah satu manajemen yang kita jalankan disini dalam masalah pelayanan customer.”

Diketahui dari keterangan dari subjek U bahwa Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point Responsivess(ketanggapan) yakni pada indikator Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan. Dengan pernyataan jawaban atas wawancara diatas, untuk responden sebagaimana hasil penelitian yakni menurut supervisor yang ada di Jalan Sethadji. Mengenai respon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan di sini pihak Rocket Chicken punya yang namanya manajemen standar pelayanan yakni service excellent dimana pointnya adalah bagaimana pihak rocket itu bisa memberi pelayanan yang sangat memuaskan minimal dapat memenuhi kebutuhan tamu, kemudian agar memaksimalkan kebutuhan itu tadi sehingga membuat customer tidak kecewa dan pada prinsip tadi ada point-point yakni sejak customer datang dan disambut dengan senyum, sapa, salam. Ini terkadang kendala yang di alami pihak rocket chicken yang ada di Palangka Raya kurangnya SDM dalam melayani penyambutan customer dengan 3 S (senyum, sapa, salam) itu tadi.

Kedua, menawarkan produk kepada customer agar customer lebih mudah memahami dari menu price yang ditawarkan. Ketiga, menerima dan mengulang pesanan. Agar jika terjadi sewaktu waktu kesalahan dalam pemesanan ada bukti bahwa setelah di pesan customer, karyawan wajib mengulang pesanan agar tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan dalam pelayanan. Keempat, menyiapkan pesanan cepat dan rapi. Dalam artian tidak tergesa-gesa namun, cepat tanggap apabila jika sewaktu-waktu customer dalam pemesanan cepat atau lambat, karyawan bisa mengatur waktu tersendiri agar sesuai tempo yang tidak mengecewakan pelanggan. Kelima, memposting pesanan sambil diucapkan. Pada point ini karyawan dapat membacakan final dari pemesanan yaitu sambil diucapkan dan di posting di mesin kasir. Keenam, menerima uang pembayaran. Ketujuh mengembalikan uang (kembalian) dan kedelapan, mengucapkan terima kasih dan selamat datang kembali. Selain dari prinsip utama dari service excellent ini ada namanya hukum A to Z maksudnya ialah dimana customer dilayani dari customer datang, ketika customer memesan pesanan, hingga customer pulang itu merupakan konsep tersendiri bagi pihak rocket chicken yaitu manajemen dalam melayani customer.

2) Subjek Subjek M menjawab:

“Mereka sih customernya ya alhamdulillah gak ada yang kaya rewel kaya gitu kalo misalkan antri mereka paham. Kecuali mereka bisa complain kasir saya kelupaan misalkan pesan chicken stick kasir saya

kelupaan order kebelakang nah itu kan nunggu lama kalo kaya gitu sih bisa terjadi, tapi kalau tentang pelayanannya sih gak ada bagus aja.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek M selaku supervisor RC Metos memaparkan bahwa Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Responsivess* (ketanggapan) yakni pada indikator Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan. Untuk customer sendiri jarang ada yang komplain maupun tidak suka antri justru di sini semua pelanggan paham jika pelayanan yang diberikan oleh pihak rocket chicken sudah sesuai untuk melayani mereka. Adapun kendala meskipun tidak sering bahwa untuk kasir yang lupa order ke belakang atas pesanan customer tetapi di sini customer bisa komplain atau ada yang tetap antusias paham akan situasi tersebut jaminannya ialah dengan menyantap makanan yang sesuai dengan selera mereka meskipun agak lama. Artinya disini pihak rocket chicken berhasil memberikan kepercayaan dalam menjual produk.

4).Menunjukkan contoh kualitas pelayanan point Assurance

(jaminan)Sebagaimana dengan hasil wawancara bersama dengan masing-masing supervisor:

1) Subjek M menjawab:

“Biasanya kami menawarkan produk biasanya itu ada produk tambahan misalnya mba nya ada pesen dua makanan kami tawarkan lagi mba perkedelnya atau kentangnya mba ?kaya ada tawaran atau tambahan lagi gitu minumannya ada apa aja kami semua sebutkan kaya gitu misalkan dari jusnya dan lainnya.”

Pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Assurance* (jaminan) yakni pada indikator petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, Dengan pertanyaan diatas untuk responden, sebagaimana hasil penelitan menurut supervisor yang ada di Mall yakni Rocket Chicken MeTos (Megatown Square) ialah bagaimana seorang kasir maupun karyawan dapat memberikan jaminan kepastian atau kepercayaan produk yang ingin di jual pihak rocket chicken semisalkan setelah customer sudah memesan dan secara inisiatif dari karyawan menawarkan kembali produk tambahan seperti menu tambahan perkedel, kentang, jus atau menu tambahan lainnya. Dan memastikan bahwa customer dapat percaya dan nyaman dengan harga yang ditawarkan relatif ekonomis.

2) Subjek U menjawab:

“Jadi jaminan yang kita berikan ke setiap customer dari membeli, memilih dan menikmati menu makanan disini tadi prinsipnya adalah hukum A to Z jadi kita jamin setiap customer itu dari customer itu. mulai customer datang kemudian memilih menu dan makan disini atau ada yang dibawa pulang itu kita terlayani dengan sepenuhnya jadi bukan masalah waktu atau apa yang jelas setiap customer mempunyai hak untuk memilih menentukan kemudian menikmati jadi benar-bener kita jamin berapapun waktu yang di tentukan customer.”

Sebagaimana hasil wawancara yakni pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Assurance* (jaminan) yakni pada indikator petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, Dengan pertanyaan diatas untuk responden, bahwa hasil penelitan menurut supervisor yang ada di Jalan Sethadji ini Jaminan ke setiap customer dari

customer itu datang membeli/memesan produk, atau memilih dan menikmati menu makanan yang tersedia yakni pada intinya pihak rocket chicken disini menggunakan hukum A to Z dimana dari awal masuk atau datangnya customer hingga memilih atau menikmati pesanan sampai customer itu pulang akan terjamin serta untuk customer yang memang dalam pemilihan menu agak lama dipaparkan oleh supervisor disini tidak adanya batas waktu dalam pemilihan menu yakni betul-betul dijamin untuk dilayani.

5).Menunjukkan contoh kualitas pelayanan point *Emphaty* (empati),

Dengan hasil wawancara berikut ini:

1) Subjek M menjawab:

“Iya ada, memang ada aturannya. Contoh kaya ibu hamil karyawan itu kan wajib membawa makanannya ke meja seperti dispesialkan dan juga seperti orang lansia terus anak-anak harus ada rasa empati kepada mereka kaya gitu. Apa yang ingin diutamakan mereka pesan kita yang bawakan makanannya.”

Berdasarkan hasil wawancara yakni pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Emphaty* (empati) yakni pada indikator petugas melayani dengan sikap sopan santun, Dengan pertanyaan diatas untuk responden, sebagaimana hasil penelitan menurut supervisor yang ada di Mall yakni Rocket Chicken MeTos (Megatown Square) yaitu dalam melayani sepenuh hati, bagi karyawan pihak rocket chicken disini lebih mengutamakan rasa sopan santun kepada customer meskipun sudah ada aturannya karyawan wajib memberikan kepuasan pelayanan

minimal dari rasa sopan santun terhadap ibu hamil, orang tua lansia maupun anak-anak yang dibantu dalam pemesanan.

2) Subjek U menjawab:

“Kalau berbicara masalah empati kita disini menjunjung tinggi customer kita benar-bener. Memposisikan customer itu ya seperti raja, jadi rasa empati itu wajib ada kemudian salah satu budayanya terhadap customer yang membutuhkan setiap karyawan itu pula wajib hukumnya selalu tersenyum dan ramah kepada customer.”

Sebagaimana hasil wawancara yakni pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Emphaty* (empati) yaitu pada indikator petugas melayani dengan sikap sopan santun, Dengan pertanyaan diatas untuk responden, sebagaimana hasil penelitian menurut supervisor yang ada di Jalan Sethadji yakni Customer merupakan sumber dana bagi penghasilan karyawan semakin banyak customer yang merasa puas akan pelayanan otomatis akan berdampak pada karyawan itu sendiri. Terkait rasa empati yang di sebutkan pada indikator kualitas pelayanan pihak rocket chicken benar-benar menjunjung tinggi customer seolah menjadi seorang raja. Dan tidak lepas pula dengan etika yang sesuai SOP (*standar operational procedure*) yakni wajib untuk bersikap ramah dan tersenyum kepada pelanggan. Adapun untuk customer yang memerlukan bantuan seperti melayani hingga pemilihan menu untuk orang-orang istimewa misalkan seperti ibu-ibu hamil, anak-anak, dan juga orang tua lansia yang memang terkhususkan untuk dibantu serta dilayani dengan sepenuh hati.

2. Kendala dalam menarik pelanggan pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya.

Adapun kendala bagi perusahaan dalam menarik pelanggan salah satunya yakni dengan uraian hasil wawancara berikut bersama supervisor dari masing-masing zona:

1. Subjek U:

“Apabila customer merasa tidak puas terhadap product kami yang mungkin tidak sesuai standar SOP, kami siap mengganti dengan product yang baru. Termasuk apabila customer tidak mendapat struk pembelian dari kasir, maka customer tersebut berhak mendapatkan product sejumlah yang di beli. Itu salah satu jaminan yang kami berikan kepada customer agar customer tersebut tetap setia dan tidak tertarik atau pindah hati ke restoran lain. Untuk faktor penghambat sejauh ini saya rasa tidak ada mbak.”⁷⁸

Hasil wawancara dengan subjek U menunjukkan disamping faktor penghambat/kendala dalam menarik pelanggan. Disini supervisor lebih banyak menerangkan soal faktor pendorong atau dengan kata lain tidak ada kendala dalam menarik pelanggan. Karena pada dasarnya rocket chicken memang sangat memperdulikan pelanggannya dari segi pelayanannya. Jika ada kendala pun pihak rocket chicken berupaya dalam mengevaluasi manajemen pelayanan mereka sehingga customer mereka tetap setia dan tidak berpihak pada restoran siap saji lainnya. Berusaha semaksimal mungkin agar kendala tidak terjadi

⁷⁸Hasil wawancara dengan Subjek U Supervisor di Jalan Sethadji Palangka Raya, Tanggal 21 Juni 2019

dengan adanya briefing dan evaluasi sesuai SOP setiap harinya dalam menghadapi dan memberi pelayanan terbaik untuk customer.

2. Subjek M:

“Kalau untuk faktor penghambat atau kendala dalam menarik pelanggan saya kurang tau sih Mba. Karena kami sudah memberikan semaksimal mungkin yang kami mampu. Paling-paling penghambat itu soal berkurangnya pendapatan mba, karena berhubung di Metos ini storenya ngikut Mall, jadi pengunjung kita tergantung pengunjung yang ada di Mall. Seperti bulan Ramadhan, atau mau natal, kan pengunjung di Mall pada rame. Otomatis banyak yang makan dan otomatis juga pendapatan naik. Tapi untuk bulan-bulan seperti ini, ya itu paling penghambatnya karna pengunjung Mall sepi Mba.”⁷⁹

Dapat diketahui bahwa menurut supervisor yang ada di Mall ini yakni untuk Kendala masih tidak terlihat, tetapi untuk soal berkurangnya pendapatan itu tergantung ramai tidaknya dengan kondisi keadaan storenya di Mall. Artinya di sini bahwa jika pengunjung Mall ramai otomatis pendapatan yang diterima ramai pula. Misalnya seperti musim acara besar di bulan Ramadhan, Natalan dan hari besar atau libur lainnya yang tergantung dengan situasi atau kondisi ramai tidaknya pengunjung yang ada di Mall tersebut.

Informan yang pernah menjadi customer di Rocket Chicken

Subjek Informan R adalah seorang mahasiswi di universitas x lahir di Kota Palangka Raya, Lahir pada tanggal 25 Juni 1998. Berikut hasil wawancara dengan saudari R:

⁷⁹Hasil wawancara dengan Subjek M Supervisor Rocket Chicken di Pusat perbelanjaan Metos(Megatown Square) Palangka Raya, Tanggal 21 Juni 2019

“Pelayanan di rocket chicken manapun tergolong baik, ramah dan sopan. Tapi dari segi kekurangan dari pelayanan di rocket chicken itu sendiri yaitu ketika pembeli disuruh mengambil dan membawa makanan pesanan mereka sendiri, dan mereka tergolong kurang mempromosikan dengan menu-menu yang ada, alangkah lebih baik mereka bisa menawarkan seperti di KFC agar pembeli yang bingung mau memesan menu apa bisa teratasi.” Untuk harga lumayan bersahabat karena saya sebagai mahasiswi untuk harga pada menu rocket chicken sangat sesuai dengan rasa yang di sajikan. Dan tempat lumayan rapid an bersih. Mungkin itu salah satu rocket chicken yang saya temui (lupa rocket chicken di Jalan apa). Tapi seperti rocket chicken yang di jalan lainnya untuk pelayanannya sangat bagus sekali seperti penyajian yang ada di KFC menu nya disebutkan dan semuanya terasa komplit.”

Hasil wawancara bersama saudari R menjelaskan bahwa pelayanan untuk rocket chicken pada salah satu outlet ada yang kurang terlaksana yakni dengan menyebutkan bahwa menu yang di sajikan itu apa saja maksudnya disini ialah pihak karyawan dalam bertugas setidaknya memberitahu atau menjelaskan ulang bahwa menu yang ingin ditawarkan apa aja. Tetapi, itu salah satu yang saudari R sebagai konsumen merasa kurangnya pelayanan dalam menjelaskan menu untuk salah satu outlet yang pernah ia temukan. Disisi lain, di paparkan bahwa semua jenis outlet rocket chicken yang berada dimanapun pelayanannya cukup bagus baik itu tentang kesopanan, keramahan, letak yang strategis, dan mampu mengambil hati konsumen atas pelayanan yang komplit dimulai dari harga yang bersahabat dan tempat serta pelayanannya yang bagus.

Informan yang pernah menjadi customer di Rocket Chicken

Subjek Informan L adalah seorang mahasiswi di universitas x lahir di Kota Palangka Raya, Lahir pada tanggal 25 Juni 1998. Berikut hasil wawancara dengan saudari L:

“Rocket Chicken itu seperti restoran siap saji, seperti rumah makan yang menghadirkan makanan dan minumannya itu relatif lebih singkat (lebih cepat), jadi cocok untuk orang-orang yang sedang buru-buru atau yang gak punya waktu lama untuk menunggu. Pelayanannya selain cepat, juga bagus, dan juga ramah. Tempatnya bersih. Kalo dari segi rasa menurut saya sih itu tergantung dari selera individunya sendiri, tapi kalo menurut saya rasanya enak. Untuk harganya juga standar, jadi tidak terlalu menguras kantong. Untuk kelemahannya sampai sekarang saya masih belum menemukannya untuk Rocket Chicken ini.”

Hasil wawancara bersama saudari L menjelaskan bahwa pelayanan untuk rocket chicken dimulai dari harga yang bersahabat dan tempat serta pelayanannya yang bagus. Sangat cocok untuk orang-orang yang sibuk bekerja atau dengan kata lain cocok untuk orang yang menginginkan pelayanan dengan cepat. Selain itu tidak menguras kantong artinya lebih hemat bagi kalangan masyarakat. Pelayanannya pun bagus dan sesuai standar dan juga ramah untuk konsumen dari berbagai usia.

C. Analisis Data

1. Strategi Persaingan Pada Pelayanan Usaha Waralaba Rocket Chicken di Kota Palangka Raya

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun dari strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba di Rocket Chicken Palangka Raya. Untuk strategi bisnis peneliti mengambil teori seperti pada Bab sebelumnya yakni strategi promosi dan harga sedangkan untuk strategi pelayanan lebih mengacu pada indikator kualitas pelayanan. Seperti yang terjadi di lapangan ada 2 responden atau 2 subjek yakni di mana subjek 1 dari supervisor Megatown Square area manajer (Kalteng 2) dan subjek 2 dari supervisor Jalan Sethadji area manajer (Kalteng 1) mengapa peneliti hanya

mengambil 2 sampel Rocket chicken di Palangka Raya salah satu alasan peneliti yakni yang menjadi pusat perhatian konsumen atau pelanggan (masyarakat) di mana paling ramai di kunjungi sebagai restoran siap saji khususnya Rocket Chicken dan mengapa hanya 2 dari dua zona area manajer dikarenakan di Kota Palangka Raya ini, terbagi menjadi 2 zona untuk masing-masing area manajer dan salah satunya untuk mewakili dari cabang yang lain maka hanya terpilih untuk Rocket chicken yang ramai dikunjungi dari perwakilan area manajernya.

Pada strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken disini peneliti mengambil pertanyaan yang sesuai dengan kriteria jawaban responden dimana untuk strategi pelayanan yang sesuai dengan teori yakni ada 5 point indikator kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan diperkuat dengan dokumentasi untuk strategi pelayanan pelanggan/konsumen dilakukan pada intinya bertujuan untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga pelanggan merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan (*Customer Satisfaction*). Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Hasil penelitian yang dilakukan Berry dan kawan-kawan seperti dikutip Paynefaktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi dalam lima aspek kunci yaitu sebagai berikut:

- 1). Faktor fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil atau karyawan.
- 2). Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten.
- 3). Daya tanggap (*responsibility*), yaitu kemauan memberikan layanan dan membantu pelanggan.
- 4). Jaminan (*assurances*), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.
- 5). Empati (*emphaty*), yaitu perhatian individual kepada pelanggan.⁸⁰

Dari ke lima indikator kualitas pelayanan di atas, Pada hasil wawancara supervisor dari masing-masing gerai Rocket Chicken dalam mekanisme kualitas pelayanan dengan penulis dengan beberapa subjek di bawah ini, penulis ingin mencari tahu termasuk dalam jenis kualitas pelayanan apakah mereka (subjek).

Pada point Faktor fisik ***Tangibles* (berwujud)** artinya secara menyeluruh baik itu meliputi dari gedung (tempat bisnis), peralatan (tempat masak/kasir dll), pegawai, dan fasilitas-fasilitas lainnya. Menurut subjek Mba

⁸⁰<http://wawawoi.blogspot.com/2017/04/makalah-manajemen-pelayanan.html>. Online 14 Februari 2019

Mariatul , menurut responden terkait dengan point indikator kualitas pelayanan *Tangibles* (berwujud) yakni pada kenyamanan tempat melakukan pelayanan ialah dengan cara menyambut customer dan melayani sepenuh hati sampai dengan menghadapi komplain terhadap masalah yang ada di Rocket Chicken itu sendiri merupakan point kenyamanan tersendiri bagi tempat dalam melakukan pelayanan dimana dengan adanya situasi atau tempat yang demikian mendukung dan rasa nyaman akan berdampak memenuhi kriteria kepuasan pelanggan.

Dan juga untuk subjek U berdasarkan hasil wawancara dapat di analisis bahwa pihak rocket chicken berupaya untuk kreatif dalam hal menarik pelanggan seperti dengan adanya berbagai undian sebagai pemicu untuk kepuasan pelanggan bukan hanya dengan event hadiah utama yang menarik selain ada juga kupon undian bulanan seperti hadiah hiburan serta memberikan kesempatan kepada customer untuk memberikan kritik dan saran atas kepuasan pelayanan yang diberikan kepada rocket chicken sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki dan terus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik. Berdasarkan dengan pemaparan hasil wawancara dan keadaan yang ada dilapangan.

Menurut teori untuk kepuasan pelanggan yang seperti ini merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi pada suatu produk yang di konsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah kebutuhan dan

keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman sejawat dan komunikasi melalui iklan yang sudah diterangkan pada Bab sebelumnya.

Selanjutnya dengan hasil analisis bahwa kualitas pelayanan point ***Reliability*** (**kehandalan**) yaitu kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat maksudnya ialah secara tidak langsung pelayanan disini lebih kepada konsisten dalam pelayanan akurat secara teori maupun praktik dalam meyakinkan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama subjek M dan U pada pelaksanaan kualitas pelayanan point *Reliability* (kehandalan) yakni pada indikator Kecermatan petugas dalam melayani. Kecermatan petugas atau karyawan dalam melayani yaitu, Pihak Rocket Chicken memang betul-betul selektif memilih karyawan yang memang sesuai standar kemampuannya dalam bekerja dan sesuai dan melakukannya sesuai *standar operational procedure* (SOP) karyawan yang memang betul-betul dibentuk agar bisa menguasai dalam hal melayani pelanggan sesuai dengan kemampuannya.

Misalkan kemampuan karyawan dalam hal kasir, *CS*, *Server*, *Cook/Chef*, dll karena pada dasarnya mempengaruhi hasil pada pelayanan petugas dalam melayani customer. Dengan teori dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliable* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah

yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

Sebagaimana hasil wawancara berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan point **Responsivess (ketanggapan)** yaitu kemampuan pelayanan yang memang memberikan respon secara respect terhadap pelanggan yang membutuhkan bantuan. yakni pada indikator Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan. Mengenai respon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan disini Rocket chicken memang sangat cepat tanggap dalam hal situasi melayani customer sepenuh hati di mulai dari pintu masuk sampai customer pulang apapun kebutuhan customer segera dipenuhi. Sesuai dengan apa yang dipaparkan dari kedua subjek dimana dengan adanya dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian dan kemampuannya.

Terkait dengan hasil analisis bahwa pada point *responsivess* yakni karyawan bisa mengatur waktu tersendiri agar sesuai tempo yang tidak mengecewakan pelanggan. Berdasarkan pemaparan kedua subjek dapat dianalisis untuk kualitas pelayanan point **Assurance (jaminan)** yakni pada

indikator petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan, ialah bagaimana seorang kasir maupun karyawan dapat memberikan jaminan kepastian atau kepercayaan produk yang ingin di jual pihak rocket chicken dan Kepuasan pelanggan harus di nomor satukan. Yakni untuk dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan dalam melayani konsumen maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat customer merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan akan menentukan hasil keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan.

Untuk customer yang memang dalam pemilihan menu agak lama dipaparkan oleh supervisor disini tidak adanya batas waktu dalam pemilihan menu yakni betul-betul di jamin untuk dilayani.

Pada point indikator kualitas pelayanan point *Empathy* (empati) yakni pada indikator petugas melayani dengan sikap sopan santun, Dengan Pelayanan yang memuaskan bagi rocket chicken apalagi dengan mengutamakan seperti ibu hamil, orang tua lansia, dan anak-anak memang diberi pelayanan khusus.

2. Kendala dalam menarik pelanggan, pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya.

Diketahui bahwa menurut hasil wawancara dari 2 responden yang terlibat serta dari hasil validasi pendukung dari 2 informan dimana untuk menjawab kendala apa saja dalam menarik pelanggan pada pelayanan usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya, menurut subjek U dan M Karena pada dasarnya rocket chicken memang sangat memperdulikan pelanggannya dari segi pelayanannya.

Hal ini terbukti dengan berdasarkan teori pada bab sebelumnya bahwa dalam menghadapi kendala atau tantangan Ada lima langkah proses dalam menangani pelanggan yang sulit. Sebelum dalam menangani pelanggan yang sulit ada baiknya untuk memahami layanan pelanggan professional dalam menghadapi berbagai situasi yang menantang. Situasi-situasi tersebut termasuk:

1. Pelanggan yang kesal dengan mutu atau penyampaian produk/ jasa
2. Pengembalian produk atau pembatalan jasa
3. Informasi yang salah diberikan pada pelanggan
4. Pelanggan yang memandang negatif perusahaan anda karena pengalaman masa lalu
5. Isu konfrontasi dan konflik

6. Pelanggan yang marah
7. Menjelaskan kebijakan atau prosedur perusahaan
8. Permintaan untuk bertemu dengan pihak manajemen.

Jika ada kendala pun pihak Rocket Chicken berupaya dalam mengevaluasi manajemen pelayanan mereka sehingga customer mereka tetap setia dan tidak berpihak pada restoran siap saji lainnya. Berusaha semaksimal mungkin agar kendala tidak terjadi dengan adanya briefing dan evaluasi sesuai SOP setiap harinya dalam menghadapi dan memberi pelayanan terbaik untuk customer.

Seperti yang sudah dipaparkan pada teori bab sebelumnya juga yakni bahwa salah satu cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru adalah dengan menyajikan pelayanan yang lebih baik yang tidak tertandingi oleh pesaing. Cara menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Dengarkan dan perhatikan pelanggan
2. Tetapkan pelayanan terbaik
3. Tetapkan ukuran dan kinerja standar
4. Berikan perlindungan hak-hak karyawan
5. Latih karyawan untuk memberikan pelayanan yang istimewa
6. Gunakan teknologi yang memberikan pelayanan terbaik
7. Berikan hadiah bagi pelayanan terbaik.

Disini pihak Rocket Chicken berupaya dalam menanggapi permasalahan atau kendala setidaknya dapat memberikan solusi bagaimana menghadapi kendala setelah mengetahui apa bagaimana menghadapi situasi demikian yakni dengan menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan yang lebih diutamakan.

Untuk kendala sebenarnya jarang terjadi tetapi setiap harinya Rocket Chicken selalu berupaya untuk mengevaluasi kinerja dilihat dari sudut pandangnya hanya terletak pada situasi ramai tidaknya pelanggan misalnya jika pengunjung Mall ramai otomatis pendapatan yang diterima ramai pula. Misalnya seperti musim acara besar di bulan Ramadhan, Natalan dan hari besar atau libur lainnya yang tergantung dengan situasi atau kondisi ramai tidaknya pengunjung yang ada di Mall tersebut. Untuk menghadapi situasi berdasarkan pemaparan pada teori sebelumnya kini berlanjut bagaimana Rocket Chicken dalam menghadapi kendalanya yakni Sasaran utama dalam situasi yang menantang ini adalah dengan memberikan solusi win-win. Berdasarkan teori pada bab sebelumnya bahwa “Kami ingin pelanggan merasa didengarkan, di jaga dengan baik, dan dihargai”. Mindset yang fokus pada pelanggan akan memberikan dampak yang besar dalam mencapai tujuan ini. Dengan fokus pada pelanggan, alat untuk mengatasi situasi yang menantang adalah dengan lima langkah proses, yaitu:

1. *Step* 1: Strategi anda harus sampai pada solusi yang akan memenangkan kedua pihak, baik perusahaan anda dan pelanggan.

Jika anda berhasil anda akan mempertahankan pelanggan, melebihi harapan pelanggan, dan memberikan pelanggan pengalaman yang positif sehingga mereka melanjutkan berbisnis dengan anda.

2 *Step 2: Pengakuan.* Pengakuan adalah komunikasi penting dalam situasi yang penuh dengan tantangan. Gunakan frasa seperti, “saya mengerti”, “saya minta maaf”, sehingga pelanggan merasa mereka didengarkan dan kita menghargainya. Ini memperjelas jalan kita untuk melangkah memberikan bantuan secara emosi dan menempatkan kita disisi pelanggan. Misalnya untuk pengakuan: “saya mohon maaf jika mutu produk tidak seperti yang anda harapkan. Saya bias memahami kekecewaan anda. Saya bias membantu”.

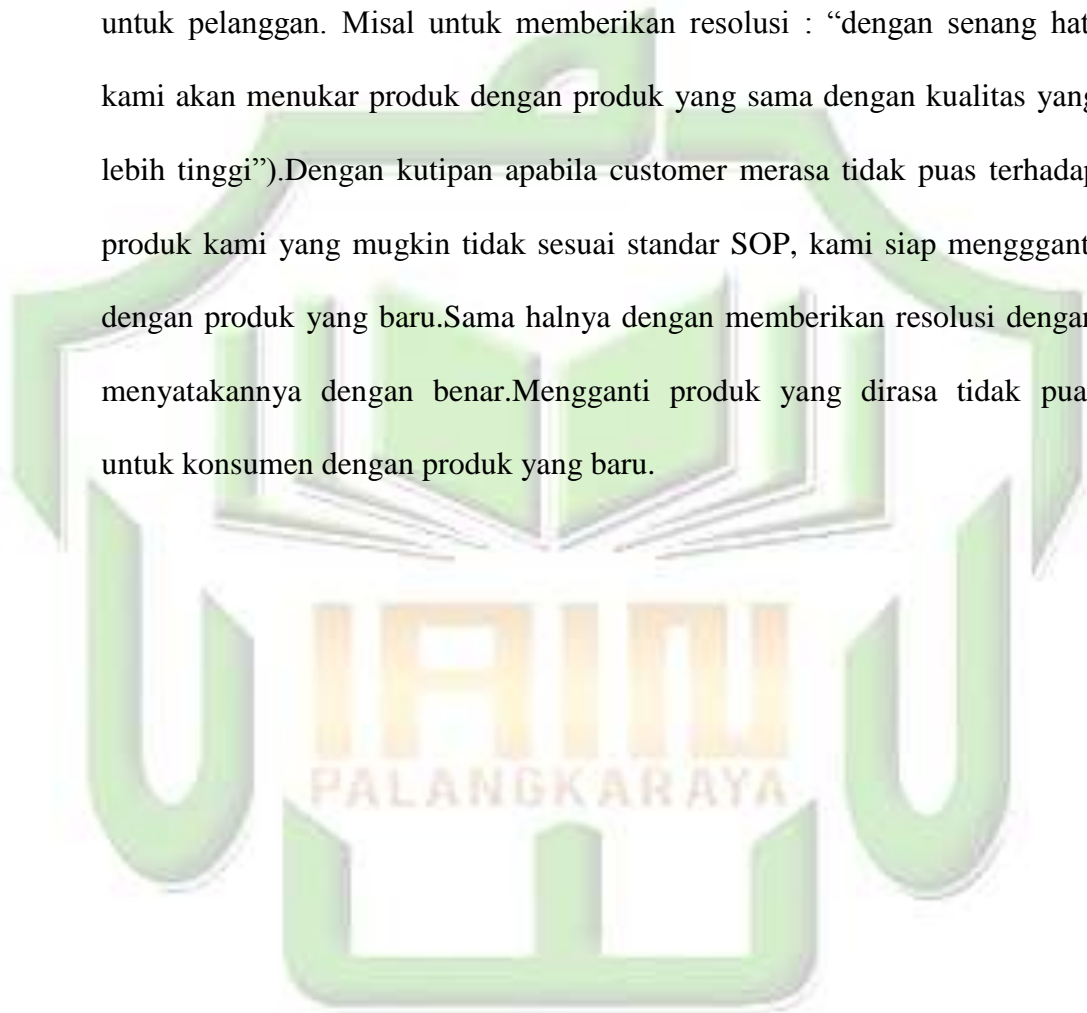
3 *Step 3: klarifikasi.* Terkadang kita salah memecahkan masalah dengan mendasarkan pada apa yang kita “pikirkan” apa yang dikatakan pelanggan. Langkah ketiga ini kita dapat mengklarifikasi dan menarik informasi untuk memastikan kita mengerti kekhawatiran pelanggan. Misalnya: “bisakah saya membantu anda...?” klarifikasi mengarahkan kita pada solusi yang tepat dengan lebih efisien. Misalnya untuk klarifikasi : “ dalam rangka meningkatkan mutu- dan memberikan layanan yang lebih baik pada anda. Menurut anda, area mana yang kualitasnya buruk ?”

- i. *Step 4: Menghadirkan Resolusi.* Yakni memberikan resolusi bukan tantangan jika kita melakukan tiga langkah awal dengan baik. Ketika kita memberikan resolusi, kita ingin menyatakan dengan jelas apa yang kita lakukan untuk pelanggan. Misal untuk memberikan resolusi : “dengan senang hati kami akan menukar produk dengan produk yang sama dengan kualitas yang lebih tinggi”.
- ii. *Step 5: Cek Ulang.* Ialah peluang kita untuk memastikan bahwa pelanggan puas dan senang dengan resolusi. Dengan contoh : “ apa pendapat anda dengan x..?”, “akankah hal tersebut memenuhi apa yang anda butuhkan?”. Misal untuk cek ulang : “ akankah hal tersebut memuaskan?”.

Berdasarkan ke lima langkah proses dalam menghadapi situasi atau kendala terjadi memang demikian adanya untuk pihak Rocket Chicken sendiri memang sepenuhnya sudah menjalankan sesuai SOP yang berlaku apabila kendala terjadi dan salah satunya dengan menerapkan salah satu dari ke lima langkah proses dalam menghadapi situasi atau kendala yang terjadi. Seperti pada kutipan hasil wawancara bersama subjek U:

“ Apabila customer merasa tidak puas terhadap produk kami yang mungkin tidak sesuai standar SOP, kami siap mengganti dengan produk yang baru. Termasuk apabila customer tidak mendapat struk pembelian dari kasir, maka customer tersebut berhak mendapatkan product sejumlah yang di beli. Itu salah satu jaminan yang kami berikan kepada customer agar customer tersebut tetap setia dan tidak tertarik atau pindah hati ke restoran lain. Untuk faktor penghambat sejauh ini saya rasa tidak ada mbak.”

Berdasarkan hasil wawancara bahwa dengan adanya bukti bahwa pihak Rocket Chicken benar-benar memberikan kinerja terbaik dalam memberikan kepuasan terhadap customer yakni dengan menerapkan salah satu step Resolusi yaitu(kita ingin menyatakan dengan jelas apa yang kita lakukan untuk pelanggan. Misal untuk memberikan resolusi : “dengan senang hati kami akan menukar produk dengan produk yang sama dengan kualitas yang lebih tinggi”).Dengan kutipan apabila customer merasa tidak puas terhadap produk kami yang mungkin tidak sesuai standar SOP, kami siap mengganti dengan produk yang baru.Sama halnya dengan memberikan resolusi dengan menyatakannya dengan benar.Mengganti produk yang dirasa tidak puas untuk konsumen dengan produk yang baru.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken yang ada di Kota Palangka Raya. Untuk strategi kualitas pelayanan usaha waralaba Rocket Chicken di Kota Palangka Raya, yakni Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Salah satunya dengan adanya ke lima indikator kualitas pelayanan, mekanisme kualitas pelayanan dapat dikategorikan mencapai standar kualitas pelayanan yakni dari segi point *Tangibles* (berwujud) yakni pada kenyamanan tempat melakukan pelayanan ialah dengan cara menyambut customer dan melayani sepenuh hati sampai dengan menghadapi komplain terhadap masalah yang ada di Rocket Chicken itu sendiri merupakan point kenyamanan tersendiri bagi tempat dalam melakukan pelayanan dimana dengan adanya situasi atau tempat yang demikian mendukung dan rasa nyaman akan berdampak memenuhi kriteria kepuasan pelanggan.

Dan dengan adanya berbagai undian sebagai pemicu untuk kepuasan pelanggan bukan hanya dengan event hadiah utama yang menarik selain ada

juga kupon undian bulanan seperti hadiah hiburan serta memberikan kesempatan kepada customer untuk memberikan kritik dan saran atas kepuasan pelayanan yang diberikan kepada rocket chicken sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki dan terus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik

Kedua, **Reliability (kehandalan)** Pihak Rocket Chicken memang betul-betul selektif memilih karyawan yang memang sesuai standar kemampuannya dalam bekerja dan sesuai dan melakukannya sesuai *standar operational procedure (SOP)* karyawan yang memang betul-betul dibentuk agar bisa menguasai dalam hal melayani pelanggan sesuai dengan kemampuannya. Misalkan kemampuan karyawan dalam hal kasir, CS, Server, Cook/Chef, dll karena pada dasarnya mempengaruhi hasil pada pelayanan petugas dalam melayani customer.

Ketiga, point **Responsivess (ketanggapan)** Mengenai respon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan disini Rocket chicken memang sangat cepat tanggap dalam hal situasi melayani customer sepenuh hati di mulai dari pintu masuk sampai customer pulang apapun kebutuhan customer segera dipenuhi. Sesuai dengan apa yang dipaparkan dari kedua subjek dimana dengan adanya dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas.

Keempat point *Assurance* (**jaminan**) yakni untuk dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelembahlembutan dalam melayani konsumen maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa

Dan Kelima, *Emphaty* (**empati**) yakni pada indikator petugas melayani dengan sikap sopan santun, Dengan Pelayanan yang memuaskan bagi rocket chicken apalagi dengan mengutamakan seperti ibu hamil, orang tua lansia, dan anak-anak memang diberi pelayanan khusus.

2. Kendala dalam menarik pelanggan, pada Pelayanan Usaha waralaba Rocket Chicken Kota Palangka Raya. Menurut hasil observasi dan hasil wawancara antara pihak responden terkait yakni supervisor dan informan sebagai pendukung.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa Jika ada kendala apapun pihak rocket chicken berupaya dalam mengevaluasi manajemen pelayanan mereka sehingga customer mereka tetap setia dan tidak berpindah pada restoran siap saji lainnya. Berusaha semaksimal mungkin agar kendala tidak terjadi dengan adanya briefing dan evaluasi sesuai SOP setiap harinya dalam menghadapi dan memberi pelayanan terbaik untuk customer. Dan menurut responden informan terbukti bahwa pelayanan yang diberikan memang

betul-betul maksimal sehingga jarang terjadi apabila ada Kendala terkait dalam menarik pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Pihak Rocket Chicken di manapun cabangnya peneliti berharap dapat meningkatkan lagi kualitas semuanya agar tidak terjadi lagi kendala yang masih kurang dalam pelayanannya seperti kebersihan, kenyamanan, perhatian dan jaminan yang di berikan kiranya bisa sinkron dengan evaluasi yang diterapkan sesuai aturan SOP yang berlaku. Serta untuk kupon berhadiah sebaiknya ada bukti kongkrit untuk kapan saja hadiah berlangsung dan usai agar kiranya tidak keliru terhadap pelanggan lainnya yang tidak mendapatkan hadiah. Maksudnya diperjelas dalam hal kupon berhadiah.
2. Kepada konsumen diharapkan dapat mematuhi aturan dalam berantri agar pelayanan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan dari pihak konsumen serta lebih memahami menu-menu apa saja yang ditawarkan.

Demikian saran-saran yang dapat penulis kemukakan, mudah-mudahan ada manfaatnya bagi kita semua.

3. Untuk SOP yang sifatnya memang berbentuk privasi artinya bisa lebih memberikan keterbukaan kepada karyawan yang memang sifatnya untuk memberikan solusi atau melatih karyawan baru maupun lama sehingga dapat bekerja lebih produktif lagi agar tidak terjadi kendala dan sesuai dengan keinginan perusahaan agar tercapai target dan mendapat laba lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Amrin, Tatang M. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. 1990.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 1993.
- Ayodya, Wulan. *Mengenal Usaha Warung Makan*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Azwar, MA, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset. 2007.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2001.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2007
- Ekotama, Suryono. *10 Rahasia Bisnis Franchise*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2012.
- Fuady, Munir. *Pengantar Hukum bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2016.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005 .h.15
- Kartiko Widi, Restun. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2001.

Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2004.

Prastowo, Andi. *Mengusai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: DIVA Press. 2010.

PO Abas Sunarya, dkk. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2011.

Ratminto & Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerepan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*. Bogor selatan: Ghalia Indonesia. 2008.

Winardi. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana. 2004.

Zahariah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.

Veithzal Rivai Zainal dkk. *ISLAMIC MARKETING MANAGEMENT: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara. 2017.

A. Telusur Karya Ilmiah

Bachtiar S. Bachri. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal. Vol. 10 No.4. 2010. h.56.

Ferry Kondo Lembang, Angela C. Leunupun dan Mozart W. Talakua. Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling (Studi Kasus: Restoran Ambon City Center Passo). Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan |Maret 2016| Volume 10 Nomor 1

Malaka, Mashur. 2014. *Jurnal AL-Adl Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha*, e-journal.IAIN Kendari.ac.id/al-adl/article/view/218. Di unduh pada tanggal 31 Januari 2019.

Nelvia, Desi. *“Perjanjian Tertutup Dalam Sistem Bisnis Waralaba (Franchise) (Tinjauan Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)”* <http://repository.uin.suska.ac.id/2700/1/fm.pdf>. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru Tahun 2016.

Riyen Marlia. *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Swalayan Surya Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)”*, <http://repository.radenintan.ac.id>. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2018

Ruztian Zaka Rullah. *“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing FIF (Federal International Finance) Syari’ah Taman Palem Jakarta Barat”*. <http://repository.uinjkt.ac.id/2700/1/fm.pdf>. Skripsi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2015

Sulistyastuti, D. R. *Dinamika Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Analisis Konsentrasi Regional UMKM Di Indonesia 1999-2001*. (Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2004) 9(2).

Sri atun Khasanah. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT.PLN (Persero) Rayon Purbalingga)*. <https://repository.iainpurwokerto.ac.id>. IAIN Purwokerto Tahun 2015

Yunika, Evi. Jurnal Skripsi *“Strategi Agen Dalam Memasarkan Produk Asuransi Prudential Syariah Di Kota Palangka Raya”* Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya Tahun 2013. h. 12

B. Internet

Kontan.co.id. Persaingan Restoran siap saji kian marak <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-restoran-cepat-saji-kianmarak->. Online 10 November 2018

Munawar Halil dkk. Manajemen Pelayanan *“Pelayanan Terhadap Konsumen Pasar Tradisional: studi kasus Pedagang Eceran Di Pasar Bartais*, <http://wawawoi.blogspot.com/2017/04/makalah-manajemen-pelayanan.html>. Online 14 Februari 2019

Prasetya Hermawan Prayoga. Kumpulan Materi Perbankan.<https://prastyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/indikator-kualitas-pelayanan-menurut.html> Online 21 Februari 2019

KamusQ. Penelitian Kualitatif/ Pengertian dan Definisi.<https://www.kamusq.com/2013/06/penelitian-kualitatif-pengertian.html?m=1> Online 28 Maret 2019

Rocket Chicken. Sajikan Ayam Goreng untu Kelas Menengah Ke Bawah <http://kaltim.tribunnews.com/2017/04/14/rocket-chicken-sajikan-ayam-goreng-untuk-kelasmengah-kebawah?page=2>. Online 20 Mei 2019

Rocket Chicken. Syarat Bermitra bersama Rocket Chicken.<https://suharyantobjm.com//2016/04/21/berikut-cara-mudah-kemitraan-rocket-chicken/> Online 31 Januari 2019

Nurul Atik. *Kerja Kerasnya Berbuah Resto Cepat Saji*, (dalam bahasa Indonesia). Kontan 21 Maret 2011. <https://id.m.wikipedia.org>, Online 18 Juni 2019

<https://akuntanonline.com/pengertian-waralaba-jenis-dan-contoh-usahanya/>. Online 14 Februari 2019

<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/16/141907920/begini-awal-mula-makanan-cepat-saji-muncul> Online 20 Februari 2019

Rocket Chicken Indonesia. www.rocketchicken.co.id Online 18 Juni 2019

Strategi penetapan harga. <https://bisnisukm.com> Online 30 Juli 2019

Strategi promosi penjualan produk beserta tujuan dan klasifikasi. <https://jurnalmanajemen.com>. Online 30 Juli 2019

Menangani Permasalahan Pelanggan yang Sulit, <https://pengusahamuslim.com/3027-menangani-permasalahan-pelanggan-1606.html>. Online 20 September 2019

Teori kendala, <https://www.maxmanroe.com>. Online 23 Oktober 2019

