

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN 7P DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI UNCLE BILL'S RESTO MAKASSAR

Frans Billyantho¹, Manuel August Todingbua², Petrus Ma'na³

^{1,2,3}Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar

Email: fransbill581@ymail.com

Abstrak

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk ditawarkan, tidak hanya didasarkan pada pertimbangan harga, namun juga terdapat beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat bauran 7P dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Uncle Bill's Resto Makassar. Metode penelitian yang digunakan metode dekriptif kualitatif dengan analisis melalui skala Likert. Metode pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, lokasi, proses, dan bentuk fisik berperan sangat penting dalam mendukung loyalitas pelanggan di Uncle Bill's Resto Makassar. Sedangkan sumberdaya manusia perlu perbaikan untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan di Uncle Bill's Resto Makassar.

Kata kunci: bauran 7P; loyalitas pelanggan; fasilitas layanan; peningkatan penjualan

Abstract

Purchasing decisions made by consumers on products offered are not only based on price considerations, but there are also several considerations made by consumers. This study aims to determine the factors that support and inhibit the 7P mix in increasing customer loyalty at Uncle Bill's Resto Makassar. The research method used is a qualitative descriptive method with analysis through a Likert scale. Data collection methods through observation, questionnaires, and interviews. The results of the study indicate that products, prices, promotions, locations, processes, and physical forms play a very important role in supporting customer loyalty at Uncle Bill's Resto Makassar. Meanwhile, human resources need improvement to further increase customer loyalty at Uncle Bill's Resto Makassar.

Keywords: 7P mix; customer loyalty; service facilities; increased sales

1. Pendahuluan

Keputusan pembelian atau konsumsi yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk (Product) ditawarkan atau disediakan oleh Perusahaan, tidak hanya didasarkan pada pertimbangan harga, namun juga terdapat beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen. Pertimbangan yang dimaksud adalah bentuk fisik barang (Physical Effidence), Inisiatif karyawan (People), dan juga proses distribusi barang atau jasa (Process) yang dilakukan oleh karyawan atau Perusahaan. Istofia Zulfa (2022) mengatakan bahwa pencapaian tujuan dan sasaran dapat dicapai melalui marketing mix 7 P untuk menciptakan keunggulan bersaing. Uncle Bill's Resto Makassar merupakan usaha resto dalam menjual makanan dan minuman (food and beverage). Dalam melakukan produksi dan penjualan produk, Uncle Bill's Resto memberdayakan 14 karyawan yang masing-masing mempunyai

tugas yang berbeda, mulai dari proses produksi makanan dan minuman, pelayanan bagi konsumen hingga kasir.

Fenomena yang dialami saat ini oleh usaha Uncle Bill's Resto adalah setahun terakhir ini (tahun 2023 hingga 2024) jumlah penjualan menurun, dalam hal pelayanan mengalami Slow Responce Service, pengalaman kerja karyawan yang relatif masih kurang, dan kurangnya inisiatif karyawan terhadap penawaran produk makanan dan minuman pada konsumen, pada produk makanan dan minuman yang lain. Mathis, et.al. (2003) mengatakan bahwa kemampuan dalam melakukan perubahan-perubahan bentuk produk (innovation) dan semangat kewirausahaan, menciptakan kualitas produk yang unik, memiliki keahlian yang khusus, memberikan pelayanan yang berbeda dan kemampuan produktivitas yang berbeda merupakan keunggulan sumber daya manusia dalam strategi kompetitif perusahaan.

Mardalis (2005) mengatakan bahwa persaingan yang ada tidak hanya didasarkan pada pengaruh globalisasi namun juga dipengaruhi pada pelanggan semakin cerdas, pemahaman terhadap harga, dan selektif dalam melakukan pembelian. Perilaku konsumen yang demikian akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Arif Rachman Putra, et.al. (2022) menambahkan gaya hidup memberikan pengaruh pada pembentukan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan indikator seorang konsumen atau pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi. Kotler P., Hayes, Thomas (2002) menyatakan terdapat alasan perusahaan perlu loyalitas konsumen yaitu: Pertama pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya konsumen loyal akan memberi pengaruh terhadap penerimaan bagi perusahaan, Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan. Mowen (1998) menambahkan bahwa loyalitas konsumen merupakan tanggapan positif konsumen terhadap suatu produk setelah melakukan konsumsi, dan melakukan pembelian pada waktu yang akan datang.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah Deskriptif Kualitatif yaitu penelitian yang sifatnya pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Anggito & Setiawan, 2018). Penelitian ini dilakukan pada Uncle Bill's Resto yang beralamat pada Ruko Gajah Mada no. 1 dan 2, jalan Metro Tanjung Bunga, Makassar. Teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan skala Likert.

Parameter yang diamati dalam penelitian ini adalah produk, harga, promosi, lokasi, sumberdaya manusia, proses, dan bentuk fisik.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Produk (Product)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa pada produk (product) makanan dan minuman pada Uncle Bill Resto telah memenuhi ekspektasi pelanggan dengan nilai hasil kuesioner

yaitu 87,33 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Maxi:

“Secara keseluruhan untuk variasi menu saya cukup variatif, karena bukan Cuma ada makanan berat, tetapi juga ada makanan ringan, seperti kue-kue tradisional, roti, dan kopi. Olehnya jadi menurut saya mesti ada ciri khusus atau yang ingin ditonjolkan dari semua ini apa, karena akan sangat berpengaruh. Dari sisi citarasa bagus, dari sisi karakteristik juga bagus, hanya saja mungkin yang perlu kembali kepada yang kita mau branding, dari semua ini yang menjadi unggulan kita itu apa itu yang penting, karena ini yang kemudian nanti kita mesti sosialisasikan ke pelanggan bahwa kita punya unggulan, contoh misalkan dari tampilan luar itu kan crab, sementara crab inilah yang harusnya menjadi, ibaratnya kalo orang ingin cari crab terenak harusnya di Uncle Bills, cuman saja ini tidak tersosialisasi dengan baik malah justru menu- menu lain yang terlihat, padahal dari luar tampilannya crab. Untuk ketersediaannya saya kurang tau, karena ini urusan dapur dari sisi resto, cuman ada beberapa kali contoh misalkan crab, orang mau pesan crab tapi crabnya tidak ada. Produk unggulannya yaitu crab, karena jika kita lihat branding dari luar itu kan crab, sementara jika kita ke Uncle Bills bukan itu yang menjadi menu utama. Dari sisi makanan jika sekedar makan enak dan dari sisi rasa variatif menurut saya bagus, cuman kan tentu setiap orang beda-beda”.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Dalam Skala Likert

Mix Marketing	Skala Likert (%)	Kriteria
<i>Product</i>	87,33	Sangat Baik
<i>Price</i>	85,33	Sangat Baik
<i>Promotion</i>	84,27	Sangat Baik
<i>Place</i>	80,53	Sangat Baik
<i>People</i>	79,60	Baik
<i>Process</i>	81,47	Sangat Baik
<i>Physical Evidence</i>	93,00	Sangat Baik

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Rudi Manurung:

“Untuk kebutuhan saya menu sudah beragam, karena kebutuhan saya hanya kopi, snack- snack, dan sesekali makanan, tetapi kembali lagi bukan Cuma saya saja pelanggannya Uncle Bill’s, ada banyak yang lain kebutuhan mereka. Jadi satu orang saja saya rasa belum cukup. Untuk kebutuhan saya yang penting kopi dengan berbagai variasi, itu tersedia serta cemilan juga, ada gorengan, ada kue-kue, itu sudah cukup untuk menemani kopi yang sudah saya pesan. Untuk citarasa itu kan relatif, tapi menurut saya itu sudah bagus, tapi bagus itu sendiri kan bukan angka tertinggi, artinya selalu untuk bisa diperbaiki, rasanya apa dan apa dan bagaimana lagi. Untuk kopi yang saya sukai adalah kopi hitam dan kopi gula aren, untuk kopi gula aren mungkin perlu diperbaiki, tapi untuk kue-kue teman kopi saya rasa sudah cukup variatif, rasanya juga sudah cukup mendukung sambil meminum kopi yang dipesan. Untuk persediaannya perlu ditambah, seperti minuman, kadang saya datang bersama teman atau relasi, mereka kadang ada yang tidak minum kopi, mereka butuh jus dan minuman lainnya, mungkin jus boleh ditambah. Kue-kue Uncle Bills, itu contohnya kue mantou rasanya sedikit berbeda rasanya lebih gurih dibanding mantou yang saya makan pada umumnya, tapi mungkin itu kena di selera saya, tapi selera yang lain mungkin boleh dicoba. Selalu harus dikeluarkan dalam menu yang tersedia, karena dicampur kopi panas yang saya pesan itu enak sekali. Untuk

ekspektasi saya sudah dapat, makanannya sudah kena di saya. Untuk makanannya saya pernah makan nasi goreng, bakso, mie kering dan bihun krispy semua sudah mantap.

3.2 Harga (Price)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa pada harga (price) makanan dan minuman pada Uncle Bill's Resto telah memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal harga dengan nilai hasil kuesioner yaitu 85,33 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Maxi:

“Untuk harga sendiri saya lihat, ada Rp.35,000 sampai Rp.200,000 untuk family, jadi jika kita berhitung misalkan, ini ada kaitannya dengan location, misalkan orang mau datang di Uncle Bill's, yang dimana itu kan tidak banyak tempat yang menjual, contoh kalo kita ke mall dan makan di suatu tempat bisa makan dan pilih tempat berapa, nah ini kan kita datang ke Uncle Bill's benar-benar mau makan, betul-betul ingin di kunjungi. Untuk sisi harga secara umum ekspansif tapi di lihat secara sisi fasilitas juga oke, karena harga itu mengikuti fasilitas dan rasa, jadi menurutku secara umum standar, tidak mahal dan tidak murah. Tidak juga, karena harga makanannya mirip-mirip dengan resto lain”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Rudi Manurung:

“Harganya standar, ditempat lain juga kira-kira begitu, tapi saya tidak tau orang lain menganggap bagaimana, karena saya pergi sekitar kota juga harganya segitu. Iya sesuai, cukup nyaman, bersahabat sekali, pemilik maupun pelayannya sudah cukup akrab, sangat nyaman saya rekomendasikan dengan teman-teman yang lain untuk makan siang atau sekedar ngopi-ngopi. Saya tidak berani bandingkan, mungkin harganya boleh sedikit lebih kompetitif dengan tidak mengurangi rasa dan jumlah porsinya”.

3.3 Promosi (Promotion)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa pada promosi (promotion) Uncle Bill's sangat memperhatikan promosi makanan dan minumannya. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yaitu 84,27 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Fahmi:

“Saya pernah lewat di depan resto Uncle Bill's selalu menyediakan banyak voucher dan ownernya yang selalu ngajak ngobrol saat berkunjung. Promo biasanya tahu dari ownernya langsung, dan juga biasanya info promosi lewat telephone”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Rudi Manurung:

“Kebetulan saya bertetangga kantor, kami bersebrangan dan saya coba-coba mampir ke resto tempatnya nyaman, santai, sejuk, kadang beberapa tamu yang tidak sempat janji di luar kantor saya boleh sarankan mereka untuk ketemu di resto. Promo cukup menarik, cukup membantu khususnya bagi pengguna kartu kredit. Promosi pengguna kartu kredit BCA itu bisa di tingkatkan dan tanpa kartu kredit juga boleh promosi, contoh beberapa kali kunjungan dapat 1 kali free, itu sangat menarik. Spanduknya ada di pajang didepan Uncle Bills Resto”.

3.4 Lokasi (Place)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa pada lokasi (place) Uncle Bill's resto cukup strategis. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yaitu 80,53 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Rudi Manurung:

“Sangat mudah diakses, karena ada di ruko Gajahmada jl. Metro Tanjung Bunga, persisnya disebelah hotel Colonial, di sebelah ekspedisi PT. Malino Nirwana Trans, dan dari arah tanjung mengarah ke kota ada deretan ruko-ruko panjang, belok kiri itu restonya ruko pertama di pojok, sangat menyolok dan sangat mudah di dapat serta tempat parkirnya cukup luas. Lokasinya cukup strategis”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Fahmi:

“Untuk transportasi umum mudah dijangkau karena bus berlalu lalang di sekitaran Tanjung, restonya selalu di lewati saat dari arah Galesong ke pantai. Lokasinya cukup strategis”.

3.5 Sumberdaya Manusia (*People*)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa sumberdaya manusia (*people*) Uncle Bill’s resto cukup baik namun perlu perbaikan. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yaitu 79,60 dengan kriteria Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Maxi:

“Secara keseluruhan pelayanannya bagus. Dari sisi waitres perlu di tingkatkan dan harus punya seragam khusus. Untuk kasir harus konsisten berada di meja kasir. Perlu di upgrade, yaitu pertama dari sisi tablemannernya, greetings ketika tamu pertama masuk, dan ketika menyajikan terus komunikatif, kemudian jika perlu bisa paham semua menu dan dapat mempromosikan menunya”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Silvia:

“Pelayanan bagus, sikapnya ramah, dan bagus serta cepat, dan biasanya jika ada sedikit masalah transaksi anaknya si owner, langsung turun tangan. Pelayanan sangat sopan dan ramah. Semua bagus, karena saat kita di resto ownernya juga langsung menyapa, duduk, dan ngobrol bersama”.

3.6 Proses (*Process*)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa proses (*process*) di Uncle Bill’s resto telah baik. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yaitu 81,47 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Maxi:

“Untuk ketepatan masih masuk atau standar artinya tidak cepat dan tidak lama. Untuk ketepatan waktunya dapat atau bisa menyediakan makanan dengan baik dan tidak terlalu menunggu lama, mungkin salah satunya karena tidak banyak orang yang datang, sehingga waitresnya tidak kewalahan. Untuk pesanan makannya cepat, dan bisa menyediakan makanan dengan baik. Pembayaran di depan kasir cukup lancar, itu karena mereka bisa menyediakan fasilitas pembayaran bisa lewat tunai, autodebit, dan Qris”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Fahmi:

“Makanan siap, kurang lebih 8 sampai 10 menit. Jika order kembali siap kurang lebih 8 sampai 10 menit juga. Untuk penyajian makanannya sangat baik. Datang tepat waktu, jadi tidak menunggu lama. Untuk proses pembayarannya sebentar saja, cukup cepat pelayanannya, tergantung ramai tidaknya”.

3.7 Bentuk Fisik (*Physical Evidence*)

Pada Table 1 menunjukkan bahwa bentuk fisik (*physical evidence*) Uncle Bill’s resto telah sangat baik. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yaitu 93,00 dengan kriteria Sangat Baik, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Ibu Silvia:

“Untuk furniturnya sangat bagus, justru itu saya pernah buat acara ulang tahun di Uncle Bills, mereka menyediakan fasilitas ada sound system dan segala macam lainnya, serta mengatur keperluan yang kita butuhkan. Untuk peralatannya sangat bagus dan mewah. Nuansa interiornya bagus dan suasana interiornya nyaman. Ruangan bagus, bersih, wangi dan tisuanya tersedia.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Fahmi:

“Untuk furniturnya sangat bagus dan saya sangat suka. Peralatannya sangat bagus, bersih dan warna peralatannya konsisten semua warna putih. Interiornya sangat bagus, nuansanya cantik, dan ruangnya enak di pandang. Kamar kecil sangat bagus, bersih dan presentative.

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara menunjukkan bahwa produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), proses(*process*) dan bentuk fisik (*physical evidence*) mempunyai kriteria sangat baik berdasarkan skala Likert yang ditunjang oleh hasil wawancara. Hal ini menunjukkan bahwa makanan dan minuman dari Uncle Bill’s Resto telah memenuhi kriteria dari pelanggan dari segi menu, variasi, cita rasa, ketersediaan bahan, harga terjangkau, merek menarik dan dikenal, ketersediaan diskon perbakan, voucher diskon Uncle Bill’s, lokasi strategis dan mudah dijangkau, proses pembuatan makanan cukup cepat, dan tempat bersantap sangat memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.

Adapun yang masih perlu diperbaiki adalah sumberdaya manusia (*people*) dengan kriteria pada skala Likert adalah baik yang ditunjang pula dengan hasil wawancara. Perbaikan yang perlu dilakukan pada sumberdaya manusia adalah dalam hal pelayanan berupa keterampilan dalam menyajikan makanan dan pelayanan pembayaran pada kasir. Untuk meningkatkan pelayanan tersebut perlu dilakukannya pelatihan sumberdaya manusia berupa pelatihan standar operasional prosedur dalam hal pelayanan baik dalam penyajian makanan dan minuman, maupun dalam hal keramahan dalam melakukan order makanan dan minuman serta pelayanan dalam hal pembayaran di kasir.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan:

1. Faktor-faktor yang mendukung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh Uncle Bill’s adalah produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), proses(*process*) dan bentuk fisik (*physical evidence*).
2. Faktor yang menghambat dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh Uncle Bill’s adalah sumberdaya manusia (*people*).

5. Daftar Pustaka

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metode Penelitian Kualitatif (Ella Deffi). Sukabumi: CV Jejak.
- Arif Rachman Putra, Muhammad Mas Davit Herman Rudiansyah, Didit Darmawan, Rahayu Mardikaningsih, E. A. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart. OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2(1), 71–85.
- Bontis, N., William Chua Chong, K., & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. Journal of Intellectual Capital, 1(1), 85–100.

Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UKJ Paulus, Makassar 12 Juli 2024

- Duffy, J. (2001). Measuring Customer Capital, Strategy & Leadership. Emerald Insight Journals, 8(5), 10-15.
- Istofia Zulfa, T. H. (2022). Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA), 2(1), 299–314.
- Kotler P., Hayes, Thomas, B. P. N. (2002). Marketing Professional Service. Prentice Hall International Press.
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. BENEFIT, 9(2).
- Mathis, R. L. J. H. J. (2003). Human Resources Management. South Western, Thomson Learning.
- Mowen, J. C. dan M. M. (1998). Consumer Behavior (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Inc.