



Pengaruh *self service technology* terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemi covid-19 pada model bisnis restoran

Gita Fitri Desanuari¹, Regi Ludtriani²

^{1,2}Universitas Koperasi Indonesia

¹gitaafitri29@gmail.com, ²regiludtriani@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

15 Agustus 2022

Disetujui :

20 Agustus 2022

Dipublikasikan :

25 Agustus 2022

ABSTRAK

Memberikan kemudahan dan inovasi system layanan cepat dan mandiri yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi merupakan keinginan yang selalu menjadi cara untuk bertahan dalam kondisi seperti saat ini sehingga dapat menjadi suatu kunci kesuksesan sebuah usaha. *Self-Service Technology* adalah contoh dari pelayanan konsumen yang dapat dioptimalkan sehingga mendorong konsumen untuk tetap dapat bertransaksi dengan control mereka sendiri dibandingkan dengan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengembangan Usaha dan Kepuasan Konsumen dimasa pandemic Covid-19 s benar dapat dipengaruhi oleh *Self-Service* yaitu pelanggan dapat melakukan semua layanan yang ada pada restoran secara mandiri dan Automatic tanpa melibatkan pelayan dan layanan diberikan secara personal. Penelitian ini berbentuk studi kasus pada satu restoran yang berada di Jatiangor, Kabupaten Sumedang. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung ke Owner restoran dan menggunakan kuisioner untuk konsumen.

Kata Kunci: *Self Service Technology*, pengembangan usaha, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Providing convenience and innovation of a fast and independent service system that suits the needs and conditions is a desire that has always been a way to survive in conditions like today so that it can be a key to the success of a business. Self-Service Technology is an example of customer service that can be optimized so as to encourage consumers to still be able to transact with their own control compared to before. This study aims to determine whether Business Development and Consumer Satisfaction during the Covid-19 pandemic can really be influenced by Self-Service, namely customers can perform all services in the restaurant independently and automatically without involving waiters and services are provided personally. This research is in the form of a case study on a restaurant located in Jatiangor, Sumedang Regency. Data was collected by direct interviews with restaurant owners and using questionnaires for consumers.

Keywords: *Self Service Technology. Business development, customer satisfaction*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 melanda dunia termasuk Indonesia di dalamnya. Adanya pandemi ini membuat setiap Negara memiliki kebijakan di untuk melindungi setiap warganya, termasuk Indonesia yang membuat kebijakan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilanjut dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sesuai arahan dari pemerintah. Dengan adanya pandemi seperti ini membuat dampak yang sangat besar terhadap sektor ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah melemahnya daya beli masyarakat secara luas.

Adanya kebijakan pembatasan di setiap kegiatan ini mengalami penurunan daya beli yang sangat signifikan, perekonomian di Indonesia mengalami penurunan akibat adanya pembatasan yang berkelanjutan dan terbatasnya aktivitas masyarakat yang berdampak pada penurunan permintaan domestik. Regulasi pengetatan di berbagai sektor dari adanya aturan pembatasan ini memberikan pengaruh terhadap naik turunnya sektor ekonomi. Penghasilan masyarakat yang menurun karena adanya pandemi menyebabkan sebagian besar sektor usaha mengurangi aktivitasnya ataupun tutup total serta angka pengangguran yang terus meningkat (Weny Andika, 2021) .

Merebaknya pandemi Covid-19 ini membawa pengaruh terhadap perilaku masyarakat khususnya terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang

tindakan konsumen selama mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, membuang produk dan jasa yang mereka harapkan akan kebutuhan mereka (Wisnblit, 2015). Penyebaran Covid-19 ini telah meluas ke berbagai belahan dunia termasuk pada wisata kuliner dalam hal ini adalah restoran. Restoran merupakan suatu usaha dalam bidang jasa boga yang memberikan pelayanan terhadap pemesanan makanan dan minuman untuk jamuan makanan, baik yang berskala besar maupun kecil (Riniwati dan Ekawatiningsih, 2019). Sebelum adanya pandemi ini industri restoran adalah salah satu tempat yang sangat ramai dikunjungi dan juga basis penjualannya tergantung pada aktivitas *dine-in* (makan ditempat). Perilaku konsumen pada masa pandemi Covid-19 tentunya banyak mengalami perubahan di berbagai pola belanja pada masyarakat. Masyarakat cenderung malas untuk membeli makanan secara langsung di restoran karena adanya ketakutan terjadinya kontak langsung dengan penjual. Perubahan perilaku konsumen ini tentunya terjadi akibat adanya kondisi yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut. Sehingga restoran saat ini berusaha mengikuti secara baik segala perkembangan, hal ini akan menentukan apakah restoran tersebut akan tetap bertahan atau bahkan berkembang lebih maju. Restoran yang berhasil mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengelola usahanya.

Untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan senantiasa dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan inovasi dan kreatifitas yang tinggi serta dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada pelanggan. Pada era teknologi informasi sekarang ini, keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari dukungan teknologi yang memiliki kemampuan dalam mengintegrasikan fungsifungsi dalam perusahaan menjadi kesatuan kerja yang efektif dan efisien. Teknologi sudah menjadi kebutuhan bahkan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan didalam diri dan cara-cara hidup di dalam masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini semakin memudahkan hidup manusia dalam melakukan semua aktivitas ataupun kegiatannya. Sebaliknya, teknologi tidak dapat terlepas dari manusia, dimana teknologi bisa dijalankan atau digunakan dengan bantuan manusia.

Dalam menghadapi masalah tersebut, *Self Service Technology* banyak mendapatkan perhatian dari beberapa restoran. Dengan model *Self Service Technology* ini memberikan banyak pengalaman baru yang menarik, baik bagi pelanggan maupun pemilik restoran. *Self Service Technology* (SST) adalah teknologi antarmuka yang mengizinkan pelanggan untuk memperoleh suatu jasa atau bertransaksi secara mandiri seperti layanan yang dilakukan oleh karyawan secara langsung (M. L. Meuter, A.L. Ostrom, R. I. Roundtree, and M.J Bitner). Konsep pelayanan yang bermula dari original face to face dengan pelayanan yang harus bertemu langsung berevolusi menjadi trend bahwa pelayanan bisa difasilitasi dengan menggunakan teknologi (S. Boon-itt). *Self Service Technology* adalah contoh dari pelayanan konsumen yang dioptimalkan sehingga memberikan pelanggan lebih banyak control di tangan mereka sendiri dibanding sebelumnya. *Self Service Technology* merupakan sistem informasi berbasis smartphone device yang dapat memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memesan menu makanan dari meja mereka masing-masing tanpa keterlibatan pelayan untuk mencatat pesanan mereka (I. Dewa Ayu Eka, 2018).

Self Service Technology merupakan bagian dari pengembangan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan memberikan inovasi layanan mandiri sesuai dengan kebutuhan pelayanan sehingga menjadi salah satu alasan untuk tetap bertahan atau semakin maju dalam usahanya. *Self Service Technology* dengan cepat telah mendapatkan daya tarik dalam industri restoran dan memiliki potensi untuk merevolusi hampir setiap aspek dari pengalaman menikmati menu makan dan *Self Service Technology* telah dipergunakan di restoran- restoran di Indonesia dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self Service Technology* mudah digunakan dan dapat memberikan kesenangan bagi penggunaannya. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sumur MooNyoo Jatinangor Kabupaten Sumedang. Peneliti memilih tempat ini dikarenakan hasil dari observasi lapangan dan informasi yang diterima bahwa tempat ini telah menggunakan *Self Service Technology* dalam pelayanannya terhadap konsumen. Penelitian ini dilakukan secara luring (luar jaringan) dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan (melakukan 3M, yaitu memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak sesuai dengan anjuran dari

pemerintah) dan daring (dalam yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (Pandji Anoranga, 2011). Pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha (Mulyadi Nitisusanthro).

Dari beberapa permasalahan yang sudah disampaikan maka solusinya adalah perubahan pada model bisnis yang lama dengan menghasilkan model bisnis yang baru dengan menerapkan konsep *Self Service Technology* (SST). Usaha kuliner yang menjadi objek penelitian ini adalah Sumur MooNyoo Jatinangor. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena data Pengaruh *Self-Service Technolgy* (X) terhadap Pengembangan Usaha (Y1) dan Kepuasan Konsumen (X2) di Masa Pandemi Covid-19 pada Model Bisnis Restaurant yang diperoleh ini berupa data kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (V. Wiratna Sujarweni, 2014). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variable yang diteliti.

Data dan Sumber

Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah data primer. Teknik pengumpulan data primer merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menarik informasi kuantitatif (V. Wiratna Sujarweni, 2014). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik data primer dan akan diolah.

- 1) Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan data hasil wawancara dan survei langsung di Sumur MooNyoo Jatinangor.
- 2) Peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya, maka sumber datadisebut responden, yaitu yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen di Sumur MooNyoo Jatinangor.

Metode Pengumpulan

Data Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian (Narimawati, 2010). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen aktif dan telah mengunjungi Sumur MooNyoo Jatinangor setidaknya selama 6 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Probability Sampling*. Data dianalisis dengan metode analisis data. Metode analisis data dikatakan sebagai proses menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil pengamatan yang seterusnya dilakukan pengelompokkan dan menguraikan ke dalam bentuk unit disertai sintesa yang kemudian disusun ke dalam pola sehingga terpilih data mana yang penting. Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh *Self-Service Technology* terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemic covid-19. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y1 dan Y2) dan variabel independen (X).

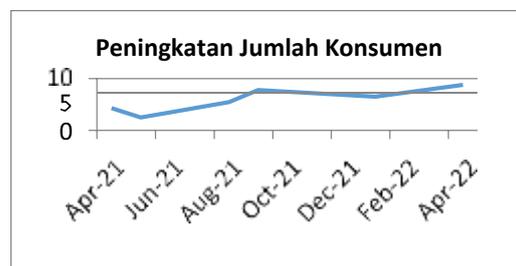
Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010:335), yang dimaksud menggunakan teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, menggunakan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola menentukan mana yang krusial dan yang akan dipelajari, dan membentuk kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis dari penelitian ini berlangsung beserta menggunakan proses pengumpulan data, maupun dilakukan selesainya data terkumpul.

- 1) Pengumpulan Data Pengumpulan data dilakukan secara observasi dan menyebarkan kuesioner. Menurut Mitchell, observasi yakni merupakan teknik yang digunakan untuk mengurutkan judul dalam membuat keputusan juga kesimpulan mengenai orang yang diamati, pengamatan ini tidak bisa berdiri sendiri, karena harus dilengkapi juga dengan penggunaan metode lain dari penilaian yang di lakukan. Menurut Sugiyono (2005:162) yang dimaksud kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
- 2) Penyajian Data, Bentuk penyajian data disajikan dalam bentuk deskriptif analitik secara logis yang megarah pada kesimpulan.
- 3) Penarikan Kesimpulan Penarikan kesimpulan menyangkut intrepertasi peneliti, yaitu pengembangan makna dari data yang ditampilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara pemilik restoran SuMur MooNyoo. Terlihat pada Gambar.1 data peningkatan jumlah konsumen sebelum menerapkan *Self-Service Technology* (bulan April 2021 – Juli 2021) meningkat 43% saat menerapkan *Self-Service Technology* (bulan Agustus 2021 – April 2022)



Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai adanya *Self-Service Technology* memberikan kemudahan dalam bertransaksi di SuMur MooNyoo pada masa Covid-19. Sangat setuju 54,2%, setuju 37,5%, cukup setuju 8,3%. Hal ini menunjukkan *Self-Service Technology* membantu konsumen untuk bertransaksi.



Gambar 2 Hasil kuisisioner kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai tingkat keamanan lebih terasa saat bertransaksi menggunakan adanya *Self-Service Technology* di SuMur MooNyoo pada masa Covid-19. 66,7% Sangat setuju, 25% setuju, 8,3% cukup setuju. Hal ini menunjukkan *Self-Service Technology* lebih aman digunakan oleh konsumen pada masa Covid-19.



Gambar 3 Hasil kuisisioner keamanan dalam bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai tingkat kepuasan saat bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology* di SuMur MooNyoo pada masa Covid-19. 54,2% Sangat setuju, 33,3% setuju, 12,5% cukup setuju. Hal ini menunjukkan konsumen merasa lebih puas saat bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*.



Gambar 4 Hasil kuisioner kepuasan dalam bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai memilih bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology* dibandingkan bertransaksi yang berkontak langsung dengan pelayan di SuMur MooNyoo pada masa Covid-19. 62,5% Sangat setuju, 20,8% setuju, 16,7% cukup setuju. Hal ini menunjukkan konsumen memilih *Self-Service Technology* sebagai system transaksi yang aman.



Gambar 5 Hasil kuisioner pilihan bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai adanya *Self-Service Technology* yang sudah diterapkan di SuMur MooNyoo membuat konsumen tidak takut untuk kembali bertransaksi pada masa Covid-19. 50% Sangat setuju, 33,3% setuju, 16,7% cukup setuju. Hal ini menunjukkan *Self-Service Technology* menjadi daya tarik konsumen terhadap restoran.



Gambar 6 Hasil kuisioner daya tarik bertransaksi menggunakan *Self-Service Technology*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai *Self-Service Technology* harus diterapkan pada setiap restoran untuk mengurangi kontak fisik antara pelanggan dan penjual. 66,7% Sangat setuju, 10,8% setuju, 12,5% cukup setuju. Hal ini menunjukkan *Self-Service Technology* lebih baik untuk diterapkan pada seluruh model bisnis restoran.



Gambar 7 Hasil kuisioner rekomendasi penggunaan *Self-Service Technology* pada restoran

PEMBAHASAN

Pengaruh *Self-Service Technology* Terhadap Pengembangan Usaha

Berdasarkan data hasil dari wawancara yang telah dilakukan pada pemilik restoran SuMur MooNyoo diketahui bahwa pengembangan usaha tersebut meningkat setelah menerapkan *Self-Service Technology* dalam menghadapi pandemi Covid-19. Pemilik pun menyebutkan bahwa penerapan *Self-Service Technology* pun dapat mengurangi kemungkinan terjadinya penyegelan restoran dikarenakan dengan menerapkan *Self-Service Technology* dianggap telah memenuhi salah satu prosedur protokol kesehatan pada masa pandemi.

Pengaruh *Self-Service Technology* Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil responden menunjukkan bahwa *Self-Service Technology* sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya tarik dan kepuasan konsumen dalam bertransaksi di SuMur MooNyoo

Jatinangor. Dengan menggunakan *Self-Service Technology* konsumen merasa puas dan aman untuk bertransaksi di restoran, konsumen juga tidak ragu untuk datang berkali-kali dan melakukan repeat transaksi pada restoran. Dimana hal tersebut dapat menjadi indikator juga terjadinya peningkatan jumlah konsumen dan pengembangan usaha walau dalam masa pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan model transaksi pada bisnis harus dilakukan mengingat setiap era industry harus diikuti dengan sebuah perubahan yang akan membawa para pelaku bisnis kearah yang lebih baik, dalam artian pelaku bisnis dapat bertahan kedalam situasi dan kondisi yang terjadi kedepannya. Daya tarik restoran dalam masa pandemic harus ditingkatkan melalui *Self-Service Technology* salah satunya, yang telah dibuktikan dalam penelitian ini bahwa konsumen memiliki ketertarikan terhadap technology tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021). Analisis Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran, Studi kasus di McDonald's TB
- Simatupang. Jakarta. *Jurnal Simki Pedagogia*, 4(1), 11–22. <https://jiped.org/index.php/JSE>
- Wijaya, A. (2020). Implementasi Konsep *Self-Service Technology* (SST) Pada Model Bisnis Restoran. *Seminar Nasional Dinamika Informatika 2020 Univeristas PGRI Yogyakarta*, 63–66.
- Yoseph Halim, Sandy Kosasi, Tony Wijaya, & Susanti M. Kuway. (2021). *Self- Service Technology* Berbasis Android Menggunakan RestFul Web Service Pada Bisnis Restoran. *Journal of Applied Computer Science and Technology*, 2(2), 73–82. <https://doi.org/10.52158/jacost.v2i2.174>
- Yuliani, I. D. A. E. (2018). *Self-Service Technology* Berbasis Smartphone Device pada Sistem Pemesanan Menu Makanan. *Proceeding Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 115– 120. <http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sensitek/article/view/36>