

PENGARUH SISTEM PELAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI RESTORAN CEPAT SAJI BURGER KING

Eriska Rindiyani¹, Anita Kartika Sari², Lukman Nuzul Hakim³

^{1,2} Prodi Manajemen STIE Mahardhika Surabaya, ³STIE Muhammadiyah Kalianda

Email : Eriskarindiyani9@gmail.com¹, Anitakartikasari2019@gmail.com²
lukmannuzulhakim@gmail.com³

ABSTRACT : *The motivation behind this exploration is to figure out that of the MAP GROUP, namely Burger King Tunjungan Plaza 1 Surabaya, which is known as BK is probably the biggest establishment on the world. The examination strategy utilized is qualitative, which means using the condition of the object naturally. The focus of the researcher is then described according to the applicable rules. The objects in this study are how influential the service system and product quality are to sales at every operating hour of the restaurant open to closing, as well as a survey of consumers who are willing to provide an assessment through the official website with satisfactory results regarding product quality and service every time they visit Burger King Surabaya.*

Keywords: *Service System, Product Quality, Sales*

ABSTRAK : Tujuan di lakukan penelitian ini adalah mengetahui salah satu anak perusahaan MAP GROUP yaitu Burger King Tunjungan Plaza 1 Surabaya yang terkenal dengan sebutan BK adalah salah satu waralaba besar di dunia. Metode yang dipakai di penelitian ini yakni kualitatif yang pada artinya menggunakan kondisi objek secara alamiah. Fokus peneliti untuk kemudian diuraikan sesuai kaidah yang berlaku. Objek dalam penelitian ini yakni seberapa berpengaruh sistem pelayanan serta kualitas produk terhadap penjualan di setiap jam operasional restoran buka hingga tutup, serta survei konsumen yang bersedia memberikan penilaian melalui website resmi dengan hasil yang memuaskan mengenai kualitas produk dan pelayanan setiap berkunjung di Burger King Surabaya.

Kata Kunci : *Sistem Pelayanan, Kualitas Produk, Penjualan*

PENDAHULUAN

Dalam era modern di zaman sekarang yang sudah sangat berkembang pesat apalagi di bidang kuliner, Banyaknya restoran *fast food* di Indonesia membuat persaingan luar biasa dalam kualitas dan sifat barang yang dikirim. Makanan murah atau *fast food*, mulai dikenal di Indonesia pada

pertengahan tahun 1980-an. *Fast food* yang masuk ke pasar Indonesia berasal dari Amerika. Zaman ini, ada beberapa nama besar di dunia "Unhealthy Food" Bisnis kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian negara karena dapat meminimalkan pengangguran dan mengurangi kemiskinan. (Fitria et al.,

Received : June, 14, 2022

Revised : July, 21, 2022

Available online : July, 22, 2022

2021). Amerika yang telah membuka gerai di Indonesia. Setelah beberapa waktu, beberapa jatuh tempo, dan sekuatnya bertahan. Bagian dari beberapa tempat makan *fast food* di Indonesia yakni Mcdonald's, Texas Fried Chicken, Burger King. *Fast food* akan menjadi makanan yang dapat diakses dengan cepat dan siap untuk dimakan, yakni ayam goreng, burger keju, atau pizza. . Semakin banyak bisnis di bidang kuliner, semakin ketat pula persaingan di dunia bisnis F&B, di tengah ketatnya persaingan bisnis membuat pengusaha harus memiliki strategi perencanaan yang tepat untuk menciptakan kepuasan konsumen, karena konsumen tidak merasa terpuaskan dengan pilihan berbagai restoran (Romadhon & Rachman, 2021). Dari segi proses dan kualitas yang di sajikan juga sangat baik serta dapat menarik peminat konsumen. Dalam sistem pelayanan restoran cepat saji selalu mengandalkan teknologi yang selalu berkembang sehingga konsumen mudah untuk membeli seluruh variasi produk yang tersedia. Contohnya *fast food restaurant* yang sukses bertahan di tengah kompetitor berat adalah Burger King. Burger King adalah restoran waralaba yang telah beberapa kali berpindah tangan. Sama halnya restoran waralaba lainnya. Burger King adalah *fast food restaurant* dimana

tersedianya macam-macam *fast food* sehingga konsumen mudah untuk menikmatinya. Dari segi kualitas produk Burger King mampu bersaing dengan restoran waralaba yang saat ini berkembang pesat. Burger King juga menciptakan inovasi-inovasi baru untuk membuat konsumen merasa sangat di hargai salah satunya adalah survei kualitas produk, sehingga konsumen yang membeli produk di restoran dapat dengan mudah menyalurkan kritik serta saran dengan mudah bila terdapat produk yang di luar prosedur atau tidak sesuai dengan prosedur. Tujuan utama *restaurant* membuat inovasi seperti ini lah yang membuat Burger King selalu dapat berkembang dengan baik mengikuti ketatnya persaingan pasar dari *restaurant* waralaba lainnya. Burger King juga selalu memperbaiki setiap kesalahan atau kritik dari konsumen yang bersifat membangun *restaurant* agar terus melayani setiap konsumennya dengan tulus dan memberikan yang terbaik. Karena pelayanan yang baik akan mengangkat reputasi nama *restaurant* serta menaikkan lebih banyak minat konsumen.

*Received : June, 14, 2022**Revised : July, 21, 2022**Available online : July, 22, 2022*

KAJIAN PUSTAKA

1. SISTEM PELAYANAN

Restoran yakni tempat yang menyegarkan individu/seseorang dengan memberikan kenyamanan, kemudahan untuk mendapatkan makan dan minum. (Maulana et al., 2019) Di Burger King memiliki beragam sistem pelayanan, diantaranya seperti pada umumnya yakni Dine In (makan ditempat), dimana dalam sistem ini, *restaurant* Burger King memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang dan hendak makan di dalam restoran. Selain itu dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini dimana banyak konsumen yang sangat konsumtif namun enggan beranjak dari rumah atau konsumen yang sedang sibuk namun ingin menikmati variasi produk yang terdapat di menu Burger King. Burger King juga memberikan pelayanan melalui *delivery* online. Konsumen hanya perlu menghubungi call center *delivery* di 150025 dan pesanan sudah siap diantar. Bukan hanya itu Burger King juga bekerja sama dengan e-commers seperti *shopee food*, *gofood*, dan *grab food*. Pada kerja sama ini sangat memberikan pengaruh positif terhadap penjualan dimana pada e-commers tersebut mereka juga memberikan promosi yang cukup menarik sehingga

banyak customer yang beralih ke pembelian online ini. Untuk yang tidak mau antri di kasir bisa menggunakan aplikasi Burger King yang bisa didapatkan dengan mudah, dengan cara mengetik aplikasi “Burger King Indonesia” di kolom *searching* appstore atau playstore, lalu tunggu sampai proses pengunduhan selesai. Masukkan data diri dengan jujur sesuai dengan ketentuan yang berlaku seperti nama lengkap, nomer hp yang di aktif juga email yang ada di dalam hp konsumen, semua data tersebut memudahkan IT pihak Burger King untuk memberikan reward atau menu-menu promosi yang ada di restoran Burger King Surabaya. Setelah mengisi data diri, scan QR yang telah disediakan di setiap meja, dalam aplikasi Burger king tidak kalah lengkapnya dengan yang ada di e-commer terdapat juga promo produk serta, promo pembayaran yang sangat membantu konsumen untuk mempermudah transaksinya. Contoh pembayaran yang terdapat dalam aplikasi Burger King adalah LinkAja, ShopeePay, Gopay, OVO, DANA atau transfer mobile banking yang terdapat beberapa pilihan sesuai kepemilikan konsumen. Terlebih istimewanya lagi produk yang kita pesan juga di antarkan ke meja kita tanpa harus mengantri dan hanya perlu menunggu dengan duduk di meja yang telah di

Received : June, 14, 2022
Revised : July, 21, 2022
Available online : July, 22, 2022

sediakan sampai produk siap sesuai dengan pesanan.

2.KUALITAS PRODUK

Para peminat beli pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan.(Jackson R.S. Weenas, 2013). Variasi produk yang di ciptakan oleh Burger King tidak kalah menarik dengan pesaing restoran waralaba yang lain. Produk utama Burger King yakni ayam goreng dan hamburger. Tetapi tidak hanya itu terdapat beberapa produk ringan lainnya seperti kentang goreng, ice cream yang bervariasi rasa, minuman bersoda dan non soda serta nasi king box. Tentunya seluruh produk yang ada di dalam restoran mempunyai kualitas terbaik dan lulus sertifikat halal MUI yang juga tercantum di sisi pintu masuk restoran serta lobby restoran. Setiap bulan juga terdapat audit food safety yang selalu mengecek kelayakan produk sehingga produk terjamin kualitasnya. Di dalam restoran Burger King terkait produk mentah atau belum jadi terdapat tanggal dan bulan kadaluarsanya jika produk tersebut melebihi tanggal akan langsung di waste (dibuang) dan ikut produk devisiasi yang

terhitung dalam pengeluaran restoran.
Conformance to specifications

(kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.(Hwang & Heath, 2014) Ada beberapa prosedur yang harus dijalankan agar tetap menjaga kualitas produk restoran Burger King Surabaya yaitu :

A. Prosedur holding time ayam yaitu pemasakan di dalam fry master selama 12 menit, di tiriskan selama 10 menit yang bertujuan untuk mengurangi minyak yang berlebihan. Di dalam holding time atau pemanas ayam hanya 60 menit jika dalam 60 menit tidak terjual, maka produk tersebut harus di buang dan di ganti dengan produk yang baru.

B. Prosedur pemasakan kentang goreng yaitu kentang yang baru di ambil dari freezer di masukkan ke dalam basket kentang yang maksimal menuangkannya hanya 100 gram atau setara dengan dua porsi kentang medium dan 3 porsi kentang regular. Kentang goreng di masak di fry master dalam waktu 2 menit 30 detik dan dapat bertahan di fry master atau pemanas produk kurang lebih 15 menit. Jika dalam 15 menit tidak terjual akan di buang dan di ganti oleh produk yang baru.

*Received : June, 14, 2022**Revised : July, 21, 2022**Available online : July, 22, 2022*

C. Prosedure menyiapkan produk agar produk tetap hangat dan layak untuk di konsumsi oleh pelanggan setia Burger King, saat konsumen memesan paket hemat ayam dan paket hemat burger yang berarti mendapatkan dua minum, satu nasi, satu ayam, satu kentang dan, burger. Hal yang pertama di siapkan adalah taruh try sebagai alat untuk konsumen agar produk dapat dengan mudah dibawa ke meja makan yang konsumen inginkan, lalu siapkan minum terlebih dahulu karena durasi soft drink atau non softt drink adalah 5 menit, lalu ambil ayam dan nasi dalam satu chicken try juga burger yang telah di buat oleh salah satu rekan yang bertugas membuatnya, yang terakhir adalah kentang goreng yang sudah diketahui kentang goreng adalah produk yang cepat layu di bandingkan produk fast food lainnya. Setelah semuanya selesai tawarkan saos tomat dan sambel sesuai dengan porsi yang diinginkan konsumen agar kita juga meminimalis condiment jangan lupa ucapkan terima kasih serta undang konsumen agar tetap datang ke restoran Burger King.

3.PENINGKATAN PENJUALAN

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk

mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.(Rachmawati, 2011) Pengaruh sistem pelayanan dan kualitas produk jelas sangat berpengaruh terhadap meningkatnya sales penjualan di setiap bulannya. Setiap shift selalu melakukan pertemuan kecil yang sama hal nya membahas target sales dalam satu hari dan target sales dalam satu shift. Target sales dalam satu bulan di Burger King Tunjungan Plaza 1 Surabaya adalah 600 Juta rupiah yang berarti dalam target sales perharinya 20 Juta. Tidak hanya itu GC (Guest Count) atau di bisa di sebut TC (Transaction Guset) yang mempunyai arti transaksi yang di lakukan konsumen terhadap produk restoran. Target TC dalam satu hari adalah 160 transaksi yang mana di hitungnya perjam peningkatan penjualan juga dilihat dari adanya pelayanan melalui kerjasama dengan e-commers menjadikan pelebaran pangsa pasar yang sebelumnya hanya mengandalkan konsumen yang sedang datang berkunjung ke mall dan merasa lapar sehingga berkunjung ke Burger King, kini dengan adanya kerjasama ini Burger King juga turut melayani konsumen yang sedang berada di rumah atau pun sedang bekerja di kantor, sehingga target penju lan bisa dengan mudah tercapai dan terus meningkat. Dalam aktivitas memasarkan produk, pemasar membuat

Received : June, 14, 2022
Revised : July, 21, 2022
Available online : July, 22, 2022

keputusan dan menggunakan berbagai kaedah untuk mendapatkan respons positif dari pada pelanggan sasaran. Burger King telah mengklasifikasikan kebanyakan

kaedah tersebut kepada empat group utama yaitu Product, Price, Place & Promotion yang merupakan Bauran Pemasaran yang biasa digunakan oleh pemasar. Bauran ini juga biasa disebut sebagai strategi pemasaran 4P (Hartono et al., 2012). Selain itu dengan adanya kerjasama ini juga pihak e-commers menawarkan harga menarik yang lebih hemat hingga Rp.0 ongkos pengiriman yang membuat para konsumen merasa diuntungkan. Tidak lupa pula menjaga kualitas produk sama pentingnya serta kerja sama dengan pihak e-commers konsumen yang harusnya menjadi tangan pertama yang menerima produk burger king kini menjadi pihak ke dua. Semakin meningkatnya profit sales yang signifikan maka semakin banyak juga profit crew yang masuk untuk bekerja, ini dikarenakan sales sangat berpengaruh besar terhadap basic salary crew jika restoran mampu mencapai target yang telah di ciptakan oleh perusahaan akan semakin banyak pula kesempatan kerja yang bisa membantu mengurangi pengangguran di era sekarang

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam. Bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (grounded theory) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi. (Henricus Suparlan et al., 2015) Salah satu penyebab mendasar dari hal ini adalah para peneliti kualitatif gagal memahami dan menerapkan prinsip-prinsip metode ini secara benar. (Somantri, 2005) Pelaksanaan praktek kerja lapangan di Burger King di Surabaya ini berlangsung selama 3 bulan, dihitung mulai tanggal 01 februari hingga 30 mei 2022, jam kerja berdasarkan aturan dan ketentuan yang diberlakukan di perusahaan yang terbagi menjadi 2 shift untuk perempuan yaitu Opening dan Middle dan 3 shift untuk laki-laki, Opening, Middle dan Closing. Untuk 1 harinya dengan 8 jam kerja sedangkan untuk satu bulannya dengan masuk kerja total 20 hari. Penentuan lokasi tersebut

Received : June, 14, 2022
Revised : July, 21, 2022
Available online : July, 22, 2022

mempertimbangkan bahwa Burger King Surabaya merupakan sebuah perusahaan yang fokus di bidang bisnis ekonomi terbaik antar restoran cepat saji di Surabaya. Lokasi ini terletak di Jalan Jendral Basuki Rahmat No 8-12 Kedungdoro Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu banyaknya rata-rata pengunjung yang melakukan transaksi di setiap jam nya. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. (Widjoyo, 2014) maka dapat di ketahui jika banyaknya konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk serta pelayanan, maka berpengaruh juga terhadap peningkatan penjualan di restoran Burger King Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Progam magang memang sangat bermanfaat bagi mahasiswa, terutama penulis untuk mempraktikkan teori dan limu yang sudah dipelajari sebelumnya saat kuliah. Di samping hal tersebut, kerja praktek menjadikan pemikiran semakin kritis dan mampu menganalisis tugas atau pekerjaan, dan bertanggung jawab kepada

perusahaan, diri sendiri, dan atasan, sebab sesuatu yang dikerjakan penulis memberikan reputasi yang baik pada perusahaan itu. Praktik Magang memberi waktu hingga kesempatannya pada saat penulis untuk melakukan pengembangan ilmu-ilmu ekonomi yang sebelumnya belum pernah didapatkan pada kelas perkuliahan. Hasil dari penulis melakukan kegiatan magang di Burger King Surabaya atau *fast food restaurant* yang di mana memiliki bidang- bidang yang sesuai jurusan yang ditempuh penulis, contohnya mengenai pengaruh sistem pelayanan, kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di restoran cepat saji Burger King Tunjungan Plaza 1 Surabaya. aktivitas yang dilakukan serta berbagai ilmunya telah didapatkan saat kuliah, dengan demikian mempermudah penulis untuk melaksanakan tugas-tugas yang diberikan. Penulis melaksanakan kegiatan secara keseluruhan pada bidang pengaruh sistem pelayanan, kualitas produk terhadap peningkatan penjualan. Kemudian belajar membuat produk, melayani pelanggan dengan baik, dan mengamati proses transaksi jual beli di perusahaan tersebut. Untuk menyikapi dunia kerja pada waktu yang akan datang. Tidak hanya itu penulis mampu membuat gambaran atas kepribadiannya sendiri. Pelayanan terhadap

Received : June, 14, 2022
Revised : July, 21, 2022
Available online : July, 22, 2022

konsumen adalah tatanan etika yang telah kita pelajari di bangku kuliah, dalam kesempatan magang ini kita sebagai pelaku mampu mempraktikkannya. Dan membahas mengenai kualitas produk sudah tidak di ragukan lagi kalau perusahaan waralaba besar seperti Burger King pasti memilih bahan baku yang sudah teruji dengan beberapa tahap sebelum di masukkan ke dalam dry stock store yang tersebar di seluruh Indonesia. Kedua hal yaitu pelayanan serta kualitas produk adalah tombak utama dalam meningkatkan penjualan atau *sales* dari perusahaan. Jika pelayanan kita dapat di akui oleh konsumen maka secara tidak langsung akan tersebar dari mulut ke mulut dan itu adalah satu marketing terbaik. Penulis juga banyak sekali mendapat arahan kalau etika berbicara dan menghargai orang lain itu sangat dibutuhkan, karena kalau kita bersikap tulus konsumen akan hal yang sama walaupun konsumen sedang dalam suasana yang kurang baik atau produk yang kurang sesuai.

KESIMPULAN

Di hadapan dunia kerja masa depan, penulis menyimpulkan bahwa Softskill dan Hardskill akan diperlukan. Menjadi sumber daya yang kompeten membutuhkan keterampilan dalam

penyelesaian masalah, kepemimpinan, manajemen waktu, manajemen organisasi, pemikiran kritis, kerjasama tim, dan keterampilan serta etika yang sangat penting. Selain itu, memiliki keyakinan diri sangat penting di bidang ini karena kita bertemu dengan banyak karakter konsumen yang tidak bisa kita sama rata. Dalam perencanaan praktik magang kali ini penulis pasti menemukan banyak ilmu serta wawasan luas mengenai dunia kerja karena untuk masuk di salah satu restoran besar waralaba seperti Burger King jelas bukan perihalan yang mudah.

REFERENCE

- Fitria, N., Manafe, L. A., & Sari, W. C. (2021). Kualitas Produk Ditinjau Dari Persepsi Konsumen Pentol Kluwung: Si Pentol Sehat Pelangi. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 258–268. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.4535>
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882.

Received : June, 14, 2022

Revised : July, 21, 2022

Available online : July, 22, 2022

- <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.127>
- Henricus Suparlan, Marce, T. D., Purbonuswanto, W., Sumarmo, U., Syaikhudin, A., Andiyanto, T., Imam Gunawan, Yusuf, A., Nik Din, N. M. M., Abd Wahid, N., Abd Rahman, N., Osman, K., Nik Din, N. M. M., Pendidikan, I., Koerniantono2, M. E. K., Jannah, F., Stmik, S., Tangerang, R., No, J. S., ... Supendi, P. (2015). Imam Gunawan. *PEDAGOGIA: Jurnal Pendidikan*, 2(1), 59–70. <http://journal.uin-alaudidin.ac.id/index.php/sls/article/viewFile/1380/1342%0Ahttp://mpsi.um.ac.id/files/file/55-58> Berliana Henu Cahyani.pdf
- Hwang, C., & Heath, E. I. (2014). Reply to G. Procopio et al. *Journal of Clinical Oncology*, 32(27), 3083. <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jackson R.S. Weenas - *KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Romadhon, R. D., & Rachman, M. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan kualitas produk dan suasana restoran terhadap kepuasan konsumen pancious restoran cws. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 597–604. <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/3440>
- Somantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.