

Peningkatan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Minat Konsumen di Rest Area KM 49A Tol Bakauheni Palembang

Bintang Setiawan^{1*}, Defrizal²

^{1*,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di Rest Area 49A Tol Bakauheni Palembang dan menganalisis upaya yang dilakukan oleh pemilik Rest Area guna meningkatkan kualitas layanan, dengan harapan dapat merangsang minat konsumen untuk singgah. Metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif dengan pendekatan wawancara. Landasan teori yang digunakan mencakup aspek-aspek manajemen pemasaran, kualitas layanan, dan minat mengunjungi rest area. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan di Rest Area 49A mencakup fasilitas yang luas, seperti tempat parkir, fasilitas ibadah, dan kedai makanan yang bersih dan nyaman. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan mencakup responsibilitas yang cepat terhadap keluhan pelanggan, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, serta pelayanan yang ramah, santun, dan penuh tata krama. Dalam hal jaminan keamanan, Rest Area memberikan perlindungan kepada pengunjungnya. Pemilik Rest Area melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, termasuk peningkatan keamanan, peningkatan kenyamanan, dan peningkatan fasilitas guna memastikan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Minat Konsumen.

Abstract. This research aims to evaluate the quality of service at Rest Area 49A Bakauheni Palembang Toll Road and analyze the efforts made by the Rest Area owner to improve service quality, with the hope of stimulating consumer interest in stopping by. The research method applied is qualitative with an interview approach. The theoretical basis used includes aspects of marketing management, service quality, and interest in visiting rest areas. The research results show that the quality of service at Rest Area 49A includes extensive facilities, such as parking lots, worship facilities, and clean and comfortable food stalls. The services provided by employees include quick response to customer complaints, attention to customer needs, as well as friendly, polite, and polite service. In terms of security guarantees, the Rest Area protects its visitors. Rest Area owners make various efforts to improve service quality, including increasing security, increasing comfort, and improving facilities to ensure customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Consumer Interest.

* Corresponding Author. Email: bintangsetiawan60@gmail.com ^{1*}.

Pendahuluan

Salah satu dari faktor tersebut yang diduga dapat meningkatkan minat konsumen untuk singgah di rest area adalah kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan merupakan salah satu manajemen yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen. Sehubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen, maka kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama dalam sebuah perusahaan. Hal ini karena semakin banyak jumlah rest area yang ada, akan semakin menambah persaingan dalam meraih minat konsumen untuk mengunjungi rest area. Kualitas pelayanan adalah cara dalam memenuhi ke-butuhan dan ke-inginan konsument dengan cara penyampaian yang tepat untuk memenuhi kebtuhan konsumen (Tjiptono 2014).

Kualitas pelayanan (*services qualities*) bisa dilihat melalui perbandingan persepsi pembeli dari pelayanan yang mereka dapatkan dari pelayanann yang sebenarnya mereka butuhkan pada atribut pelayanan perusahaan. Dari pemberian jasa yang konsumen rasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, naka dapat dikatakan kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan, KuaLitas di mulai dengan kebutuhan konsumen dan diakhiri oleh pendapat konsumen. (Sulistyo 2013:10). Dapat dikatakan jika citra kualitas dapat dikatakan baik bukanlan didasari oelh pandangan atau pendapat pihak yang menyediakan jasa, tetapi didasari oleh pandangan atau pendapat pelanggan. Dalam suatu usaha perdagangan ataupun industri harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan. Hal ini karena kualitas pelayanan akan menentukan kepuasan konsumen dalam membeli produk suatu perusahaan. Presepsi yang di peroleh dari interaksi pelanggan dengan produk yang ditawarkan akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dimata pelanggan, oleh karena itu kualitas pelayanan akan menjadi bukti kualitas terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Khotler (2015) kepuasan yaitu rasa yang ada dalam diri seseorang dalam hal rasa senang atau rasa kecewa dari perbandingan penampilan product yang telah disiapkan yang berhubungan dengan harapan konsumen

tersebut. Dari uraian tersebut kepuasan pelanggan/konsumen se-penuhnya bukan tentang apa yang kita inginkan untuk mereka, tetapi yang benar adalah keinginan mereka yang harus kita penuhi dan berikan guna memenuhi kebutuhan konsumen. Nugroho (2013) Menyatakan minat beli yaitu pola pikir dalam membandingkan dua atau lebih produk untuk mendapatkan hasil yang terbaik dalam proses pemenuhan kebutuhan. Hasil dari proses pemilihan atau perbandingan ini disajikan dengan kognitiv dalam keinginan. Minat beli yaitu keinginan atau rasa ingin memiliki dalam diri pribadi yang ditunjukkan oleh sikap, seorang yang memiliki keinginan dalam dirinya dipastikan memiliki sikap atau dorongan untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Menurut Ekinci (2009:45) Menyatakan jika kecerendungan seseorang dalam memiliki suatu keinginan atau minal beli suatu produk bisa dicerminkan berdasarkan : 1) Keinginan dalam mencari tahu detail suatu produk. 2) Bersedia membeli atau membayarkan suatu produk. 3) Mendeskripsikan suatu produk dengan hal yang positive 4) Merekomendasikan ke khalayak ramai.

Pelayanan yang berkualitas seperti cepat tanggap, ramah, dan perhatian kepada konsumen sangat diinginkan oleh konsumen sehingga akan menarik minat konsumen untuk singgah kembali ke rest area tersebut. Sebaliknya, apabila pelayanannya kurang baik maka konsumen kurang puas dan kurang berminat untuk singgah kembali. Sering kali terjadi di beberapa perusahaan atau penyedia jasa yang melayani konsumen dengan kurang baik seperti kurang tanggap, kurang ramah, dan kurang sopan dalam bertutur kata sehingga hal ini membuat konsumen kurang nyaman dengan tempat tersebut.

Rest Area KM 49A tol Bakauheni Palembang merupakan salah satu usaha yang menyediakan tempat beristirahat sekaligus menjual makanan. Rest Area ini merupakan tempat untuk beristirahat bagi pengendara jalan maupun membeli makanan untuk masyarakat umum. Berdasarkan hasil studi pendahuluan (Pra-survei) terkait dengan jumlah pengunjung di Rest area dari bulan Januari-Agustus 2022 diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung di Rest Area KM49A Bulan Januari-Agustus 2021-2022

No	Bulan	Tahun	
		2021	2022
1	Januari	1232	1765
2	Februari	1324	1506
3	Maret	1219	1510
4	April	1302	1657
5	Mei	1379	1690
6	Juni	1225	1715
7	Juli	1331	1761
8	Agustus	1447	1852
Total		10.459	13.456

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa setiap bulan jumlah pengunjung di rest area KM 49A Tol Bakauheni mengalami fluktuatif. Pada bulan Januari ke Februari 2021 jumlah pengunjung mengalami kenaikan kemudian pada bulan Maret mengalami penurunan. Pada bulan April terjadi peningkatan kembali dengan jumlah 1302 pengunjung. Kemudian pada bulan Mei pengunjung naik kembali. Fenomena naik dan turunnya jumlah pengunjung ini disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah jumlah konsumen yang melewati tol, jumlah pesaing, pelayanan, makanan yang disediakan, dan sebagainya.

Tol Bakauheni-Palembang memiliki beberapa tempat beristirahat (rest Area). Selain Rest Area KM 49A sebagaimana telah diuraikan di atas, juga terdapat Rest Area KM 87A. Rest Area KM 87A merupakan pesaing yang ada di Tol tersebut. Hal ini karena letak Tol 87A sejalur dengan rest area KM49A. Seperti halnya di KM 49A, rest area ini juga menyediakan tempat beristirahat sekaligus menawarkan hidangan atau menu makanan dan minuman bagi konsumennya. Berikut adalah gambaran jumlah data pengunjung Rest Area KM 87A di Tol Bakauheni-Palembang.

Tabel 2. Jumlah Pengunjung di Rest Area KM87A Bulan Januari-Agustus 2021-2022

No	Bulan	Tahun	
		2021	2022
1	Januari	1365	1656
2	Februari	1376	1771
3	Maret	1358	1730
4	April	1301	1721

5	Mei	1280	1790
6	Juni	1310	1667
7	Juli	1229	1791
8	Agustus	1329	1775
Total		10548	13901

Dari table tersebut dapat dilihat banyaknya konsumen di Rest Area KM 87A juga mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulan akan tetapi jika dilihat dari jumlah pengunjung tiap tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung mencapai 10.548 pengunjung dan pada tahun 2022 sebanyak 13.901.

Permasalahan yang terjadi pada rest area di Tol Bakauheni-Palembang ditemukan bahwa jumlah pengunjung rest area di KM 49A lebih sedikit dibandingkan dengan Rest Area di Sektor 87A. Meskipun di jalur tol yang sama, pengunjung lebih banyak singgah di rest area KM 87A dibandingkan dengan di rest Area 49B. Ketertarikan atau minat konsumen untuk mengunjungi rest area disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang diduga dapat meningkatkan minat konsumen mengunjungi rest area. Hal ini karena konsumen tentunya menginginkan tempat beristirahat yang nyaman dengan menu makanan yang sesuai selera dan pelayanan dari karyawan yang baik. Karyawan yang dimiliki oleh Rest Area ini kurang lebih 60 karyawan. Karyawan memiliki sifat atau karakteristik yang berbeda-beda serta memiliki gaya tersendiri dalam melayani setiap konsumen. Hal ini menuntut pemimpin untuk mempengaruhi karyawan agar melayani konsumen dengan baik. Pemimpin di Rest Area yaitu bapak Mugeno melakukan briefing setiap hari dan mengingatkan agar karyawan dapat melayani konsumen dengan baik. Selain itu, budaya yang diterapkan di Rest Area ini seperti 3S (Senyum, Sapa, Salam) sebagai wujud pelayanan yang baik untuk konsumen. Karyawan yang kurang tanggap akan menyebabkan konsumen atau pengunjung kurang nyaman dan memilih untuk pindah ke rest area lainnya. Selain itu, fasilitas rest area yang lengkap juga menyebabkan kurangnya minat pengunjung untuk singgah.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan kualitas layanan yang ada di Rest Area KM49A Tol Bakauheni – Palembang dengan menggunakan metode studi lapangan. Peneliti akan menjelaskan strategi atau praktik yang diterapkan oleh karyawan dan pemimpin Rest Area dalam melayani konsumen. Populasi penelitian mencakup seluruh karyawan di Rest Area KM 49 Tol Bakauheni-Palembang. Sampel penelitian akan diambil dari sebagian karyawan. Instrumen atau alat pengumpul data yang digunakan adalah wawancara. Alat analisis dalam penelitian ini mengadopsi analisis data deskriptif, sesuai dengan metode yang dijelaskan oleh Milles dan Huberman, yang melibatkan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik yang dimiliki oleh rest area KM49A Tol Bakauheni Palembang berupa fasilitas, sarana dan prasarana, serta karyawan rest area itu sendiri. Fasilitas yang dimiliki oleh rest area merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh pihak rest area. Dengan memberikan fasilitas yang memadai maka akan dapat meningkatkan minat pengunjung untuk singgah. Adapun fasilitas yang dijadikan bukti fisik pelayanan yang baik dapat dilihat pada gedung atau bangunan yang ada di rest area seperti penginapan dan kedai makanan minuman. Kedua fasilitas ini untuk pengunjung yang singgah di rest area baik untuk sekedar istirahat melepaskan lelah dan mencari makanan ataupun pengunjung yang memang ingin menginap karena perjalanan jauh.

Fasilitas seperti gedung atau tempat yang memadai dapat dijadikan indikator untuk kualitas pelayanan. Gedung dan sarana yang luas, aman, bersih dan teratur dapat memberikan kesan yang baik pada pengunjung sehingga mereka akan puas terhadap layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kawatak, S.Y., Lucia, R.H., & Karundeng

L.A., 2022 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berupa fasilitas dapat meningkatkan daya tarik dan minat beli pada konsumen.

Dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan di Rest Area KM49A Tol Bakauheni Palembang dapat dikatakan layak digunakan dan menarik adapun fasilitas yang nyaman, lengkap, dan bersih dapat menjadi salah satu bentuk kepuasan konsumen. Hal ini karena pengunjung akan sangat puas dan harapannya terpenuhi ketika melihat dan menikmati fasilitas yang diberikan. Fasilitas yang disediakan oleh rest area mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Pada awal pendiriannya, fasilitas yang tersedia di Rest Area cukup terbatas, akan tetapi pemimpin rest area berupaya untuk meningkatkan fasilitas rest area demi kenyamanan pengunjung. Adapun upaya yang dilakukan dalam peningkatan kualitas layanan berupa fasilitas rest area diantaranya adalah:

- 1) Tempat beribadah bagi kaum muslim yang dilengkapi dengan Air Conditioner (AC) sehingga ruangan nyaman
- 2) Kebersihan fasilitas seperti lantai, tempat penginapan, tempat makan, dan toilet
- 3) Perluasan area parkir untuk kemudahan pengunjung meletakkan kendaraannya
- 4) Menambah jumlah karyawan yang melayani pengunjung

Semakin baik dan semakin lengkap fasilitas yang disediakan oleh rest area maka dapat memberikan kepuasan pada pengunjung. Kelengkapan fasilitas di rest area juga menjadi incaran bagi pengunjung yang melintasi Tol. Hal ini karena pengunjung yang lelah, akan membutuhkan tempat beristirahat yang nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas lain sehingga pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas disatu tempat. Hal ini akan menghemat waktu bagi pengunjung dan memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung.

Selain dari pada kualitas layanan berupa fasilitas, maka kualitas layanan juga dilihat dari dimensi daya tanggap. Daya tanggap karyawan kepada pengunjung merupakan bentuk layanan kepada pengunjung seperti menanggapi dan memberikan solusi kepada pengunjung. serta kepedulian karyawan, pada penelitian ini daya

tanggap terhadap pengunjung belum begitu maksimal. Fakta yang mempengaruhi konsumen kurang puas dengan pelayanan salah satu kedai makanan di rest area KM49 A yaitu pesanan pengunjung kadang terlalu lama pada saat ada ramai maupun akhir pekan karena karyawan kewalahan, sehingga kepuasan konsumen menurun. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemilik rest area dan karyawannya dalam rangka meningkatkan daya tanggap karyawan terhadap kebutuhan konsumen adalah:

- 1) Memberikan list atau daftar pengunjung sehingga pengunjung akan mendapatkan giliran sesuai dengan urutannya
- 2) Memberikan pelayanan prima kepada pengunjung sehingga pengunjung merasa diperhatikan dan diberikan pelayanan yang baik
- 3) Menanyakan kebutuhan pelanggan
- 4) Kecepatan dalam memenuhi panggilan pengunjung ketika terdapat kebutuhan pengunjung yang belum terpenuhi
- 5) Peningkatan Daya tanggap terhadap penanganan masalah

Jaminan yang menjadi variabel untuk mengukur naik turunnya jumlah pengunjung di rest area. Jaminan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kepercayaan pengunjung terhadap rest area. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemilik rest area untuk meningkatkan kepuasan pengunjung adalah memberikan jaminan keamanan dan kebersihan di lingkungan rest area. Menurut Hasil penelitian Penna Dian, muhammad Nadhar dan Noerhaedah. (2020) bahwa jaminan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi salah satu faktor penentu loyalitas pada konsumen. Senada dengan penelitian tersebut bahwa, jaminan keamanan yang diberikan oleh pemilik rest area ditingkatkan melalui pemberian kamera pengawas untuk mengontrol dan mengawasi keamanan sekitar. Kamera pengawas di pasang di beberapa tempat yang diduga dapat menjadi peluang tindakan kejahatan seperti pencurian. Kamera pengawas dipasang pada area tempat parkir, tempat ibadah, dan kasir. Hal ini dilakukan guna mengurangi resiko yang berbahaya dan merugikan pengunjung.

Adanya jaminan keamanan tersebut akan menimbulkan dampak pada ketertarikan pengunjung untuk singgah. Pengunjung pada umumnya mencari lokasi rest area nyaman, dan aman sehingga dapat mengurangi resiko kehilangan. Selain keamanan, faktor kebersihan pada rest area juga dijadikan sebagai jaminan bagi pengunjung. Tempat yang terjamin kebersihannya akan memberikan dampak pada persepsi pengunjung terhadap rest area. Sebagai tempat yang menjual produk sekaligus jasa, rest area dituntut untuk dapat memperhatikan faktor lingkungan. Hal ini karena rest area sebagai tempat untuk beristirahat, pengunjung akan memperhatikan kebersihan dan higienisnya makanan dan minuman. Makanan dan minuman serta tempat yang bersih akan membentuk image dan citra rest area tersebut di masa mendatang..

Kesimpulan

Dengan memperhatikan dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian, Rest Area KM49A Tol Bakauheni Palembang dapat dianggap sebagai penyedia layanan yang berkomitmen terhadap kualitas pelayanan. Fasilitas yang lengkap, keamanan, responsifitas karyawan, serta perhatian untuk meningkatkan minat dan kepuasan pengunjung. Adapun kesimpulan penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas layanan di Rest Area KM49A Tol Bakauheni Palembang dapat dinilai melalui dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian. Pada aspek bukti fisik, rest area menyediakan fasilitas lengkap, bersih, dan aman. Keandalan layanan terlihat dari kemampuan rest area memenuhi kebutuhan pengunjung seperti makanan, minuman, tempat beristirahat, dan tempat ibadah. Daya tanggap karyawan dalam menangani kebutuhan dan keluhan pengunjung juga mencerminkan kualitas layanan. Rest area memberikan jaminan keamanan dan kebersihan serta menunjukkan perhatian kepada pengunjung dengan membantu memilih dan menawarkan produk.
- 2) Upaya pemimpin Rest Area KM 49A Tol Bakauheni Palembang untuk meningkatkan

kualitas pelayanan melibatkan peningkatan sarana dan prasarana, seperti lahan parkir yang luas, tempat beribadah, dan fasilitas umum termasuk toilet. Keamanan ditingkatkan dengan pemasangan kamera pengawas dan penugasan petugas keamanan. Kualitas pelayanan ditingkatkan melalui pelayanan prima, perhatian terhadap kebutuhan pengunjung, dan penerapan prinsip 3S (Senyum, Sapa, Salam).

Melalui pemahaman terhadap kualitas layanan yang telah diidentifikasi, Rest Area KM49A Tol Bakauheni Palembang dapat mempertimbangkan beberapa langkah strategis untuk terus meningkatkan pengalaman pengunjung. Adapun Saran dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk Penelitian Selanjutnya:
 - a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan pembahasan pada dimensi kualitas pelayanan, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat memperluas pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung untuk singgah di rest area.
- 2) Bagi Rest Area KM49A Tol Bakauheni Palembang:
 - a. Terus tingkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan setiap dimensi yang telah diidentifikasi.
 - b. Meningkatkan respons terhadap keluhan pengunjung untuk menciptakan persepsi positif terhadap pelayanan.
 - c. Peningkatan kecepatan pelayanan untuk memberikan pengalaman yang lebih efisien kepada pengunjung.
 - d. Mempertimbangkan kemudahan dalam pelayanan, seperti menerima pesanan online atau melalui aplikasi khusus, untuk meningkatkan keterjangkauan layanan.

Daftar Pustaka

- Ekinci, S. (2009). *Minat Beli* (Edisi ke-45). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kawatak, S. Y., Lucia, R. H., & Karundeng, L. A. (2022). Peningkatan Kualitas Pelayanan Homestay di Desa Pulisan Berdasarkan persepsi pengelola. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 59-67. DOI: <http://10.51977/jiip.v4i2.840>
- Kotler, & Keller. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Indeks Gramedia Grup.
- Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho. (2013). *Minat Beli* (Edisi ke-342). Jakarta: PT. Karisma Putra Utama.
- Penna Dian, Muhammad Nadhar, & Noerhaedah. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. <http://www.repositori.iainkudus.ac.id/>
- Permatasari Mustika, Abdu Rahman, Zulkifli Harahap, & Rahmat Mandasini. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Wisatawan terhadap pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. *Jurnal Tourism, Hospitality and Business Event*, 2(2), 73-83. ISSN. 2656-1301
- Sulistyo. (2013). Strategi Pasar Sebagai Pemediasi Antara Lingkungan Pemasaran Dengan Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Jurnal Emba*, 4(1), 1340-1354.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.