

# ANALISIS PEMANFAATAN KODE QUICK RESPONSE DALAM MENINGKATKAN OPERASIONAL PELAYANAN DI RESTAURANT GRAND KARTIKA KOTA GUNUNGSITOLI

*by Zalukhu Bazaro*

---

**Submission date:** 04-Oct-2023 11:24PM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2186105592

**File name:** Skripsi\_-\_Bazaro\_Zalukhu.docx (208.08K)

**Word count:** 12847

**Character count:** 85564

**ANALISIS PEMANFAATAN KODE QUICK RESPONSE DALAM  
MENINGKATKAN OPERASIONAL PELAYANAN DI RESTAURANT  
GRAND KARTIKA KOTA GUNUNGSITOLI**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**BAZARO ZALUKHU  
NIM 2319075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NIAS  
2023**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu unsur yang penting dan perlu mendapat perhatian dalam dunia usaha adalah keberadaan konsumen. Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang tersedia. Para konsumen pasti akan mencari produk produk barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya, sehingga dapat memuaskan dirinya. Seorang konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang atau jasa, tentu mempunyai beberapa pertimbangan. Memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran (Simamora, 2018).

Salah satu dunia usaha yang bersentuhan langsung dengan konsumen adalah restoran atau rumah makan. Restoran adalah unit usaha yang inti bisnisnya yakni menjual makanan dan minuman kepada konsumen individu maupun kelompok, dimana didalamnya dipekerjakan beberapa pegawai atau karyawan, unik dan lezat merupakan kunci penting untuk membangun sebuah bisnis restoran yang segar sehingga bisnis restoran digemari oleh para konsumen. Beragam restoran yang telah ada saat ini, saling berlomba-lomba untuk memberikan keunikan tersendiri bagi para konsumen mereka, mulai dari keunikan rasa sampai dengan keunikan konsep restoran.

Menurut Lillicrap dan Cousins (2017), jika ditinjau dari tujuannya, restoran berbeda dengan popular catering yang termasuk cafe, steak house atau coffee shops. Tujuan restoran adalah menyajikan makanan dan minuman dengan harga yang relatif tinggi dengan memberikan pelayanan berstandar tinggi. Tujuan dari popular catering adalah menyajikan makanan dengan harga relatif rendah yang disertai dengan pelayanan yang berstandar sedang.

Selain restoran dan *popular catering*, terdapat pula restoran siap saji. Restoran siap saji didefinisikan sebagai restoran yang menyajikan makanan yang dipesan pelanggan dengan cepat pada saat makanan tersebut dipesan

dan restoran jenis ini sering disebut sebagai fast food restaurant (Wikipedia, 2018).

Saat ini, restoran tidak hanya dijadikan tempat untuk bersantap saja. Makan di restoran juga dijadikan sebagai sarana untuk berkumpul dan bersosialisasi, dijadikan sebagai tempat untuk menggelar rapat atau sebagai tempat pertemuan dengan rekan bisnis. Restoran melihat keadaan ini sebagai peluang untuk membuat bisnis mereka menjadi lebih berkembang. Oleh karena itu, restoran saat ini tidak hanya menawarkan makanan yang lezat saja, tetapi mereka juga menawarkan berbagai macam keuntungan dan fasilitas lainnya seperti suasana yang nyaman dan santai. Untuk dapat membuat konsumen lebih lama berada di restoran, ditambahkan fasilitas penggunaan internet gratis bagi para konsumen.

Menurut Durianto dalam Suryadi (2016), pada tahun 2018 industri makanan serta restoran dan fast food tetap akan mengalami pertumbuhan yaitu sebesar 30-40% (industri makanan) dan sebesar 20% (restoran dan *fast food*).

Pulau Nias juga memiliki beberapa restoran yang di kenal dengan kelezatan makanan dengan menu makanan yang bervariasi, salah satunya adalah Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli, di Jln. Gomo Nomor 30 Asrama Kodim 0213 Nias, Kec. Gunungsitoli Kota Gunungsitoli Provinsi Sumatera Utara. Restaurant Grand Kartika ini adalah Restaurant yang pertama di Kota Gunungsitoli, yang didirikan pada tahun 2011, dimana restoran ini sangat di kenal oleh kalangan banyak orang dengan pelayanan yang baik yang di berikan oleh karyawan di restoran tersebut. dengan perkembangan teknologi di era digital, mempermudah Restaurant Grand Kartika dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan terutama dalam melakukan pembayaran belanjanya tanpa harus membayar dengan cash dan menunggu antrian.

Pramusaji adalah petugas yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melayani kebutuhan makanan dan minuman bagi para tamu secara profesional. Pelayanan makanan dan minuman di Restaurant tersedia hanya pada waktu lunch dan dinner. Pelayan saat melayani tamu yaitu dengan

senyum serta mengucapkan salam, menawarkan bantuan akan menjadi First Impression bagi tamu yang berkunjung. Pelayanan makanan dan minuman yang berkualitas dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh restaurant sangat berpengaruh penting bagi kepuasan tamu, karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan oleh tamu sesuai dengan yang diberikan oleh pramusaji (*waiter* atau *waiters*).

*Waiter* atau *waitress* harus memiliki keterampilan dalam memberikan pelayanan kepada tamu, yaitu kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan serta keterampilan tersebut perlu dikembangkan lebih luas lagi sehingga kualitas pelayanan kepada tamu dapat ditingkatkan. Oleh karena itu pramusaji sangat berperan dalam meningkatkan pelayanan dalam kelancaran operasional dan meminimalisir adanya guest complain, dalam hal ini pelayanan di Restaurant Grand Kartika belum optimal.

Dengan adanya pelayanan yang baik maka akan membuat keinginan dan harapan konsumen sesuai dengan yang diinginkan konsumen tersebut. Dampak dari kesesuaian harapan yang diberikan maka akan membuat konsumen menjadi puas dan bersedia untuk datang kembali dan yang terpenting adalah mereka menjadi konsumen tetap. Citra restoran sangat penting bagi restoran karena merupakan kesan yang terbentuk dari konsumen terhadap restoran tersebut.

Maka dari itu munculah solusi atau ide yang dapat memudahkan restoran dalam bentuk pelayanan khususnya dalam pemesanan makanan dengan pemanfaatan dan bantuan teknologi kode QR yang terhubung langsung dengan android, pemesanan makanan dilakukan dengan cara mengaktifkan aplikasi restoran dan melakukan pemesanan makanan dengan bantuan sistem scan QR kode yang telah disediakan disetiap meja dan menambahkan fitur estimasi waktu pemesanan makanan, sehingga konsumen dapat melihat estimasi waktu ketika telah memesan makanan pada restoran tersebut. Kode QR atau Quick Response Code merupakan gambar dua dimensi yang memiliki kemampuan untuk menyimpan data. Adapun fungsinya untuk menyimpan data berupa teks, baik numerik, alfanumerik, maupun kode biner yang merupakan bagian dari kode tersebut. Kode QR ini

dapat digunakan untuk membantu memudahkan kita disegala bidang seperti penjualan barang, pencarian barang dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, maka pada tugas akhir ini akan dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli**” yang diharapkan mampu memudahkan, memberikan layanan informasi, serta meningkatkan pelayanan pada suatu restoran dengan menggunakan aplikasi dengan bantuan kode QR yang berbasis android.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Untuk memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian, dan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti dalam pembahasan usulan penelitian ini, maka diperlukan pembatasan masalah yang diteliti.

Menurut Spradley (dalam Sugiyono, 2018:275), bahwa fokus adalah domain tunggal ataupun beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer”.

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mempermudah dalam melakukan pembahasan, maka perlu dibatasi permasalahan, fokus penelitian yang dibahas dalam penelitian ini yaitu: “Pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli”

## **1.3 Rumusan Masalah**

Masalah dapat diartikan sebagai suatu kesenjangan atau perbedaan antara hasil yang diinginkan dengan kenyataan yang diperoleh. Dengan mengetahui permasalahan, maka tindakan yang diambil tepat dan tidak menyimpang dari persoalan yang terjadi.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?"
2. Apakah implementasi pemanfaatan kode *Quick Response* dalam meningkatkan operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli sudah efektif ?"
3. Strategi-strategi apa saja yang digunakan untuk meningkatkan pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?"

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui implementasi pemanfaatan kode *Quick Response* dalam meningkatkan operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli sudah efektif atau tidak.
3. Untuk mengetahui strategi-strategi yang digunakan dalam meningkatkan pemanfaatan Kode *Quick Response* Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli.

#### **1.5 Kegunaan Hasil Penelitian**

Disamping adanya tujuan yang diinginkan dalam pelaksanaan penelitian ini, maka dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan memberikan manfaat kepada peneliti baik secara teoritis maupun praktis, sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu dan menjadi bahan referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lanjutan atau penelitian serupa terkait Analisis Pemanfaatan Kode QR dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang perbandingan antara kondisi objektif di lapangan dan teori-teori yang telah dipelajari sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan teknologi, mengenal dan memahami lebih jauh kegunaan dari perkembangan perangkat lunak.

#### **2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias**

Bagi Universitas Nias penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan reputasi kampus. Penelitian yang inovatif, relevan, dan berkualitas tinggi dapat menghasilkan temuan atau kontribusi pengetahuan yang berdampak, membuat kampus diakui sebagai pusat keunggulan dalam bidang tertentu.

#### **3. Bagi Lokasi Penelitian (Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli)**

Menjadi pedoman untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Teknologi Berbasis Android Dalam Menggunakan Kode QR untuk Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan.

#### **4. Bagi peneliti selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi ilmiah tambahan bagi para peneliti selanjutnya dengan menggunakan variabel yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lain terkait dengan Penggunaan Teknologi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Quick Response*

#### 2.1.1 *Pengertian Quick Response*

*Quick Response Code* atau yang biasa disebut dengan QR Code merupakan sebuah barcode dua dimensi yang diperkenalkan oleh Perusahaan Jepang Denso Wave pada tahun 1994. Jenis barcode ini awalnya digunakan untuk pendataan inventaris produksi suku cadang kendaraan dan sekarang sudah digunakan dalam berbagai bidang layanan bisnis dan jasa untuk aktivitas marketing dan promosi. Pada dasarnya bahwa QR Code dikembangkan sebagai suatu kode yang memungkinkan isinya untuk dapat diterjemahkan dengan kecepatan tinggi (Rouillard, 2018: 50).

Keunggulan dari QR Code adalah mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal. Oleh karena itu, QR Code dapat menampung informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan barcode satu dimensi. Saat ini, untuk penggunaan QR Code telah banyak diimplementasikan.

Menurut Ramlall (2019: 97), *Quick Response* adalah kemampuan organisasi untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap perubahan lingkungan eksternal atau permintaan pelanggan. Hal ini melibatkan kecepatan dalam mengidentifikasi perubahan, mengambil tindakan yang diperlukan, dan memberikan solusi yang tepat waktu.

Menurut Wanke et al., (2018: 137), *Quick Response* adalah kemampuan suatu sistem atau organisasi untuk mengurangi waktu respon terhadap permintaan pelanggan, termasuk dalam hal pengadaan, produksi, distribusi, dan pelayanan. Tujuannya adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat, efisien, dan akurat.

Menurut Simatupang dan Sridharan (2019: 39), *Quick Response* adalah pendekatan atau strategi yang digunakan dalam rantai pasok untuk meningkatkan responsivitas terhadap permintaan pelanggan dengan mengurangi waktu siklus, waktu pengisian ulang, dan waktu pengiriman. Ini melibatkan kolaborasi erat antara semua pihak yang terlibat dalam rantai pasok, termasuk pemasok, produsen, distributor, dan pengecer.

Menurut Gunasekaran et al. (2020: 59), *Quick Response* adalah filosofi manajemen yang bertujuan untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar dan permintaan pelanggan. Ini melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih, analisis data real-time, serta pengambilan keputusan yang cepat dan tepat guna mencapai keunggulan kompetitif.

Secara umum, *quick response* mengacu pada kemampuan suatu organisasi atau sistem untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan, permintaan, atau tantangan yang muncul. Hal ini melibatkan penggunaan strategi, proses, dan teknologi yang efektif guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat, efisien, dan akurat.

### 2.1.2 Kode *Quick Response*

Kode QR atau (*Quick Response Code*) merupakan salah satu bentuk enkripsi data yang dicetuskan pertama kali oleh Denso Wave yaitu sebuah perusahaan jepang dan dipublikasikan pada tahun 1994 (Wave, 2011). Kode QR berupa gambar dua dimensi (2D) awalnya diusulkan untuk digunakan pada industry manufacture, mobile marketing, perusahaan retailing dan juga digunakan untuk pelacakan kendaraan dibagian manufaktur, namun sekarang kode QR ini sudah digunakan dalam berbagai konteks untuk mempermudah pekerjaan manusia didunia. Informasi yang ada di dalam sebuah kode QR bermacam-macam tergantung keinginan pengguna, misalnya pada situs-situs di internet biasanya kode QR berisi link download atau

link kesuatu situs tertentu. Smartphone yang memiliki fitur pemindaian kode QR bias langsung download atau mengunjungi link tersebut dengan mudah. Penggunaanya hanya perlu mengarahkan pemindaian yang ada di smartphone ke arah kode QR yang ada.

Perkembangan teknologi smartphone membuat penggunaan kode QR semakin meluas dan digunakan dalam enkripsi kode passport, visa dan Id card (Trujillo, 2012). Sosialisasi produk dan iklan mobile, termasuk link Web maskapai boarding pass (Wave, 2011). Memfasilitasi inventory control, penataan saham, dan *checkout* (Mostafa, 2015). Dan sebagai langkah-langkah yang efisien dan efektif menghubungkan perusahaan dengan pelanggan maka kode QR dapat discan oleh ponsel, kemudian terhubung dengan web dan tentunya menyediakan konten pengguna akhir.

### 2.1.3 Bentuk Layanan Quick response

Menurut Simatupang dan Sridharan (2019: 95), ada beberapa bentuk layanan *quick response* dapat bervariasi tergantung pada konteks dan jenis organisasi yang terlibat. Berikut adalah beberapa bentuk layanan *quick response*, yaitu:

1. Respons Cepat terhadap Pertanyaan dan Komunikasi Pelanggan

Layanan *quick response* melibatkan memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan, permintaan informasi, atau komunikasi yang diterima dari pelanggan. Ini bisa dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti email, telepon, obrolan langsung, atau media sosial. Kecepatan dalam memberikan tanggapan dan solusi yang memadai adalah kunci dari layanan ini.

2. Penanganan Komplain dengan Segera

Layanan *quick response* juga berfokus pada penanganan komplain pelanggan dengan segera.

Organisasi harus memiliki proses yang efisien untuk menerima, mencatat, dan menyelesaikan keluhan dengan cepat. Hal ini melibatkan pendekatan yang proaktif dan keterlibatan tim yang terlatih untuk memahami masalah pelanggan, mengambil tindakan perbaikan, dan memberikan solusi yang memuaskan.

### 3. Pengiriman Barang dan Layanan yang Cepat

Dalam konteks *e-commerce* atau bisnis ritel, *quick response* berarti mengoptimalkan proses pengiriman barang dan layanan kepada pelanggan. Ini melibatkan pemenuhan pesanan dengan cepat, pengiriman yang tepat waktu, serta memberikan informasi yang akurat tentang status pengiriman kepada pelanggan.

### 4. Peningkatan Proses Operasional yang Responsif

*Quick response* juga mencakup perbaikan proses operasional yang responsif dalam organisasi. Ini termasuk mengurangi waktu siklus produksi, mempercepat proses pengadaan dan persediaan, serta meningkatkan koordinasi dengan pemasok dan mitra bisnis untuk merespons perubahan permintaan dengan cepat.

### 5. Layanan Pelanggan 24/7

Dalam beberapa industri, *quick response* berarti menyediakan layanan pelanggan yang tersedia 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Ini dapat berupa pusat panggilan atau dukungan teknis yang siap menerima panggilan atau permintaan bantuan kapan saja, sehingga pelanggan dapat mendapatkan respons dan bantuan sesuai kebutuhan mereka.

Bentuk layanan *quick response* akan berbeda-beda tergantung pada industri, ukuran organisasi, dan preferensi pelanggan. Yang penting adalah kesadaran akan urgensi respons yang cepat dan

penerapan strategi dan proses yang sesuai untuk memastikan layanan yang responsif dan memuaskan bagi pelanggan.

#### 2.1.4 <sup>1</sup> Aplikasi

Aplikasi adalah suatu sub kelas perangkat lunak komputer yang memanfaatkan kemampuan komputer langsung untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna. Biasanya dibandingkan dengan perangkat lunak sistem yang mengintegrasikan berbagai kemampuan komputer, tapi tidak secara langsung menerapkan kemampuan tersebut untuk mengerjakan suatu tugas yang menguntungkan pengguna. Aplikasi pada umumnya digunakan untuk mengontrol perangkat keras (*device driver*), melakukan proses perhitungan, dan berinteraksi dengan aplikasi yang lebih mendasar lainnya, seperti sistem operasi dan bahasa pemrograman. Secara umum aplikasi dapat dibagi menjadi 3 tingkatan, yaitu tingkatan program aplikasi, tingkatan sistem operasi (*microsoft windows*) dan tingkatan bahasa pemrograman. Contoh utama perangkat lunak aplikasi adalah pengolah kata (*sticky notes*), lembar kerja (*microsoft office*), dan pemutar media. Beberapa aplikasi yang digabung bersama menjadi suatu paket kadang disebut sebagai suatu paket atau suite aplikasi (*application suite*) (Safaat, 2012).

#### 2.1.5 Indikator *Quick Response*

Menurut R. Herlambang (2021: 83), ada beberapa indikator layanan *Quick Response* (QR), sebagai berikut:

1. Waktu Respons (*Response Time*)

Indikator ini mengukur lamanya waktu yang dibutuhkan untuk memberikan respons atau jawaban setelah pemindaian QR code dilakukan oleh pengguna. Semakin cepat waktu respons, semakin baik kualitas layanan QR.

2. Tingkat Keberhasilan (*Success Rate*)

Indikator ini menunjukkan persentase QR code yang berhasil diproses dengan benar dan memberikan informasi yang relevan atau akses ke layanan yang dimaksud. Tingkat keberhasilan yang tinggi menunjukkan layanan QR yang handal.

3. Ketersediaan (*Availability*)

Indikator ini mengukur seberapa sering QR code dan layanan yang terkait tersedia bagi pengguna. Layanan QR yang selalu tersedia meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna.

4. Kesesuaian Informasi (*Information Accuracy*)

Indikator ini menilai keakuratan informasi yang disediakan melalui QR code. Layanan QR yang memberikan informasi yang akurat akan memperkuat kepercayaan pengguna.

5. Penggunaan QR Code (*QR Code Usage*)

Indikator ini mengukur seberapa sering QR code digunakan atau dipindai oleh pengguna. Tingkat penggunaan yang tinggi menunjukkan adopsi dan popularitas layanan QR.

6. Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)

Indikator ini memperkirakan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan QR yang mereka gunakan. Survei kepuasan pengguna dapat dilakukan untuk mengumpulkan informasi ini.

7. Kegunaan (*Usability*)

Indikator ini menilai seberapa mudah dan nyaman penggunaan layanan QR bagi pengguna akhir. Semakin mudah digunakan, semakin tinggi kegunaannya. Indikator ini mengukur jumlah QR code yang aktif dan tersedia untuk pengguna. Jumlah

yang cukup besar menandakan ketersediaan layanan yang luas.

#### 8. Tingkat Penerimaan (*Acceptance Rate*)

Indikator ini mengukur seberapa banyak orang yang menerima dan menggunakan QR code untuk mengakses layanan atau informasi tertentu.

## 2.2 Operasional Pelayanan Pelanggan

### 2.2.1 Layanan

Menurut Kotler (2018) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler (2018) karakteristik jasa pelayanan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intangible* (tidak terwujud) Suatu jasa memiliki sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
3. *Variability* (bervariasi) Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
4. *Perishability* (tidak tahan lama) Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

## 2.2.2 <sup>5</sup> Pelanggan

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2018:49) Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan perusahaan bisnis.” Menurut Haryono Budi (2019:24) “Pelanggan adalah individu atau organisasi yang sudah efektif melakukan pembelian”.

Definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (performance) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Dengan kata lain, pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Oleh karena pelanggan ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi kepuasan.

## 2.2.3 Jenis-Jenis Pelanggan

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2018: 49), secara garis besar terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu:

### 1. Pelanggan Internal

Pelanggan Internal (*internal customer*) adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.

### 2. Pelanggan Perantara

Pelanggan Perantara (*intermediate customer*) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti

agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara.

### 3. Pelanggan Eksternal

Pelanggan Eksternal (*external customer*) adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

## 2.2.4 Aspek-Aspek Pelayanan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2022), pelayanan terhadap pelanggan memiliki tiga aspek utama, yaitu sebagai berikut:

### 1. *Personalized*

Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati kepada pelanggan secara personal, yaitu dengan cara menyebut nama pelanggan pada waktu berhubungan sambil tersenyum.

### 2. *Memorable*

Memberikan pelayanan yang akan selalu dikenang oleh pelanggan. Misalnya dengan cepat tanggap membantu permasalahan pelanggan. Memberikan pelayanan yang akan selalu dikenang tidak harus mahal, bisa berupa pelayanan kecil tetapi memberikan makna yang sangat besar. Misalnya, memberi perhatian secara khusus kepada pelanggan tersebut.

### 3. *Timely*

Saat ini bukan zaman memberikan pelayanan yang lambat kepada pelanggan. Pelanggan yang menggunakan produk atau jasa perusahaan adalah pelanggan yang sibuk dan istimewa. Jadi perusahaan sudah seharusnya memberikan pelayanan yang

terbaik dan secepat mungkin kepada orang-orang yang istimewa tersebut.

### 2.2.5 Karakteristik Pelayanan Pelanggan

Menurut Fitzsimmons (2019), pelayanan pelanggan memiliki beberapa ciri atau karakteristik, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan  
Kehadiran pelanggan sebagai partisipan dalam proses pelayanan membutuhkan sebuah perhatian untuk mendesain fasilitas. Kondisi yang demikian tidak ditemukan pada perusahaan manufaktur yang tradisional. Kehadiran secara fisik pelanggan di sekitar fasilitas pelayanan tidak dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur.
2. Kejadian pada waktu yang bersamaan (*Simultaneity*)  
Fakta bahwa pelayanan dibuat untuk digunakan secara bersamaan, sehingga pelayanan tidak disimpan. Ketidakmampuan untuk menyimpan pelayanan ini menghalangi penggunaan strategi manufaktur tradisional dalam melakukan penyimpanan untuk mengantisipasi fluktuasi permintaan.
3. Pelayanan langsung digunakan dan habis (*Service Perishability*)  
Pelayanan merupakan komoditas yang cepat habis. Hal ini dapat dilihat pada tempat duduk pesawat yang habis, tidak muatnya ruangan rumah sakit atau hotel. Pada masing-masing kasus telah menyebabkan kehilangan peluang.
4. Tidak berwujud (*Intangibility*)  
Pelayanan adalah produk pikiran yang berupa ide dan konsep. Oleh karena itu, inovasi pelayanan tidak bisa

dipatenkan. Untuk mempertahankan keuntungan dari konsep pelayanan yang baru, perusahaan harus melakukan perluasan secepatnya dan mendahului pesaing.

#### 5. Beragam (*Heterogenity*)

Kombinasi dari sifat tidak berwujud pelayanan dan pelanggan sebagai partisipan dalam penyampaian sistem pelayanan menghasilkan pelayanan yang beragam dari konsumen ke konsumen. Interaksi antara konsumen dan pegawai yang memberikan pelayanan menciptakan kemungkinan pengalaman kerja manusia yang lebih lengkap.

### 2.2.6 Operasional Pelayanan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2020), pelayanan pelanggan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kasmir (2018), pelayanan pelanggan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Menurut Sinambela (2008), pelayanan pelanggan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Dari pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan pelanggan adalah suatu tindakan, perbuatan atau aktivitas seseorang atau suatu organisasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang dilakukan melalui interaksi dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan guna memenuhi harapan, kepuasan dan pemecahan permasalahan.

Pelayanan pelanggan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai aspek usaha atau aktivitas bisnis yang bergerak di bidang jasa. Pelayanan pelanggan akan menjadi senjata utama dalam usaha memenangkan persaingan, seiring banyaknya perusahaan yang mempunyai produk yang sama untuk ditawarkan kepada pelanggan.

Pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan. Pelanggan membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang lebih cepat, kenyamanan pelayanan, dan lain-lain. Pelayanan pelanggan disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

#### **2.2.7 Indikator Pelayanan Pelanggan**

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2018), kualitas pelayanan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti transportasi (armada), Perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawai. Fasilitas fisik yang lengkap dan memadai akan membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dalam menggunakan pelayanan tersebut.

2. Empati (*emphaty*)

Empati (*emphaty*) dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan untuk memenuhi kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Apabila penilaian pelanggan untuk perhatian dari perusahaan sangat baik maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa yang diberikan.

### 3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan dan sikap yang simpatik. Keandalan juga merupakan salah satu elemen yang harus diperhatikan, karena kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik akan membuat pelanggan merasa puas dengan kinerja perusahaan.

### 4. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan menyampaikan informasi yang jelas sehingga *responsiveness* dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Daya tanggap/ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam implementasinya daya tanggap

meliputi kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan.

#### 5. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Pengetahuan, kesopanan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Jaminan atau *assurance* merupakan pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam membeli jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu *assurance* sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidak-pastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

### **2.2.8 Indikator Pemanfaatan Kode Quick Response Dalam Meningkatkan Operasional Pelayanan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli**

Menurut Hutabarat (2022) menyebutkan enam indikator penggunaan QRIS yaitu:

1. Produsen mengetahui sistem pembayaran QRIS. Yaitu pengguna harus mengetahui bahwa standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia.
2. Produsen memahami bertransaksi dengan QRIS. Pengguna mengetahui cara bertransaksi memakai QRIS mulai dari belanja di merchant, selanjutnya merchant menginformasikan nominal pembayaran

dan Pembeli membuka aplikasi uang/dompet elektronik (misal: Mandiri Online/LinkAja) lalu pilih tombol Scan QR.

3. Penggunaan QRIS lebih praktis. Produsen dapat merasakan proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya.
4. Penggunaan QRIS memberikan manfaat kepada produsen. Berdasarkan kepraktisannya, QRIS dapat dirasakan pemanfaatannya oleh produsen.
5. Bank menyediakan QRIS untuk pengembangan produsen. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.
6. Penggunaan QRIS diharapkan memberikan keuntungan kepada produsen. QRIS memberikan banyak keuntungan bagi para pedagang dan kalangan UMKM, seperti: 1) Membangun profil kredit untuk kemudahan mendapatkan pinjaman; 2) Transaksi tercatat & langsung masuk rekening sehingga mudah dimonitor; 3) Tidak perlu uang kembalian, bebas risiko pencurian dan uang palsu; 4) Mengikuti tren pembayaran terkini; dan 5) Murah dan bebas biaya bagi usaha mikro (bi.go.id, 2023).

### 2.2.9 <sup>1</sup> Restoran

Pengertian restoran berdasarkan tujuannya dibagi menjadi dua pengertian yang diantaranya yakni *onsite foodservice* yang secara operasional menjual makanan hanya untuk mendukung aktifitas

utama dan biasanya tergolong non-profit, sedangkan *commercial foodservice* secara operasional menjual makanan adalah prioritas utama dan keuntungan yang diinginkan (Gregoire, 2019).

Restoran juga merupakan suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan sebagaimana tercantum dalam definisi Prof. Vanco Christian dari School Hotel Administration di Cornell University. Selain bertujuan bisnis atau mencari keuntungan, membuat puas para konsumennya pun merupakan tujuan operasional restoran yang utama (Marsum, 2017). Dalam sistem penyajiannya, restoran dapat diklasifikasikan menjadi tiga (Soekresno, 2019), yaitu:

#### 1. Formal restaurant (restoran formal)

Pengertian formal restoran adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan professional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri ciri restoran formal:

- a. Penerimaan pelanggan dengan sistem pesan tempat terlebih dahulu.
- b. Para pelanggan terikat dengan menggunakan pakaian formal.
- c. Menu pilihan yang disediakan adalah menu klasik atau menu Eropa Populer.
- d. Sistem penyajian yang dipakai adalah Russian Service atau *French Service* atau modifikasi dari kedua metode penyajian tersebut.
- e. Dibuka untuk pelayanan makan malam atau makan siang atau untuk makan malam dan siang, tetapi tidak menyediakan makan pagi.
- f. Menyediakan berbagai menu makanan dan minuman secara luas dari berbagai negara.

- g. Menyediakan hiburan live music dan tempat untuk suasana romantic dan eksklusif,
  - h. Harga makanan dan minuman relatif tinggi disbanding harga makanan dan minuman di restoran informal.
  - i. Penataan bangku dan kursi memiliki area service yang memiliki *space* lebih luas.
  - j. Tenaga relatif banyak dengan standar kebutuhan satu pramusaji untuk melayani 4-8 pelanggan.
2. Formal restaurant (restoran formal)

Pengertian restoran informal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi pelanggan yang silih berganti.

Ciri-ciri restoran informal:

- a. Harga makanan dan minuman relatif murah.
- b. Penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat.
- c. Para pelanggan yang datang tidak terikat untuk mengenakan pakaian formal.
- d. Sistem penyajian makanan dan minuman yang dipakai adalah *American Service*, *ready plate*, *self-service* ataupun *counterservice*.
- e. Tidak menyediakan hiburan live music.
- f. Penataan meja dan bangku cukup rapat antara satu dengan yang lain.
- g. Daftar menu oleh pramusaji tidak dipresentasikan kepada tamu atau pelanggan namun dipampang di counter ataupun langsung disetiap meja makan untuk mempercepat proses pelayanan.

h. Menu yang disajikan sangat terbatas dan membatasi menu-menu yang relatif cepat selesai dimasak.

i. Jumlah tenaga servis relatif sedikit dengan standar kebutuhan 1 pramusaji untuk melayani 12-16 pelanggan.

### 3. *Specialties Restaurant*

Pengertian *specialties* restaurant adalah industry jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersil dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari satu kota ataupun negara tertentu.

Ciri-ciri *specialties* restaurant:

a. Menyediakan sistem pemesanan tempat.

b. Menyediakan menu khas suatu negara tertentu, populer dan disenangi banyak pelanggan secara umum.

c. Sistem penyajian disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional.

d. Hanya dibuka untuk menyediakan makan siang atau makan malam.

e. Menu ala-carte dipresentasikan oleh pramusaji ke pelanggan.

f. Biasanya menghadirkan musik hiburan khas tempat asal.

g. Harga makanan relatif tinggi disbanding informal restoran dan lebih rendah disbanding formal restoran.

h. Jumlah tenaga servis sedang, dengan standar kebutuhan.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang tema yang peneliti angkat dalam penelitian ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Berikut peneliti paparkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Metode	Hasil
1.	Muhammad Irzan Fikri Dalimunthe (2019)	Implementasi Fintech Terhadap UMKM Di Kota Medan Dengan Analisis SWOT	Kualitatif	Strategi analisis Swot, membahas tentang Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Medan, Menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi peningkatan pendapatan UMKM di Kota Medan Sumatera Utara. Sama halnya dengan dengan adanya QRIS berupaya meningkatkan pendapatan UMKM dengan akses yang lebih mudah dengan system keuangan yang terjamin dan

				aman
2.	<p>6</p> <p>Jefry Tarantang, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, Meidinah Munawaroh (2019)</p>	<p>Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia</p>	Kualitatif	<p>6</p> <p>penelitian ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi pada era ekonomi digital (Revolusi Industri 4.0) memang tidak dapat dihindari, khususnya dalam perkembangan sistem pembayaran digital yang semakin pesat.</p>
3.	<p>Rifqy Tazkiyyaturrohmah (2018)</p>	<p>“Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern</p>	deskriptif	<p>6</p> <p>penelitian ini bertujuan mengkaji mengenai transformasi uang sebagai alat transaksi keuangan modern. Dalam konsep keuangan, uang elektronik sudah mencukupi sebagai syarat suatu benda yang dapat difungsikan menjadi uang. Seperti mudah disimpan, mudah dibawa, tidak mudah rusak dan lain-lain</p>
4.	<p>6</p> <p>Dhidhin Noer Ady Rahmanto dan</p>	<p>Risiko Dan Peraturan:</p>	Kualitatif	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa</p>

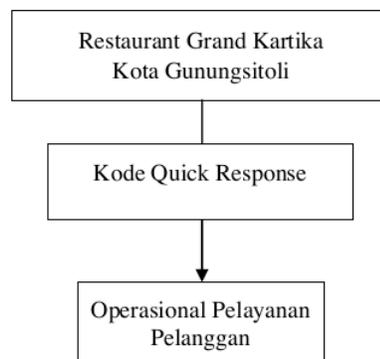
	Nasrulloh (2020)	Fintech Untuk Sistem Stabilitas Keuangan		Fintech mempunyai kandungan risiko yang melekat yaitu risiko finansial dan risiko teknologi.
--	------------------	--	--	--

Sumber: Diolah peneliti 2023

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang sudah diteliti di atas, belum ada yang fokus membahas Pemanfaatan Kode QR dalam Meningkatkan dan Kepuasan Pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli. Oleh sebab itu penelitian ini hadir untuk mengisi hal tersebut dan melengkapi penelitian - penelitian sebelumnya yang membahas atau memiliki kemiripan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan ini.

#### 2.4 Kerangka Berpikir

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dipandang dari segi prosedur yang ditempuh penulis dalam aktifitas penelitian, proposal skripsi ini menerapkan pendekatan kualitatif Deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dan dilakukan secara terus – menerus sampai datanya penuh.

Menurut Moleong (2017:332) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Variabel merujuk pada karakteristik atau atribut seorang atau suatu organisasi yang dapat diukur atau observasi. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga

diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan judul, penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *Quick Response* dan variabel Pelayanan Pelanggan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *Quick Response* terdiri dari 7 (tujuh) indikator yaitu:

1. Waktu response.
2. Tingkat keberhasilan.
3. Ketersediaan.
4. Kesesuaian informasi.
5. Tingkat kepuasan.
6. Kegunaan.
7. Tingkat penerimaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur layanan pelanggan terdiri dari 5 (lima) indikator yaitu:

1. Bukti fisik.
2. Empati.
3. Kehandalan.
4. Daya tanggap.
5. Jaminan.

### **3.3 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian**

#### **3.3.1 Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di Restaurant Grand Kartika, Jln. Gomo Nomor 30 Asrama Kodim 0213 Nias, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Provinsi Sumatera Utara.

#### **3.3.2 Jadwal Penelitian**

Untuk melaksanakan penelitian ini, perlu membuat acuan atau pedoman serta tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan sehingga penelitian dapat terlaksana sesuai alurnya. Maka peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan, sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Jadwal																						
	April 2023			Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023				September 2023			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■	■																				
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing				■	■	■																	
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi							■																
Pengumpulan Data								■	■	■	■												
Penulisan Naskah Skripsi												■	■	■	■								
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																■	■	■	■				
Penulisan dan Penyempurnaan skripsi																				■	■		
Ujian skripsi																						■	■

(Sumber : Olahan Penulis,2023)

### 3.4. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut

#### 1. Sumber Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh penulis dari sumber asli. Maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.

#### 2. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Meskipun bukan data utama, data sekunder tidak dapat diabaikan karena data sekunder merupakan data pendukung yang berfungsi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari berupa buku, jurnal, arsip, atau dokumen pribadi yang relevan dengan hasil penelitian.

### 3.5. Instrumen dan Informan Penelitian

#### 3.5.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari subjek penelitian. Instrumen penelitian dapat berupa kuesioner, wawancara, tes, observasi, dan sebagainya.

Dalam penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2020:305) instrumen utama dalam pengumpulan data adalah manusia yaitu peneliti sendiri (participant observer). Dalam hal ini peneliti sendiri secara langsung melakukan pengumpulan data dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil. Kehadiran peneliti menjadi kunci atau instrumen utama (*key instrument*). Kelebihannya karena peneliti sendiri sebagai instrumen utama maka memungkinkan penelitian akan lebih mudah dan cepat dilaksanakan, begitu pula

dalam pengambilan keputusan sewaktuwaktu dibutuhkan penelitian lebih fokus.

### 3.5.2 Informan Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) informan penelitian adalah individu atau orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Sugianto dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, adalah: *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi social yang diteliti. Adapun informan pada penelitian ini diantaranya: Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli 3 orang dan 2 pelanggan tetap di Restaurant Grand Kartika sehingga informan berjumlah 5 orang.

### 3.6. Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2018:224) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagaiesponden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (interview), kuisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

Menurut Yusuf (2014:372) keberhasilan dalam pengumpulan data banyak ditentukan oleh kemampuan peneliti menghayati situasi sosial yang dijadikan fokus penelitian. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan subjek yang diteliti, mampu mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks yang sesungguhnya. Peneliti tidak akan mengakhiri fase pengumpulan data sebelum peneliti yakin bahwa data yang terkumpul dari berbagai sumber yang berbeda dan terfokus pada situasi sosial yang diteliti mampu menjawab rumusan masalah dari penelitian, sehingga ketepatan dan kredibilitas tidak diragukan oleh siapapun. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah sebuah metode pengambilan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, biasanya berupa fenomena, proses kerja, perilaku manusia, dan gejala alam. Metode ini dapat dilakukan untuk mengambil data dalam jumlah kecil hingga sedang. Meskipun memungkinkan dapat dilakukan untuk responden dalam jumlah besar namun membutuhkan rentang waktu lebih lama. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dengan cara mencari data secara langsung dari responden dalam jumlah kecil baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara dapat dilakukan dalam bentuk tatap muka maupun melalui alat komunikasi. Wawancara dilakukan kepada Pelanggan Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi, merupakan cara pengambilan data dengan menganalisis fakta berupa catatan peristiwa, gambar, diagram atau karya monumental yang sudah ada. Dokumentasi dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan untuk melengkapi observasi dan wawancara namun tidak terpengaruh oleh kehadiran peneliti,

dokumentasi sangat membantu untuk menjangkau data-data dari masa lalu. Dokumentasi ini merekam semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan oleh informan. Peneliti langsung datang ke objek penelitian dengan melakukan pengamatan terhadap kondisi nyata yang ada di Reataurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli.

### 3.7. <sup>12</sup> Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis data interaktif Miles dan Huberman (2020) dengan tahapan berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan(verifikasi) sebagai berikut :

#### 1. <sup>3</sup> Reduksi Data

Adalah tahap penyederhanaan data tidak semua data yang terkumpul pada tahap sebelumnya digunakan, pada tahap ini dilakukan penyortiran, data yang didapatkan dari tahap sebelumnya dicatat/diketik untuk memudahkan memilah sesuai dengan karakteristik data sambil masih mencermati setiap data agar tidak ada data yang terlewat. Pada tahap ini data mulai dapat dikelompokkan sesuai dengan kategori data dan dikelompokkan sesuai dengan karakteristik masing-masing menggunakan pengkodean tertentu sehingga memudahkan analisis

#### 2. Penyajian Data

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap data yang sudah dikategorikan pada tahap sebelumnya. Informasi yang didapat dari tahap sebelumnya disusun sedemikian rupa agar mendapatkan data yang memungkinkan untuk dilakukan simpulan dan penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif, matriks, jaringan dan bagan.

Spesifikasi data difokuskan pada permasalahan penelitian. Data yang disajikan diberikan analisis berupa penjabaran tentang kesesuaian kategori dan argumentasi yang tepat berdasarkan teori dalam penjelasan sebelumnya

3. Tahap penarikan kesimpulan/verifikasi

Pada tahap ini peneliti melakukan penafsiran terhadap data yang sudah disajikan difokuskan pada permasalahan. Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan hasil analisis berupa faktor pendukung pemanfaatan teknologi informasi, penghambat penggunaan teknologi dan cara mengatasinya. Kemudian dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan simpulan yang ada.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian**

Restaurand Grand Kartika (RGK) berdiri pada tahun 2011, sejarah awalnya berdiri grand kartika adalah karna adanya kerja sama dengan kodim dimana kodim mempunyai lahan yang cukup besar pada saat itu.

Awal terbentuknya nama Grand Kartika diambil dari kesepakatan antara pemilik restoran dan kodim dimana Grand dibuat oleh pemiliknya sebagai nama restoran karna adanya kerja sama dengan kodim maka ditambahkannya nama Kartika sehingga terbentuklah Restaurant Grand Kartika.

Pemilik Restaurant Grand Kartika dan Dandim saat itu mempunyai hubungan persahabatan sehingga pemilik RGK bisa membuka restaurant di wilayah Kodim dengan perjanjian menggunakan lahan atau membangun restoran tersebut selama 20 tahun lamanya. Namun seiring berjalannya waktu adanya pergantian pemimpin di kodim maka adanya peraturan baru antara pemilik Restaurant Grand Kartika dan kodim dimana setiap bulannya melapor ke pihak kodim untuk memperpanjang penggunaan tempat tersebut.

Pada saat ini Restaurant Grand Kartika semakin berkembang dan maju, Restaurant Grand Kartika menjadi salah satu usaha restaurant terbesar di Kota Gunungsitoli dan menjadi tujuan utama mayoritas masyarakat lokal dan beberapa Instansi di Kota Gunungsitoli dalam memesan makanan baik saat acara besar maupun acara kecil.

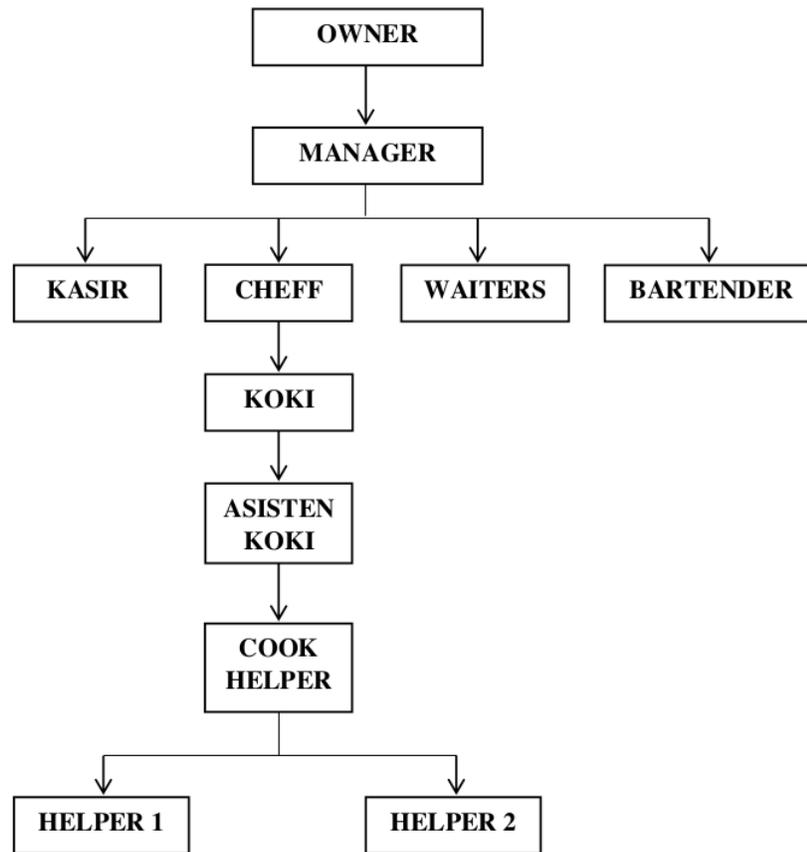
#### **4.1.2 Motto Restaurant Grand Kartika**

Motto adalah kata-kata singkat yang menggambarkan atau merepresentasikan suatu organisasi, keluarga, atau individu. Motto sering digunakan sebagai semacam slogan atau tagline untuk menggambarkan karakteristik, nilai, atau tujuan dari suatu entitas. Motto biasanya terdiri dari beberapa kata atau kalimat pendek yang mudah diingat dan mudah dimengerti. Motto Restaurant Grand Kartika yaitu *"Gread Food, Great Atmosphere, Relax And Enjoy* (Makanan Enak, Suasana Luar Biasa, Bersantai dan Nikmati).

#### **4.1.3 Struktur Organisasi Restaurant Grand Kartika**

Struktur organisasi merupakan suatu sistem yang menggambarkan sebuah organisasi yang bertujuan untuk menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi, dan membantu sebuah organisasi untuk mencapai tujuan di masa depan. Pada umumnya, struktur organisasi dibentuk dalam suatu bagan organisasi yang berupa informasi mengenai bagaian bagian tugas dan wewenang setiap anggota organisasi.

Misalkan semakin maju suatu masyarakat semakin mampu pula ia menuntut lebih banyak dan lebih baik dari organisasi. Untuk membuat roda perusahaan berjalan efisien, efektif dan optimal maka sebuah perusahaan yang telah memperkerjakan sejumlah tenaga kerja tentunya akan membagi sumber daya manusia tersebut dalam bagian-bagian yang sesuai dengan keahliannya, sehingga masing-masing individu memiliki gambaran yang jelas tentang posisi dan fungsinya. Berikut adalah bagan struktur organisasi Restaurant Grand Kartika:



Gambar 4.1  
Struktur Organisasi Grand Kartika Gunungsitoli

#### 4.1.4 Gambaran Umum Informan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti pada Grand Kartika Gunungsitoli, peneliti telah mendapatkan data-data dan informasi yang berhubungan dengan topik pembahasan pada penelitian ini.

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan, peneliti mulai melakukan wawancara kepada informan mulai dari tanggal 18 Agustus 2023 s.d. selesai. Dalam melakukan wawancara kepada

informan dibantu oleh karyawan Grand Kartika Gunungsitoli. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, peneliti lebih banyak melakukan wawancara kepada karyawan yang menangani pelayanan kepada pelanggan serta lebih banyak melakukan pengamatan. Sebagian juga melakukan wawancara kepada pelanggan yang sedang memesan makanan di Grand Kartika Gunungsitoli untuk diwawancarai.

Setelah melakukan wawancara maka peneliti mendapatkan beberapa data yang sangat penting untuk memberikan jawaban dalam penelitian ini. Data-data yang diperoleh tersebut berupa data tentang informan, hasil pengamatan peneliti di lokasi penelitian, hasil wawancara kepada informan yang dibantu oleh karyawan.

Informan dalam penelitian adalah individu atau kelompok yang memberikan informasi atau data kepada peneliti sebagai bagian dari studi yang sedang dilakukan. Informan memiliki peran penting dalam mengumpulkan data dan wawasan yang diperlukan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang topik penelitian.

Informan berperan penting dalam memberikan wawasan dan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk memperlakukan informan dengan hormat, menjaga etika penelitian, dan menggunakan metode kualitatif untuk memaksimalkan kontribusi para informan dalam penelitian. Berikut data informan yang akan memberikan jawaban atas setiap pertanyaan yang diajukan peneliti, yaitu:

Tabel 4.1  
Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Julpendi Mendrofa	Laki-Laki	Manager
2	Juan Brian Claudio Sihura	Laki-Laki	Karyawan
3	Charles Adven Sarumaha	Laki-Laki	Karyawan
4	Ika Kartika Hia, S.Pd	Perempuan	Pelanggan
5	Esterina Daeli	Perempuan	Pelanggan

*Sumber Data : Diolah peneliti 2023*

Seluruh informan yang terdiri dari karyawan dan pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Tingkat pendidikan para karyawan dan pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli sebagai informan memiliki pengaruh dalam bekerja. Tingkat pendidikan dapat membantu para karyawan dalam bertugas sebagai bagian pembukuan, bagian pemasaran, bagian pergudangan, bagian penyimpanan barang di gudang dan juga yang bertugas sebagai pelayan bagi pelanggan yang datang membeli di Grand Kartika Gunungsitoli. Keadaan pendidikan para informan sebagaimana pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2  
Data Informan

No	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir
1	Julpendi Mendrofa	25 Thn	SLTA
2	Juan Brian Claudio Sihura	18 Thn	SLTA
3	Charles Adven Sarumaha	21 Th	SLTA
4	Ika Kartika Hia, S.Pd	23 Thn	Sarjana
5	Esterina Daeli	21 Thn	SLTA

*Sumber Data : Diolah peneliti 2023*

#### 4.1.5 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian merupakan hasil akhir dari sebuah proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji rumusan masalah yang telah ditetapkan. Hasil penelitian mencakup semua data, temuan, dan informasi yang dikumpulkan dan dianalisis selama proses penelitian. Deskripsi penelitian sangat berguna untuk menjelaskan semua data dan informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian.

Penelitian ini dapat terlaksana dengan adanya lokasi yang dipilih oleh peneliti beserta orang-orang yang berkecimpung didalamnya terdiri dari karyawan dan pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli yang secara langsung berkecimpung dalam memberikan dan dan informasi.

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang digunakan, maka peneliti telah mengajukan pertanyaan dalam bentuk wawancara

kepada informan sebanyak 5 orang. Pertanyaan yang diajukan kepada seluruh informan terjawab dan diolah peneliti agar dapat menjadi sebuah informasi yang akurat.

Dari jawaban seluruh informan atas pertanyaan yang diajukan peneliti, maka terdapat jawaban yang sama dari informan atas pertanyaan yang sama dan terdapat juga jawaban atau pendapat yang berbeda atas pertanyaan yang diberikan. Dengan demikian, peneliti menganalisa dan mengumpulkan seluruh jawaban yang dijadikan sebagai data yang akan diuraikan pada analisa dan pembahasan dalam bab ini.

Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti mencoba menanyakan beberapa hal terkait tentang pemanfaatan kode quick response dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan sesuai draft wawancara yang sudah tersedia, yaitu sebagai berikut:

#### **4. Bagaimana kode QR digunakan dalam operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa kode QR dapat digunakan dalam berbagai cara untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di restoran seperti Grand Kartika di Kota Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Kode QR yang diterapkan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli hanya digunakan untuk pemilihan menu makanan dan minuman serta pembayaran biaya makanan dan minuman yang telah dipesan oleh pelanggan. Restoran telah membuat menu interaktif yang dapat diakses oleh pelanggan melalui pemindai kode QR. Ini memungkinkan pelanggan untuk melihat menu, membaca deskripsi makanan, dan bahkan memesan makanan langsung dari perangkat milik pelanggan. Ini mengurangi waktu yang diperlukan

untuk memesan makanan dan minuman, yang dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan pesanan. Selain itu, restoran mengintegrasikan kode QR dengan sistem pembayaran digital, seperti dompet digital atau aplikasi pembayaran. Pelanggan dapat menggunakan pemindai kode QR untuk membayar tagihan dengan cepat dan mudah, menghilangkan kebutuhan untuk membawa uang tunai atau kartu kredit.”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa kode QR digunakan dalam berbagai cara untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli. <sup>1</sup> Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama <sup>11</sup> pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura, informan 2 menyatakan bahwa:

“Kode QR yang digunakan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli tidak digunakan untuk semua aktivitas restaurant tetapi kode QR ini hanya digunakan untuk pemilihan menu makanan dan minuman serta pembayaran biaya makanan dan minuman yang telah dipesan oleh pelanggan. hal ini dilakukan untuk memudahkan pelanggan memilih menu makan dan minuman dengan mudah. Bahkan sebelum datang di lokasi Restorat Grand Kartika Gunungsitoli, para pelanggan sudah terlebih dahulu memesan menu makanan untuk mengefisiensi waktu dengan baik”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa kode QR sudah digunakan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli, <sup>1</sup> begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama <sup>11</sup> pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha, informan 3 menyatakan bahwa:

“Kode QR sangat baik untuk diterapkan dalam membantu memperlancar pelayanan Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli. Kode QR tidak digunakan untuk

semua aktivitas restaurant tetapi kode QR ini hanya digunakan untuk pemilihan menu makanan dan minuman serta pembayaran biaya makanan dan minuman yang telah dipesan oleh pelanggan.”

**5. Bagaimana tingkat keberhasilan pemanfaatan kode QR dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa Restoran Grand Kartika merasakan ada keberhasilan dalam penggunaan kode QR dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan operasional. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Pengukuran keberhasilan penggunaan kode QR dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan pada Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli mencakup beberapa faktor, seperti peningkatan efisiensi pemesanan makanan dan minuman, peningkatan dalam kecepatan pelayanan dan efisiensi dalam pembayaran biaya menu yang telah dipesan”.

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa Restoran Grand Kartika merasakan ada keberhasilan dalam penggunaan kode QR dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan operasional. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.40 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli mengakui bahwa adanya peningkatan keberhasilan usaha setelah menggunakan kode QR dalam operasional pelayanan pelanggan. keberhasilan tersebut mencakup seperti peningkatan efisiensi pemesanan makanan dan

minuman, peningkatan dalam kecepatan pelayanan dan efisiensi dalam pembayaran biaya menu yang telah dipesan sebelumnya”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa Restoran Grand Kartika merasakan ada keberhasilan dalam penggunaan kode QR dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 09.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli merasakan ada peningkatan efisiensi dalam memberikan pelayanan setelah menggunakan kode QR dalam operasional pelayanan pelanggan. keberhasilan tersebut mencakup seperti peningkatan efisiensi pemesanan makanan dan minuman dan efisiensi dalam pembayaran biaya menu yang telah dipesan sebelumnya”

#### **6. Bagaimana ketersediaan kode quick response di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa penggunaan kode quick response di Grand kartika Gunungsitoli tersedia untuk mengefisiensi layanan pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa penerapan kode quick response di Restaurant Grand Kartika tersedia untuk mempermudah layanan kepada pelanggan dan juga membantu meringankan tugas para karyawan sehingga tidak membutuhkan penambahan karyawan yang bekerja dalam memberikan pelayanan dan hal ini juga membantu meringankan beban biaya operasional restaurant.”

1  
Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa penggunaan kode *quick response* di Grand Kartika Gunungsitoli tersedia untuk memudahkan proses pelayanan pelanggan. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Kode *quick response* tersedia di Grand Kartika Gunungsitoli sehingga proses pelayanan kepada pelanggan terbantu dan lebih efisien, dimana karyawan tinggal menunggu adanya pesanan melalui aplikasi yang sudah tersedia dan para karyawan menyediakan makanan dan minuman sesuai pesanan pelanggan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa penggunaan kode *quick response* di Grand Kartika Gunungsitoli tersedia untuk membantu mempermudah pelayanan kepada para pelanggan, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudari Ika Kartika Hia, S.Pd sebagai pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Kode *quick response* tersedia di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli untuk membantu proses pelayanan kepada pelanggan lebih efektif dan tercatat dengan baik dan tidak terlewatkan. Selain itu membantu mempermudah proses pembayaran biasa pesanan dengan membayarnya lewat QR sehingga para pelanggan tidak menunggu lama antrian untuk membayarnya”

**7. Bagaimana memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui QR Code selalu akurat dan terkini di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui kode QR selalu akurat dan terkini di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli maka ada beberapa langkah yang perlu dilakukan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui kode QR selalu akurat dan terkini maka kami dari Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli melakukan pembaharuan secara berkala seperti menu makanan, harga, dan promosi, diperbarui secara berkala. Ini mencakup perubahan dalam menu, penambahan atau penghapusan item, serta penyesuaian harga jika diperlukan. Tetap terhubung dengan dapur dan manajemen restoran untuk memastikan informasi tersebut selalu *up-to-date*.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui kode QR selalu akurat dan terkini di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli maka ada beberapa langkah yang perlu dilakukan. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.40 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Cara memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui kode QR selalu akurat di Restaurant Grand Gunungsitoli, salah satunya dengan cara meminta umpan balik dari pelanggan, restoran dapat mengetahui jika ada kesalahan dalam informasi yang diberikan melalui kode QR. Pelanggan dapat memberikan umpan balik jika ada perbedaan antara yang ditampilkan di kode QR dan apa yang sebenarnya tersedia. Ini membantu dalam memperbaiki masalah dengan cepat.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan melalui kode QR selalu akurat dan terkini di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli maka ada beberapa langkah yang perlu dilakukan, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 10.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudari Ika Kartika Hia, S.Pd sebagai pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Melakukan pembaharuan secara berkala seperti menu makanan, harga, dan promosi, diperbarui secara berkala, mencakup perubahan dalam menu, penambahan atau penghapusan item yang tidak diperlukan dan juga dengan cara meminta umpan balik dari pelanggan, restoran dapat mengetahui jika ada kesalahan dalam informasi yang diberikan melalui kode QR”

#### **8. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan kode quick response di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa para pelanggan memiliki tingkat kepuasan dengan penggunaan kode QR di Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli, dimana daftar menu daftar diakses walaupun dari jarak jauh. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Penggunaan kode QR dalam Restoran Grand Kartika Gunungsitoli dapat berkontribusi pada meningkatnya kepuasan pelanggan dengan baik karena para pelanggan lebih mudah memesan menu makanan dan minuman dan langsung direspon oleh karyawan yang menangani pesanan. Kepuasan lain yang dirasakan pelanggan

dengan penggunaan kode quick response adalah tidak ada antrian ketika harus membayar di kasir”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa para pelanggan memiliki tingkat kepuasan dengan penggunaan kode QR di Restoran Grand Kartika di Kota Gunungsitoli dimana cara memesan makanan lebih efisien. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Penggunaan kode quick response memberikan kepuasan kepada para pelanggan sehingga lebih efisien dan akurat. Para pelanggan dapat lebih dahulu memesan makanan sebelum tiba di restaurant sehingga membantu mempercepat proses penyediaan makan dan minuman oleh karyawan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa pelanggan merasa puas atas layanan dengan menggunakan kode *quick response*, begitu juga informan 4, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudari Ika Kartika Hia, S.Pd sebagai pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 4 menyatakan bahwa:

“Kode QR dapat digunakan untuk mengakses menu restoran secara digital. Ini memudahkan pelanggan untuk melihat pilihan makanan, deskripsi, harga, dan gambar tanpa harus menunggu menu fisik atau pelayan. Pemesanan menjadi lebih cepat dan efisien. Untuk pemesanan dan pembayaran, pelanggan tidak perlu menunggu lama untuk memesan makanan atau menunggu tagihan. Ini mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Dengan demikian, situasi ini meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan kode QR, pelanggan dapat mengakses menu restoran kapan saja, bahkan di luar jam

operasional restoran. Ini memberikan kenyamanan tambahan kepada pelanggan”.

#### 9. Apa kegunaan kode *quick response* di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa kode *quick response* memiliki beberapa kegunaan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Ada beberapa kegunaan kode *quick response* di Reataurant Grand Kartika Gunungsitoli yaitu kode QR dapat digunakan oleh pelanggan untuk mengakses menu digital restoran melalui perangkat ponsel mereka. Ini memungkinkan pelanggan untuk melihat pilihan makanan, harga, dan deskripsi menu dengan cepat dan mudah. Dengan menggunakan kode QR, pelanggan dapat memesan makanan dan minuman mereka dengan cepat tanpa harus menunggu pelayan. Ini menghemat waktu pelanggan dan mengurangi kemungkinan kesalahan pesanan”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa kode *quick response* memiliki beberapa kegunaan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.40 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Kegunaan kode *quick response* di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli adalah untuk memudahkan pelanggan dapat memesan makanan dan minuman mereka dengan cepat tanpa harus menunggu pelayan. Ini menghemat waktu pelanggan dan mengurangi

kemungkinan kesalahan pesanan serta memudahkan pelanggan untuk membayar pesanan makanan dengan cepat tanpa antrian ke kasir.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa kode *quick response* memiliki beberapa kegunaan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Senin tanggal 21 Agustus 2023, pukul 11.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Kode *quick response* sangat berguna bagi Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli dalam hal memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan makanan sesuai yang diinginkan dengan terlebih dahulu melihat daftar menu yang tersedia serta memudahkan para pelanggan dalam membayar pesanan makanan sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama antrian untuk membayar kepada kasir.”

#### **10. Bagaimana tingkat penerimaan pelanggan terhadap pemanfaatan kode *quick response* di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa tingkat penerimaan pelanggan terhadap pemanfaatan kode QR di restoran sangat baik dan nyaman. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Tingkat penerimaan pelanggan terhadap kode QR memenuhi kebutuhan pelanggan sangat bermanfaat, karena dapat mempercepat pemesanan atau mengurangi kontak fisik, pelanggan cenderung lebih menerima teknologi ini. Dimana saat sekarang ini teknologi semakin canggih sehingga penggunaan teknologi quick

response memberikan pengalaman yang baru bagi para pelanggan”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa tingkat penerimaan pelanggan terhadap pemanfaatan kode QR di restoran sangat baik dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 09.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Tingkat penerimaan pelanggan terhadap kode QR sangat baik dan sangat didukung karena lebih memudahkan para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, dapat mempercepat pemesanan atau mengurangi kontak fisik, pelanggan cenderung lebih menerima teknologi ini. Dimana teknologi ini lebih simple, cepat, akurat dan mudah digunakan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa tingkat penerimaan pelanggan terhadap pemanfaatan kode QR di restoran sangat baik dan nyaman, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 10.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Oleh karena tuntutan kebutuhan maka dan mudah digunakan sehingga teknologi kode *quick response* yang ditrapkan oleh Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli sangat diterima dengan baik, walaupun penggunaan kode quick response harus disertai dengan paket internet, namun pihak restaurant memperkirakan bahwa hampir semua orang aktif menggunakan akses internet sehingga hal ini juga yang mendorong pihak restaurant untuk menerapkan teknologi ini serta dimana kita tahu bahwa Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli berada di tengah-tengah Kota Gunungsitoli.”

### **11. Bagaimana menggunakan bukti fisik dalam operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 10.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa menggunakan bukti fisik dalam operasional pelayanan pelanggan di restoran dapat memberikan manfaat penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjaga kualitas layanan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Cara menggunakan bukti fisik dalam operasional pelayanan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli adalah menggunakan nomor meja atau karcis fisik dengan nomor pesanan dapat membantu dalam pengiriman pesanan ke meja yang benar dan menghindari kebingungan karyawan pada saat sedang melayani para pelanggan.”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa bukti fisik dalam operasional pelayanan pelanggan di restoran bermanfaat penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjaga kualitas layanan. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 10.40 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Cara menggunakan bukti fisik dalam operasional pelayanan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli adalah menggunakan daftar menu apabila tidak terdapat dalam list menu melalui aplikasi yang tersedia serta karcis fisik dengan nomor meja pesanan dapat membantu dalam pengiriman pesanan ke meja yang benar dan menghindari kebingungan karyawan pada saat sedang melayani para pelanggan”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa penggunaan bukti fisik dalam operasional pelayanan pelanggan di restoran sangat penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 10.50 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Restaurant Grand Kartika juga menggunakan bukti fisik dalam operasional pelayanan pelanggan dimana bukti fisik ini juga berguna untuk mengecek semua pesanan yang sudah disediakan oleh pihak restaurant sehingga ketika pelanggan membayar sudah sesuai dengan banyaknya pesanan yang telah digunakan oleh pelanggan.”

#### **12. Bagaimana penggunaan empati dapat meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa penggunaan empati dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli dapat memberikan manfaat yang baik dalam memperbaiki pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan para pelanggan. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Cara penggunaan empati dapat meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli adalah dimana pelanggan seringkali memiliki berbagai kebutuhan dan preferensi yang berbeda. Karyawan restoran harus mendengarkan dengan baik apa yang pelanggan katakan untuk memahami permintaan dan harapan mereka. Ini melibatkan memberikan perhatian penuh kepada

pelanggan tanpa gangguan dan mengajukan pertanyaan jika diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang mereka inginkan.”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa penggunaan empati dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli dapat memberikan manfaat yang baik dalam memperbaiki pengalaman pelanggan. <sup>1</sup> Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Cara penggunaan empati dapat meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli adalah ketika masalah atau keluhan timbul, karyawan restoran harus merespons dengan cepat dan efektif. Para karyawan harus menunjukkan empati dengan mengakui masalah, meminta maaf jika perlu, dan menawarkan solusi yang memuaskan pelanggan.”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa penggunaan empati dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli dapat memberikan manfaat yang baik dalam memperbaiki pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudari Esterina Daeli sebagai Pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 5 menyatakan bahwa:

“Cara penggunaan empati dapat meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli adalah dengan empati melibatkan kemampuan untuk melihat situasi dari sudut pandang pelanggan. Ini berarti mencoba memahami perasaan dan kebutuhan mereka. Misalnya, jika seorang pelanggan mengeluh tentang makanan yang dingin,

karyawan restoran harus merasa frustrasi atau kecewa seperti yang mungkin dirasakan oleh pelanggan. Hal ini berguna untuk menciptakan pengalaman yang positif, membangun reputasi yang baik, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Ini semua berkontribusi pada keberhasilan bisnis restoran dalam jangka panjang”

**13. Bagaimana memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan, terutama pada saat puncak atau saat ada situasi yang tidak terduga di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan, terutama saat puncak atau dalam situasi yang tidak terduga di restoran, adalah kunci untuk menjaga kepuasan pelanggan dan reputasi bisnis restaurant. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Untuk memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan di situasi tertentu dengan cara menacukan dengan baik situasi puncak atau acara khusus. Ini termasuk menyusun jadwal karyawan, mengantisipasi lonjakan pelanggan, memastikan pasokan makanan dan minuman mencukupi, dan memiliki rencana darurat jika terjadi situasi tidak terduga.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan, terutama saat puncak atau dalam situasi yang tidak terduga di restoran, adalah kunci untuk menjaga kepuasan pelanggan dan reputasi bisnis restaurant. Begitu juga dengan informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.10 WIB, peneliti bertanya langsung

kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Untuk memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan di situasi tertentu dengan cara mempertahankan kontrol kualitas makanan dan layanan secara teratur. Memastikan bahwa makanan selalu disajikan dengan kualitas terbaik dan bahwa karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan efisien”

<sup>1</sup> Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan, terutama saat puncak atau dalam situasi yang tidak terduga di restoran, adalah kunci untuk menjaga kepuasan pelanggan dan reputasi bisnis restaurant, begitu juga informan 5, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Esterina Daeli sebagai Pelanggan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 5 menyatakan bahwa:

“Untuk memastikan kehandalan dalam pelayanan pelanggan di situasi tertentu dengan cara memastikan komunikasi internal di antara karyawan berjalan lancar. Ini akan membantu mencegah kebingungan dan kesalahan dalam pelayanan dan menginstruksikan karyawan tentang cara menangani keluhan pelanggan dengan santun dan efektif. Pelanggan yang memiliki masalah harus merasa didengar dan diberikan solusi yang memuaskan.”

#### **14. Bagaimana menggunakan teknologi atau sistem tertentu untuk meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.30 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan

pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Manager Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli dengan cara menggunakan platform *online* sehingga memungkinkan pelanggan untuk memesan meja dengan mudah melalui situs web atau aplikasi. Ini membantu mengurangi waktu tunggu dan memungkinkan restoran untuk mengatur kapasitas dengan lebih baik.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.40 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli yaitu dengan menggunakan alat pemantauan media sosial untuk mengawasi ulasan dan umpan balik pelanggan. Ini memungkinkan untuk merespons keluhan atau komentar positif dengan cepat, menunjukkan bahwa pihak restaurant peduli dengan pelanggan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 11.50

WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Menggunakan teknologi atau sistem tertentu dapat sangat membantu meningkatkan daya tanggap dalam operasional pelayanan pelanggan di Restoran Grand Kartika Gunungsitoli yaitu dengan memanfaatkan pelatihan virtual untuk mengedukasi dan melatih karyawan tentang berbagai aspek pelayanan pelanggan. Ini dapat mencakup pelatihan tentang komunikasi, manajemen waktu, dan kebijakan restoran..”

**15. Apa jenis jaminan atau garansi yang ditawarkan kepada pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli?**

Berdasarkan hasil wawancara kepada Saudara Julpendi Mendrofa sebagai Manager Grand Kartika Gunungsitoli pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 12.00 WIB bertempat di Grand Kartika Gunungsitoli, ditemukan bahwa jaminan atau garansi yang ditawarkan kepada pelanggan di restoran bisa beragam tergantung pada kebijakan dan strategi bisnis Restoran Grand Kartika Gunungsitoli. Dalam hal ini, peneliti bertanya kepada Karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 1 menyatakan bahwa:

“Jaminan yang diberikan oleh Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli kepada pelanggan adalah jaminan menawarkan makanan memenuhi standar dan kualitas yang baik dan aman untuk kesehatan.”

Dari pernyataan informan di atas, dapat diuraikan bahwa jaminan atau garansi yang ditawarkan kepada pelanggan tergantung pada kebijakan dan strategi bisnis Restoran Grand Kartika Gunungsitoli. Begitu juga dengan informan 2, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 12.10 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Juan Brian Claudio Sihura sebagai karyawan Grand Kartika Gunungsitoli, informan 2 menyatakan bahwa:

“Jaminan yang diberikan Restoran Grand Kartika Gunungsitoli untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan adalah dengan menyediakan layanan pengiriman atau pesanan untuk dibawa pulang dengan jaminan ketepatan waktu. Jika pesanan tidak datang tepat waktu, pelanggan mungkin mendapatkan pengembalian uang atau diskon pada pesanan berikutnya.”

1  
Dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa jaminan atau garansi yang diberikan kepada pelanggan tergantung pada kebijakan dan strategi bisnis Restoran Grand Kartika Gunungsitoli, begitu juga informan 3, dengan menggunakan pertanyaan yang sama pada hari Kamis tanggal 24 Agustus 2023, pukul 12.20 WIB, peneliti bertanya langsung kepada saudara Charles Adven Sarumaha sebagai Karyawan pada Grand Kartika Gunungsitoli, informan 3 menyatakan bahwa:

“Jaminan yang diberikan Restoran Grand Kartika Gunungsitoli untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan adalah restoran menekankan makanan sehat dan keamanan makanan dengan menawarkan jaminan bahwa semua makanan disiapkan dengan standar kebersihan dan keamanan yang tinggi. Jika ada masalah terkait kebersihan atau keamanan makanan, restoran akan mengambil tindakan yang sesuai.”

## 4.2 Pembahasan

Pemanfaatan Kode *Quick Response* dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli sangat penting dalam memudahkan memberikan layanan informasi, serta meningkatkan pelayanan pada restoran dengan menggunakan aplikasi dengan bantuan kode QR yang berbasis android.

Penelitian ini membantu Restoran Grand Kartika Gunungsitoli untuk lebih efisien dalam memberikan layanan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Ada beberapa aspek yang perlu dianalisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Reservasi dan Pemesanan *Online*

Kode quick response (*QR Code*) dapat digunakan untuk mengarahkan pelanggan ke *platform reservasi* dan pemesanan *online* restoran. Ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan reservasi meja atau memesan makanan secara praktis melalui ponsel mereka. Dengan cara ini, restoran dapat mengelola kapasitas dengan lebih baik dan menghindari antrian yang panjang.

2. Menu Digital

QR Code mengarahkan pelanggan ke menu digital yang dapat diakses melalui ponsel setiap orang yang memilikinya. Restoran Grand Kartika memanfaatkan menu digital ini untuk menginformasikan pelanggan tentang hidangan yang tersedia, harga, deskripsi makanan. Ini mengurangi penggunaan menu fisik dan meminimalkan risiko penyebaran kuman.

3. Pembayaran Tanpa Kontak

QR Code dapat digunakan untuk memfasilitasi pembayaran tanpa kontak. Pelanggan dapat memindai kode QR yang terhubung ke sistem pembayaran restoran, sehingga pelanggan tidak perlu mengeluarkan uang tunai atau kartu kredit. Ini juga dapat mempercepat proses pembayaran.

4. Program Loyalty dan Promosi

QR Code dapat digunakan untuk memasarkan program loyalty atau promosi restoran. Pelanggan yang memindai QR Code khusus dapat memperoleh diskon, poin reward, atau penawaran khusus lainnya. Ini dapat merangsang pelanggan untuk kembali ke restoran.

5. Umpan Balik Pelanggan

QR Code dapat mengarahkan pelanggan ke survei kepuasan pelanggan atau formulir umpan balik *online*. Restoran Grand Kartika Gunungsitoli menggunakan data ini untuk meningkatkan layanan restaurant berdasarkan masukan pelanggan baik dalam bentuk saran dan kritik maupun dalam bentuk komplain terhadap menu makanan dan pelayanan yang diberikan.

#### 6. Keamanan Data Pelanggan

Analisis juga harus mencakup keamanan data pelanggan. Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli memastikan bahwa data pribadi pelanggan yang dikumpulkan melalui QR Code dijaga dengan baik dan sesuai dengan peraturan perlindungan data yang berlaku.

#### 7. Pelatihan Karyawan

Dalam menerapkan QR Code, pastikan bahwa karyawan restoran telah diberi pelatihan yang memadai dalam penggunaannya. Mereka harus dapat menjelaskan cara mengakses menu digital, membantu pelanggan dengan reservasi online, atau mengatasi masalah teknis yang mungkin timbul.

#### 8. Evaluasi Efektifitas

Lakukan evaluasi berkala untuk mengukur sejauh mana QR Code meningkatkan operasional pelayanan pelanggan. Hal ini dapat mencakup pemantauan jumlah reservasi online, penggunaan menu digital, dan data umpan balik pelanggan.

Dengan menerapkan QR Code secara efektif, Grand Kartika Kota Gunungsitoli dapat meningkatkan operasional pelayanan pelanggan, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan tetap bersaing dalam industri restoran yang kompetitif. QR Code dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam menghadapi tantangan seperti pada masa pandemi COVID-19, di mana praktik-praktik tanpa kontak sangat penting untuk menjaga keamanan pelanggan dan karyawan

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Restaurant Grand Kartika Gunungsitoli, pemanfaatan Kode *Quick Response (QR Code)* di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan. Penggunaan QR Code memungkinkan restoran untuk:

1. Meningkatkan efisiensi dengan reservasi dan pemesanan online yang praktis.
2. Menghadirkan dan menggunakan menu digital yang informatif dan mengurangi penggunaan menu fisik.
3. Memfasilitasi pembayaran pesanan pelanggan tanpa kontak, serta mempercepat proses pembayaran.
4. Penerapan QR Code di restoran juga membantu menjaga keamanan pelanggan dan karyawan, terutama dalam situasi seperti pandemi COVID-19. Namun, penting untuk memastikan pelatihan karyawan, pemeliharaan teknologi yang baik, dan evaluasi berkala untuk memaksimalkan manfaatnya. Dengan demikian, QR Code dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan di Grand Kartika Kota Gunungsitoli.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemanfaatan kode *Quick Response* dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan di Restaurant Grand Kartika Kota Gunungsitoli, maka saran yang diberikan ini semoga bermanfaat. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan agar memastikan semua karyawan restoran memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan QR Code dan

membantu pelanggan yang memerlukan bantuan. Agar para karyawan harus siap untuk menjelaskan cara mengakses menu digital atau melakukan reservasi *online*.

2. Disarankan agar melakukan evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas penggunaan QR Code dalam meningkatkan operasional pelayanan pelanggan. Memantau berapa banyak reservasi yang dilakukan secara *online*, penggunaan menu digital, dan umpan balik pelanggan terkait dengan QR Code.
3. Disarankan agar semua QR Code berfungsi dengan baik dan terhubung ke sumber daya yang sesuai. Pemeliharaan teknologi yang baik akan membantu menghindari gangguan dalam layanan pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- <sup>6</sup> Dhidhin Noer Ady Rahmanto dan Nasrulloh (2020) *Risiko Dan Peraturan: Fintech Untuk Sistem Stabilitas Keuangan*
- Durianto dalam Suryadi (2016) *industri makanan dan restoran dan fast food* Jakarta: Erlangga
- <sup>2</sup> Fitzsimmons, J.A., & Fitzsimmons, M.J. 2019. *Service Management*. New York: McGraw-Hill.
- Hanif, Al Fatta. 2018. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*, Yogyakarta.
- Haughee. Eric. 2017. *Instant Sublime Text Starter*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Hermawan. 2019. *Mudah Membuat Aplikasi Android*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hidayatullah, Priyanto & Kawistara Jauhari K. 2017. *Pemrograman Web*. Bandung: Informatika Bandung.
- Ninemeier dan Hayes. 2019. *Restaurants Operations Management Principles and Practices*. Pearson.
- Kasmir. 2018. *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler (2018) *Pelayanan* Bandung: Informatika Bandung
- Lillicrap dan Cousins (2017) *Restoratoran dan Tujuannya* Jakarta: Bumi Aksara
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. (2017) *Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Rosdakarya
- <sup>6</sup> Muhammad Irzan Fikri Dalimunthe (2019) *Implementasi Fintech Terhadap UMKM Di Kota Medan Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia*
- <sup>1</sup> Praselia, Afrizal. 2017. *Aplikasi Berbagi Kontak Menggunakan QR Code untuk Smartphone Android. Teknik Informatika, Fakultas Teknik. Universitas PGRI Yogyakarta*.
- <sup>2</sup> Rangkuti, Freddy. 2022. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- <sup>1</sup> Rosa dan M. Shalahuddin. 2018. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.

Sugiyono P. D (2018:55). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta

Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif* Bandung: CV.Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

# ANALISIS PEMANFAATAN KODE QUICK RESPONSE DALAM MENINGKATKAN OPERASIONAL PELAYANAN DI RESTAURANT GRAND KARTIKA KOTA GUNUNGSITOLI

## ORIGINALITY REPORT

<b>36%</b>	<b>36%</b>	<b>3%</b>	<b>20%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b> Internet Source	<b>13%</b>
<b>2</b>	<b>kitab-investasi.blogspot.com</b> Internet Source	<b>7%</b>
<b>3</b>	<b>repository.unpkediri.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>www.lontar.ui.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repository.bsi.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>digilib.iainkendari.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>repository.unmuhjember.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universitas Sebelas Maret</b> Student Paper	<b>1%</b>

9	Internet Source	1 %
10	<a href="https://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="https://bpkad.jogjakota.go.id">bpkad.jogjakota.go.id</a> Internet Source	1 %
12	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1 %
13	<a href="https://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="https://ejournal.unsrat.ac.id">ejournal.unsrat.ac.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%

# ANALISIS PEMANFAATAN KODE QUICK RESPONSE DALAM MENINGKATKAN OPERASIONAL PELAYANAN DI RESTAURANT GRAND KARTIKA KOTA GUNUNGSITOLI

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---

PAGE 46

---

PAGE 47

---

PAGE 48

---

PAGE 49

---

PAGE 50

---

PAGE 51

---

PAGE 52

---

PAGE 53

---

PAGE 54

---

PAGE 55

---

PAGE 56

---

PAGE 57

---

PAGE 58

---

PAGE 59

---

PAGE 60

---

PAGE 61

---

PAGE 62

---

PAGE 63

---

PAGE 64

---

PAGE 65

---

PAGE 66

---