

Analisis Pengaruh Layanan Drive Thru terhadap Kepuasan Konsumen Makanan Cepat Saji di Pekanbaru

Fenny Irawan¹, Nova Dwi Nananda², Imam Hafizky³, Regita Cahyani⁴

1,2,3,4 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Riau

e-mail : fennyirawan0000@gmail.com¹ , novadwinanda00@gmail.com² ,
imamhafizky15@gmail.com³ , regitacahyani408@gmail.com⁴

Abstrak

Sistem penjualan Drive Thru cukup terkenal di Indonesia dan digunakan oleh beberapa restoran cepat saji seperti: McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut dan lain-lain. Sistem ini diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan kepada pelanggan, ketika konsumen membeli makanan seperti nasi ayam, kentang goreng, hamburger, dll tidak perlu turun mobil. Mereka hanya perlu melakukan transaksi dan membayar langsung ke tempat yang telah disediakan. Sistem ini tentu menarik perhatian dan menjadi model bagi perusahaan lain. Maka penulis mencoba menganalisis sistem penjualan Drive Thru. Setelah dianalisis, diketahui bahwa sistem masih memiliki beberapa permasalahan yang perlu mendapat perhatian, antara lain keluhan konsumen akibat lambatnya respon dari tim restoran. Selain ini juga terdapat permasalahan inefisiensi waktu karena pada saat tim melakukan proses pembayaran tidak dapat melakukan pemesanan produk secara bersamaan. Oleh karena itu, pelanggan pada antrian berikutnya harus menunggu pelanggan pertama. Pelanggan sudah selesai membayar dan otomatis antrian ke belakang akan lebih panjang bila pelanggan banyak.

Kata kunci : *Sistem, Drive Thru, Transaksi*

Abstract

The Drive Thru sales system is quite well known in Indonesia and is used by several fast food restaurants such as: McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut and others. This system is expected to provide fast and satisfying service to customers, when consumers buy food such as chicken rice, fries, hamburgers, etc. no need to get out of the car. They only need to make transactions and pay directly to the place provided. This system has certainly attracted attention and has become a model for other companies. So the author tries to analyze the Drive Thru sales system. After analysis, it was discovered that the system still had several problems that needed attention, including consumer complaints due to slow response from the restaurant team. Apart from this, there is also the problem of time inefficiency because when the team carries out the payment process they cannot order products simultaneously. Therefore, the customer in the next queue must wait for the first customer. The customer has finished paying and the queue to the back will automatically be longer if there are a lot of customers.

Keywords: *System, Drive Thru, Transaction.*

PENDAHULUAN

Di era teknologi informasi yang semakin berkembang saat ini, masyarakat sebagai pengguna informasi telah banyak berubah. Komputer yang mempunyai peranan sangat penting dalam pendistribusian informasi juga berperan dalam pengolahan, penyimpanan dan

produksi informasi. Begitu pula dengan dalam menjalankan suatu usaha akan menuai banyak manfaat terutama dari segi kemudahan dan efisiensi dari segi tenaga dan waktu. Dalam setiap bisnis, perkembangan teknologi komputer dan informasi menjadi salah satu faktor utama dalam berkembangnya suatu bisnis dan tentunya harus berkembang dengan baik. Selain tersebut, fasilitas pendukung lainnya seperti peralatan dan sumber daya manusia (SDM) juga perlu dipersiapkan berbasis teknologi informasi yang semakin canggih.

Sektor makanan dan minuman mempunyai potensi yang sangat menjanjikan. Dengan jumlah penduduk jiwa pada tahun 2010 mencapai 259.940.857 jiwa, tentunya terdapat jiwa dengan kebutuhan pangan sehari-hari. Oleh karena itu, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi perusahaan makanan dan minuman. (Jumlah penduduk Indonesia adalah 259 juta jiwa, pada tahun 2011). Permintaan pasar senilai Rp 4,444 triliun ini tentunya terdiri dari berbagai karakteristik pengguna jasa makanan dari berbagai jenis. Salah satu dari jenis restoran yang dikenal masyarakat Indonesia adalah restoran cepat saji atau biasa dikenal dengan **fast food**. Layanan unik yang hanya dimiliki restoran cepat saji adalah **drive-thru**.

Drive-thru pertama diperkenalkan pada tahun 1930 di Amerika Serikat oleh seorang pria bernama Jordan Martin. Pada mulanya layanan ini pertama kali diperkenalkan di industri perbankan dan pertama kali diterapkan di Grand National Bank of St.Louis, Missouri. Drive Thru merupakan layanan yang dinilai modern, konsumen dapat dengan mudah memesan minuman dan makanan bahkan tanpa turun dari bus. Pada sistem drive-thru, konsumen mengunjungi restoran pilihannya dan dapat memesan item dari menu tanpa harus masuk ke restoran. Layanan ini dinilai menjadi solusi yang cocok bagi konsumen yang hanya ingin mengemas makanannya tanpa harus terburu-buru ke restoran. Hadirnya drive thru membuat konsumen tidak perlu keluar dari mobilnya sehingga akan tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan bentuk menimbulkan kesan positif dan rasa percaya agar mereka tetap menggunakan produk dan jasa, bahkan secara tidak langsung merekomendasikannya kepada konsumen lain, berkat itu segera menambah waktu bagi konsumen baru. keinginan dan kebutuhan konsumen. Suatu pelayanan dapat dinilai memuaskan apabila dapat memenuhi standar keinginan dan harapan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan yang dialami konsumen berupa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk atau jasa yang diterima.

Tinjauan Pustaka

Layanan Drive Through/Drive Thru

Menurut Soekresno (2000) "Drive Through" atau "Drive Thru" adalah suatu usaha atau restoran yang melayani konsumen yang masih berada di dalam kendaraannya. Pemesanan dilakukan dan pelayanan diberikan melalui konter khusus, sedangkan konsumen tetap berada di dalam kendaraannya. Bentuk pelayanan ini pertama kali diperkenalkan oleh restoran Red's Giant di Amerika Serikat pada tahun 1947. Sebab menurut review konsumen, Drive thru merupakan layanan yang cocok bagi masyarakat yang tidak punya banyak waktu dan menginginkan kecepatan serta kemudahan. Berikut beberapa contoh bisnis yang juga menggunakan Drive Thru :

1. Jasa perbankan
2. Jasa medis atau farmasi
3. Jasa restoran atau makanan cepat saji
4. Telepon, listrik, meteran pembayaran asuransi, dll.

Tujuan dari layanan drive thru adalah untuk memudahkan konsumen yang ingin cepat menerima produknya namun ragu untuk turun dari bus. Manfaat penggunaan drive thru bagi konsumen adalah: Konsumen akan mendapatkan makanan segar dengan cepat dan mudah tanpa harus keluar dari mobilnya. Keuntungan drive-through bagi pemilik usaha adalah usaha dapat menjual lebih banyak produk kepada konsumen dalam waktu yang lebih singkat dan usaha dapat mengurangi jumlah kursi yang dilayani di konter. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan saat melakukan layanan drive thru:

1. Kecepatan layanan

2. Keakuratan pesanan
3. Tampilan pada papan menu
4. Suara speaker jernih.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan kecewa atau puas seseorang ketika menggunakan kinerja (atau hasil) suatu produk dibandingkan dengan harapannya (Ika, 2021). Definisi lain dari kepuasan konsumen adalah kepuasan konsumen dapat dilihat dari sikap dan perasaan terhadap produk dan jasa suatu perusahaan (Nyoman et al, 2021). Sedangkan menurut (Aurelia et al, 2019), tingkat kepuasan konsumen sebesar berdasarkan kualitas produk dan waktu pembelian produk. konsumen merasa tidak puas jika suatu layanan atau produk tidak memenuhi harapan mereka. Indeks kepuasan konsumen menurut (Khotim & Nia, 2021) antara lain: Promosi , Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kemudahan Akses . Sedangkan menurut (Hamdanur et al. , 2021), indikator pembentuk kepuasan konsumen adalah: Kesesuaian dengan harapan, minat beli ulang, kemauan merekomendasikan.

METODE

Penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian internet. Riset internet adalah metode pengumpulan data menggunakan alat, mesin pencari, dan teknologi lainnya di Internet, di mana semua informasi tersedia pada waktu yang berbeda. Pencarian di internet berguna bagi penulis untuk menemukan file atau data yang ketepatan waktu, kelengkapan, dan ketersediaan datanya tersedia untuk tahun yang berbeda. Mencari data di Internet dapat dilakukan dengan cara mencari, browsing, browsing atau mendownload.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerapkan prosedur system

Pada bagian ini penulis ingin menjelaskan secara singkat proses dari sistem operasi yang ada pada restoran khususnya sistem penjualan melalui Drive Thru. Tata cara menjalankan sistem pada restoran adalah sebagai berikut:

1. Login Number Crew

Setiap tim restoran mempunyai nomor ID, nomor ID setiap tim berbeda-beda. Nomor ID berguna untuk memasukkan setiap entri register . Jika nomor ID tidak dimasukkan maka entri register tidak dapat digunakan. Setiap kru yang bertanggung jawab di stasiun pendaftaran login dengan nomor kode.

2. Greeting

Setiap tim dengan kode yang terhubung harus mengucapkan (sapaan/selamat datang) kepada pelanggan. Contoh: selamat siang, selamat datang di restoran, silakan memesan.

3. Order Product

Pelanggan akan memberikan pesannya kepada kru layanan , dan kru layanan akan masukkan pesanan tersebut di stasiun registrasi yang terhubung dengan nomor identifikasi pelanggan.

4. Key In Product

Product Customer diinput di register.

5. Payment

Pembayaran dibagi menjadi dua, yaitu: tunai dan non tunai. Secara tunai, pelanggan hanya perlu memberikan sejumlah uang sesuai dengan total nilai produk yang dipesan. Sedangkan tanpa uang tunai, dengan kartu kredit atau debit, kru cukup menggesek kartu kredit atau debit pelanggan di mesin EDC yang tersedia.

6. Cetak Struk

Setelah pembayaran dilakukan, resi pesanan dapat diberikan kepada pelanggan sebagai bukti transaksi.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian bahwa Service Quality berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada layanan Drive thru. Dan Responsiveness merupakan factor yang paling dominan dari service quality yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan drive thru makanan cepat saji. Dan pengaruh Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran, karena itu Perusahaan harus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya karena internet menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita baik/buruk dengan cepat ke seluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler. (2009). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm* 5th Edition. McGraw-Hill : New York
- Aurelia, G. S., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Analisis Customer Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Customer Retention. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 10–21.
- A.S, Rosa et al., 2016, “Rekayasa Perangkat Lunak”, Penerbit Informatika, Bandung Milawati Hartono. Pengertian, Komponen Dan Contoh Use Case Diagram di ambil dari: <https://milawatihartono.wordpress.com/2016/03/31/use-case-diagram/> (02 April 2018)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta, CV.
- Tjiptono Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi: Yogyakarta.
1986. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta : Rajawali.
- Cousin, Foscett, Gillespie. 2002. *Food and Beverage Management* Second Edition. New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2011. *Operations Management* Tenth Edition. New Jersey :Prentice-Hall Inc.
- Nurtopo, Henricus Bambang. 2007. *Analisis Efektivitas Layanan Drive Thru Menurut Persepsi Konsumen*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.