BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka Terkait Masalah

1. Manajemen Pelayanan

Manajemen pelayanan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap aktivitas pelayanan kepada konsumen atau pelanggan, agar tercipta kepuasan, efisiensi, dan kualitas layanan yang optimal.

Manajemen Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah organisasi dengan skala besar maupun kecil, sumber daya manusia dipandang sebagai unsur yang sangat menentukan dalam proses pengembangan organisasi karena pengembangan kualitas pelayanan akan terealisasi apabila ditunjang oleh sumber daya manusia yang berkualitas .

Manajemen Pelayanan adalah bidang yang mempelajari cara memilih dan memperoleh target pasar, mempertahankan dan mengembangkan konsumen dengan membuat, menyampaikan, dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada mereka. Keller dan Kotler Dalam (Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra, 2021).

a. Perencanaan Pelayanan

Perencanaan pelayanan adalah proses sistematis untuk menentukan tujuan layanan, merancang strategi, serta mengorganisasi sumber daya agar layanan tersebut dapat berjalan efektif, efisien, dan memenuhi kebutuhan pengguna atau masyarakat. Ini penting dalam berbagai sektor: kesehatan, pendidikan, transportasi, pemerintahan, bisnis, dan lainnya.

Sumber daya yang menggerakkan dan mengarahkan organisasi, sumber daya manusia harus selalu diperhatikan, dijaga, dipertahankan serta dikembangkan oleh organisasi manajemen sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah organisasi dengan skala besar maupun kecil, sumber daya manusia dipandang sebagai unsur yang sangat menentukan dalam proses pengembangan organisasi karena pengembangan

kualitas pelayanan akan terealisasi apabila ditunjang oleh sumber daya manusia yang berkualitas Dalam (Amin, 2022).

- Menentukan jenis layanan yang akan diberikan
- Menyusun standar kualitas pelayanan
- Menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan

b. Pengorganisasian Pelayanan

Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik. Karena dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dapat menjadi tolak ukur kesuksesan dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Pengorganisasian pelayanan pada coffee shop adalah proses mengatur semua elemen yang terlibat dalam memberikan layanan kepada pelanggan supaya berjalan efisien, konsisten, dan berkualitas. Ini penting agar pelanggan merasa puas, pelayanan cepat, dan operasional berjalan lancar.

- Mengatur siapa yang melakukan pelayanan
- Menentukan struktur kerja dan tanggung jawab karyawan
- Menyediakan fasilitas yang mendukung pelayanan.

c. Pelaksanaan Pelayanan

Dalam sebuah coffee shop, pelaksanaan pelayanan adalah proses nyata dalam memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan standar dan prosedur yang sudah diatur. Berbeda dengan proses pengorganisasian sebelumnya tentang menyusun sistem dan persiapan, pelaksanaan pelayanan adalah tindakan langsung selama beroperasi coffee shop, mulai dari kedatangan pelanggan hingga mereka selesai menikmati layanan mereka. Pengalaman pelanggan mencakup semua hal yang dialami pelanggan selama berinteraksi dengan sebuah bisnis, mulai dari awal pengetahuan mereka tentang bisnis itu, selama proses pembelian, hingga saat mereka menggunakan produk atau layanan tersebut.

- Proses langsung saat layanan diberikan kepada pelanggan

- Melibatkan sikap, keterampilan, dan kecepatan pelayanan
- Fokus pada customer experience.

d. Pengawasan dan Evaluasi

Pengawasan dalam layanan kopi adalah proses memantau, mengontrol, dan membimbing aktivitas pelayanan agar tetap berjalan sesuai dengan tujuan, standar, dan prosedur yang telah ditetapkan. Tujuan utamanya adalah mencegah kesalahan, memastikan kualitas layanan tetap tinggi, dan memberikan koreksi segera jika ada penyimpangan serta proses menilai dan menganalisis hasil pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai evaluasi. Evaluasi membantu menentukan apakah tujuan pelayanan tercapai dan apa saja yang harus diperbaiki di masa depan.

Pengawasan dan Evaluasi adalah proses untuk memastikan bahwa seluruh layanan yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan dan untuk menilai kinerja layanan untuk menentukan aspek yang sudah bagus dan aspek yang perlu diperbaiki. Pengawasan adalah pemantauan langsung terhadap aktivitas pelayanan selama operasional coffee shop dan Evaluasi Dalam jangka waktu tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan, hasil pelayanan dinilai melalui proses evaluasi, yang dimaksudkan untuk mengevaluasi seberapa baik pelayanan itu.

- Memastikan pelayanan sesuai standar
- Menerima umpan balik dari pelanggan
- Melakukan perbaikan berkelanjutan

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan,apakah kualitas pelayanan sesuai

dengan harapan atau tidak (Pasuraman,1990). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari yang diharapkan agar pelanggan tidak kecewa. Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode servqual, yaitu istilah dari *service quality* yang telah dikembangkan oleh Dalam (Manajemen & Malang, n.d.)

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyaji layanan. Apabila kenyataan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan apabila kenyataan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu.

Model SERVQUAL dibangun di atas konsep "gap" atau kesenjangan, yang merupakan perbedaan antara **harapan pelanggan** (expected service) dan **persepsi pelanggan** (perceived service) terhadap layanan yang diterima. Kualitas layanan dianggap baik jika persepsi pelanggan melebihi atau sesuai dengan harapannya (gap positif), dan dianggap buruk jika persepsi lebih rendah dari harapannya (gap negatif).

Menurut model SERVQUAL dari Parasuraman, kualitas pelayanan coffee shop dapat dinilai baik jika mampu memenuhi dimensi di atas secara konsisten. Coffee shop yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan layanan, keandalan produk, keramahan staf, dan perhatian personal kepada pelanggan akan membangun kepuasan serta loyalitas yang tinggi.

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyaji layanan. Apabila kenyataan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan apabila kenyataan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu Dalam (Manajemen & Malang, n.d.).

Pelanggan yang loyal mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan, karena loyalitas seorang pelanggan bisa meningkatkan laba dan mempertahankan eksistensi sebuah

perusahaan (Hurriyati, 2008). Loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, dan pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten .

Kualitas layanan (Service Quality), didefinisikan sebagai perbandingan dari kualitas yang diterima pelanggan (perceivedquality), setelah klien menerima layanan dengan kualitas yang diharapkan(diharapkan).

Artinya, keinginan pelanggan akan berkurang jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan. Ada perbedaan antara layanan yang diterima dan yang diharapkan yang menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Menurut (Lubis & Andayani, 2018) Persepsi pelanggan terhadap perbedaan antara layanan yang diterima dan layanan yang diberikan disebut kualitas layanan yang diantisipasi., kualitas layanan adalah apa yang diharapkan pelanggan tentang layanan, yang dipengaruhi secara internal oleh kebutuhan dan pengalaman pelanggan masa lalu, dan secara eksternal oleh komunikasi dari mulut ke mulut. Persepsi pelanggan tentang kualitas layanan tergantung pada apa yang mereka lihat tentang kinerja layanan saat ini dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan dari kinerja layanan yang seharusnya.

Pada lima dimensi servqual, reliabilitas dianggap paling penting oleh pelanggan,diikuti oleh responsivitas. Assurance, Empathy, and Sensitive. Kualitas layanan diukur melalui lima dimensi Servqual, yaitu keandalan (reliability), tanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kualitas layanan diukur melalui persepsi dan perbandingan pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima dibandingkan dengan layanan yang diharapkan.

Kualitas layanan ini membuat orang yang sudah datang mengantri lebih lama karena penulis dan pemilik bisnis mengevaluasinya. Pelanggan juga tidak perlu khawatir untuk menunggu lama untuk memilih menu karena sudah ditempelkan di setiap meja oleh karena itu tujuang pembuatan Barcode Menu sangat berpengaruh baik dalam lisan maupun tulisan

Menurut (Sandra & Prawoto, 2024) Cara pelanggan melihat manfaat produk berdasarkan harganya disebut persepsi harga. Persepsi harga memengaruhi perilaku mereka, sehingga lebih penting daripada kenyataan. Karena persepsi setiap orang berbeda, tidak peduli apakah suatu produk dianggap mahal atau tidak. Persepsi harga produk yang dibuat oleh perusahaan untuk pelanggan, yang akan membantu kesuksesan dan keberhasilan perusahaan Persepsi harga produk adalah komponen strategi pemasaran yang harus dipertimbangkan.

a. Fungsi Kualitas Pelayan

Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan.

Fungsi kualitas pelayanan yakni untuk memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas oleh karena itu (Wyckof) mengemukakan yaitu ;

- Reliabilitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan memuaskan, mulai dari kecepatan dalam melayani, standar pelayanan yang jelas, dan kemampuan perusahaan untuk menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- Responsiveness adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif seperti merespon sangat baik pelanggan dengan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat serta melayani dalam waktu yang tepat dan mendengarkan keluhan pelanggan

- Assurance Memberikan pengetahuan dan kesopanan kepada karyawan perusahaan serta jaminan tepat waktu dalam pelayanan dan jaminan legalitas
- Attention adalah kemudahan membangun hubungan komunikasi baik perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan pelanggan serta melayani sopan santu dan ramah-tamah kepada seluruh pelanggan dengan tidak melayani secara diskriminatif.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan konsumen adalah memberikan nilai konsumen yang tinggi.

Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak positif bagi suatu perusahaan tersebut, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas konsumen dan reputasi coffee shop tersebut akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan konsumen dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Baik menurut Hermawan maupun Ramadhan, kepuasan konsumen pada coffee shop sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan kenyataan, serta bagaimana coffee shop dapat menciptakan pengalaman menyeluruh yang positif bukan hanya menjual kopi, tetapi menawarkan tempat yang memberi nilai emosional dan sosial bagi konsumennya.

B. Tinjauan Pustaka Terkait Karya

1. Teknologi Pelayanan

Layanan Sistem dan Teknologi Informasi (STI) merupakan sebuah layanan yang memanfaatkan kegunaan dari *software, hardware*, dan fasilitas komunikasi yang mendukung akses informasi kepada pelanggan dalam proses bisnis melalui penciptaan, manajemen, dan optimalisasi (OGC, 2011). tentang layanan STI yang merupakan suatu komposit terpadu yang terdiri dari sejumlah komponen, seperti proses manajemen, *hardware*, *software*, fasilitas, dan orang yang menyediakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan manajemen Dalam (Pipit Muliyah, Wahyuni Sitepu, 2020)

Salah satu teknik rekayasa perangkat lunak adalah metode prototipe yang secara langsung menunjukkan bagaimana sebelum tahapan real dimulai, perangkat lunak atau bagian dari perangkat lunak akan bekerja dalam lingkungannya. Model prototipe digunakan untuk menilai gambaran yang akan datang. Ini membedakan dua fungsi eksplorasi dan demonstrasi pengembangan dalam perancangan sistem. Penulis menggunakan tiga tahap siklus pengembangan model prototipe dalam implementasinya Dalam (Alfian Zuhdi et al., 2024).

Manfaat (STI) Menurut kamus IT, teknologi informasi merupakan pengolahan, penyimpanan dan penyebaran vokal, informasi bergambar, teks dan numerik oleh mikroelektronika berbasis kombinasi komputasi dan telekomunikasi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini menuntut para ahli pengembang teknologi informasi bekerja dengan cepat dan kreatif. Mereka harus mampu menyediakan pelayanan berbagai macam aplikasi yang dibutuhkan user dalam berbagai bidang dan kebutuhan yang beragam. Untuk mencapai hal itu tidak lah mudah, karena dibutuhkan pengetahuan dan skill yang bagus dari setiap programer nya.

2. Bentuk Teknologi Layanan
    a. Self-Service Technology (SST)

Teknologi yang memungkinkan pelanggan melakukan layanan sendiri tanpa interaksi langsung dengan karyawan.

Contoh:

- Kios digital untuk pemesanan makanan/minuman (di restoran/cafe cepat saji)
- Seperti di tempat makanan cepat saji yang tidak lagi menggunakan menu fisik
- Check-in mandiri di bandara/hotel
- QR code menu di coffee shop

Manfaat:

- Mengurangi antrean
- Meningkatkan kecepatan layanan
- Memberi kontrol lebih kepada pelanggan

b. Customer Relationship Management (CRM) Software

Sistem yang digunakan untuk mengelola hubungan dan interaksi perusahaan dengan pelanggan saat ini maupun potensial.

Contoh:

- Salesforce, HubSpot, Zoho CRM
- Sistem loyalty program otomatis

Manfaat:

- Menyimpan data pelanggan
- Mempersonalisasi layanan
- Meningkatkan retensi pelanggan

c. Mobile Apps & Web-Based Service

Aplikasi seluler atau layanan berbasis web yang memungkinkan pelanggan mengakses layanan secara fleksibel dan instan.

Contoh:

- Aplikasi pemesanan makanan (GoFood, GrabFood)
- Aplikasi perbankan digital
- Aplikasi reservasi hotel (Traveloka, Agoda)

Manfaat:

- Kemudahan akses kapan pun, di mana pun
- Proses cepat dan transparan

d. Barcode & QR Code

Kode digital yang dapat dipindai untuk menampilkan informasi, mengakses menu, melakukan pembayaran, dan lain-lain.

Contoh:

- QR code menu di restoran
- QR code pembayaran (OVO, GoPay, DANA)
- Barcode label di rumah sakit

Manfaat:

- Efisiensi informasi
- Minim kontak langsung
- Pengurangan biaya cetak fisik

3. Pengembangan Teknologi Layanan Salah Satunya Barcode Menu

Barcode Menu adalah kode yang dapat dipindai oleh pelanggan menggunakan perangkat mereka untuk mengakses daftar menu secara digital. Biasanya, ini berbentuk QR Code yang dapat dibuka melalui browser atau aplikasi tertentu. QR Code adalah jenis barcode dua dimensi yang paling umum digunakan dalam menu digital, dengan kapasitas data yang besar. QR Code dapat menyimpan link ke menu online, gambar, dan informasi lainnya.

Perkembangan teknologi pada saat ini sangatlah cepat dalam perkembangannya, kita banyak dimudahkan dalam melakukan berbagai hal yang berhubungan dengan teknologi. Teknologi sendiri juga sudah merambah diberbagai aspek kehidupan mulai dari ekonomi, social, serta Pendidikan sehingga segala sesuatunya.

Paper ini membahas pembuatan dan penerapan sistem pemesanan menu Di Atap Coffee berbasis website untuk mengatasi antrian ketika customer melakukan pemesanan menu dan memudahkan pemilik usaha coffee shop dalam transaksi. Hasil presentasi sistem pemesanan menu berbasis website yang dibuat menunjukkan bahwa sistem ini dapat dipakai untuk mengatasi masalah tersebut. Sistem pemesanan menu berbasis website yang dibuat pada penelitian ini dapat memberikan kemudahan pada sistem transaksi yang sudah

dilakukan, data tersebut berisikan daftar makanan, daftar minuman, informasi meja, dan transaksi yang dilakukan oleh user. Data ini dapat diakses dengan melakukan scan QR pada meja Di Atap yang kemudian akan diteruskan ke website tersebut.

Manfaat barcode menu (biasanya berupa QR code menu) sangat banyak, terutama di era digital seperti sekarang. Berikut adalah manfaat utamanya:

Manfaat Barcode Menu untuk Pelanggan:

Praktis dan Pelanggan cukup scan barcode, langsung bisa lihat menu di HP tanpa perlu menunggu buku menu fisik.

1. Lebih Higienis Tidak perlu menyentuh menu yang digunakan banyak orang cocok untuk menjaga kebersihan, apalagi pasca pandemi.
2. Interaktif dan LengkapBisa menampilkan gambar makanan, deskripsi, harga, bahkan video atau review — lebih informatif dari menu cetak.
3. Selalu Update Menu digital bisa diubah kapan saja (harga, promo, atau ketersediaan menu), jadi info yang ditampilkan selalu akurat.

Manfaat Barcode Menu untuk Pemilik Usaha (Restoran/Coffee Shop):

1. Menghemat Biaya Cetak Tidak perlu mencetak ulang menu saat ada perubahan harga/menu — cukup update versi digitalnya.
2. Meningkatkan efisiensi pelanggan bisa langsung lihat dan pesan, mengurangi beban pelayan/kasir.
3. Data dana nalitik Bisa dilacak: menu mana yang paling sering dibuka, pesanan favorit, waktu kunjungan terbanyak, dll (jika sistemnya mendukung).
4. Meningkatkan Citra Modern dan Profesional Memberikan kesan bahwa bisnis kamu up to date, efisien, dan peduli pada pengalaman pelanggan.

   Contoh Penggunaannya**:**

- Di meja pelanggan → tempel QR code
- Di kasir atau pintu masuk

- Bisa juga dikirim lewat WhatsApp, media sosial, atau ditaruh di website

C. Penelitian Terdahulu

Permasalahan pengembangan kualitas pelayanan pembuatan Barcode Menu juga dialami oleh penelitian terdahulu.

1) Pengaruh kemudahan dan kemanfaatan Menu kris terhadap kualitas layanan kopi shop atau UMKM

Perkembangan UMKM saat ini khususnya disektor kopi shop sebagai salah satu bentuk yang populer dikalangan atau tua merupakan sektor yang sangat potensial untuk memanfaatkan teknologi digital seperti kris menu menggunakan kris tidak hanya untuk sebatas pada aspek pembayaran tetapi juga membuka peluang bagi kopi shop untuk mengembangkan model bisnis yang lebih inovatif dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Permasalahannya adalah ketika restoran maupun cafe memiliki pelanggan yang datang bersamaan di waktu yang sama. Maka akan terjadi penumpukan antrian pelanggan. Tak jarang, antrian tersebut menyebabkan kekesalan pelanggan karena lamanya waktu menunggu. Sehingga menyebabkan pelanggan tersebut pulang atau mencari restoran maupun kafe lain yang menyediakan menu sejenis.

Permasalahan tersebut dapat berupa sering terjadi kesalahan pemesanan menu pelanggan serta lamanya waktu tunggu pelanggan untuk mendapatkan makanan tersebut dikarenakan kurangnya efisiensi serta efektifisasi pelayanan restoran maupun kafe ketika melayani pelanggan Dalam (Suharianto et al., 2020).

2) Implementasi QR Code untuk efisiensi waktu pemesanan menu makanan dan minuman terhadap di cafe cosy

Kode QR atau (Quick Response) adalah jenis kode batang matriks atau kode dua dimensi yang dapat menyimpan informasi data dan dirancang untuk diibca oleh telepon pintar

yang menunjukkan bahwa isi kode harus di terjemahkan dengan cepat serta kecepatan tinggi. Kode terdiri dari mode hitam yang disusun dalam pola persegi pada latar belakang putih, informasi yang disandingkan merupakan berupa teks,URL atau data lainnya.

Permasalahan lainnya juga dirasakan oleh cozy coffee yang ada di Kota makassar, Jl. Andi Mapanyukki. Cafe tersebut merasakan permasalahan ketika pelanggan berkumpul di waktu yang sama, sering kali mengakibatkan kekurangan buku menu. Hal ini menambah waktu tunggu pelanggan untuk mendapatkan menu, yang berdampak pada efisiensi dan efektivitas pelayanan di kafe. Buku menu yang digunakan di Cozy Coffee adalah menu cetak, yang juga berpotensi menjadi sumber limbah kertas yang tidak ramah lingkungan, dan hal ini tentu mempengaruhi kualitas pelayanan di restoran Dalam (Surya & Sancoko, 2024).

Kedua penelitian ini juga mengalami masalah pada lokasi bisnisnya karena menunya yang kurang banyak sehingga membuat antrian yang panjang, sehingga konsumen merasa tidak nyaman saat berada di coffee tersebut.

D. Kerangka Pikir

Gambar 1 Kerangka Pikir

