BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman sekarang generasi muda banyak melakukan berbagai kegiatan tidak harus selalu di rumah ataupun di kantor, salah satunya adalah mahasiswa dan beberapa kalangan masyarakat mulai dari generasi-generasi milenial hingga seterusnya. Warung makan *comfort food* saat ini termasuk dalam tren modern yang menggabungkan elemen kesehatan seperti pilihan berbasis nabati atau rendah kalori, sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan makanan yang sehat namun tetap menenangkan. Tidak jarang juga zaman sekarang banyak anak muda yang kesulitan untuk mencari tempat makan yang menjual makanan kaya akan protein karena kebutuhan protein bagi orang aktif berolahraga sekitar 1,4-2 gram per kilogram berat badan per hari, dengan beberapa komunitas *gym* bahkan mengonsumsi protein hingga lebih dari 3 gram/kg berat badan melalui makanan dan suplemen guna menurunkan massa lemak dan meningkatkan massa otot.

Warung Onti Ani adalah tempat makan yang fokus menyajikan *comfort food* dengan konsep protein *food* yang sehat dan lezat. Warung ini menawarkan berbagai hidangan seperti Protein *Dessert*, minuman *smoothies*, dan makanan tinggi protein lainnya yang diracik dengan memperhatikan rasa dan nilai gizi, sehingga makanan di sini bukan hanya mengenyangkan tetapi juga menyehatkan. Selain menghadirkan makanan yang nyaman dan bergizi, Onti Ani juga memfokuskan diri pada prinsip *mindful eating*, yakni mengajak pelanggan menikmati makanan dengan sadar dan penuh perhatian demi kesehatan tubuh.

Warung Onti Ani menargetkan target pasar yang lebih luas dan tidak perlu bersaing dengan cafe yang ada di sekitarnya karena Onti Ani mempunyai keunikan tersendiri dengan menu-menu protein untuk memenuhi asupan protein bagi para konsumen yang melakukan olahraga pembentukan otot tubuh seperti GYM, *Pilates*, dan lainnya. Lokasi dari Warung Onti Ani di Jl. Perumnas, Nologaten, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasinya sudah tersedia di *Google Maps* dan sangat mudah untuk ditemukan. Jam operasional Warung Onti Ani adalah pada pukul 10.30-22.00 WIB setiap hari.

1.2. Penelusuran Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa *stakeholder* warung Onti Ani, *stakeholder owner* mengatakan bahwa beberapa kali terdapat komplain dari konsumen terkait kepuasan usai menikmati sajian makanan dan minuman di Warung Onti Ani, konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan Warung Onti Ani. Serta *owner* mengatakan bahwa tidak dapat menginvestasi banyak *budget* dikarenakan kondisi warung yang terkadang sepi pengunjung. Setelah melakukan wawancara dengan *stakeholder owner* Warung Onti Ani, teridentifikasi adanya permasalahan terkait kepuasan pelanggan. Untuk memperdalam pemahaman dan keluhan dari *owner*, kemudian dilakukan wawancara lanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami konsumen saat berkunjung ke Warung Onti Ani, antara lain terdapat pekerja yang kurang disiplin, seperti ketika konsumen datang terdapat pekerja tidur saat jam kerja. Selain itu, pekerja juga mengalami kebingungan saat mengantarkan makanan jika ramai, sehingga harus memastikan kembali pesanan yang diantar sesuai dengan pesanan konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen harus menunggu dalam waktu yang cukup lama hingga makanan tiba. Menurut beberapa konsumen warung tampak tidak beroperasional karena faktor bangunan seperti joglo/bangunan tua, konsumen berasumsi warung tersebut tidak buka dan sudah terdapat papan tanda buka-tutup, namun tidak terlihat karena warna papan dan tembok yang hampir sama yaitu berwarna putih.

Selanjutnya dilakukan wawancara kepada *stakeholder* pekerja yang berjumlah lima orang pekerja, berdasarkan temuan dari kendala yang dialami oleh konsumen. Pekerja merasa bahwa pada saat menyiapkan makanan di *kitchen* terdapat meja bar yang kurang lebar karena keterbatasan ruangan pada *kitchen* sehingga meja bar harus dibagi dengan area untuk produksi lainnya. Terbatasnya fasilitas untuk produksi yaitu kompor, hal tersebut membuat pekerja membutuhkan waktu untuk menyiapkan pesanan. Pekerja mengeluh juga bahwa bingung untuk mengantarkan pesanan kepada konsumen dikarenakan tidak terdapat nomor meja ataupun tidak meninggalkan identitas, seperti pesanan tersebut atas nama siapa, karena dari pihak warung yang menentukan kebijakan tersebut. Waktu kerja bagi para pekerja dibagi menjadi dua *shift* yaitu pagi dan sore, untuk pagi pada pukul 09.00-16.00 WIB dan sore pada pukul 15.00-22.00 WIB. Jumlah pekerja untuk satu kali *shift* adalah sebanyak dua pekerja dengan tidak ada pembagian tugas,

karena hanya dua pekerja maka kedua pekerja tersebut merangkap seluruh pekerjaan seperti kasir, *kitchen*, dan pramusaji. Tetapi pekerja juga dibantu oleh *owner*, jika *owner* mengunjungi warung. *Owner* berkunjung ketika tidak memiliki kegiatan atau aktivitas pribadi. Setelah dilakukan wawancara maka didapatkan hasil permasalahan dari masing-masing *stakeholder*, dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1.1 Kebutuhan *Stakeholder*

Stakeholder	**Keluhan**	**Kebutuhan**
Owner	- Mendapatkan komplain terkait pelayanan - *Budget* terbatas dan tidak dapat investasi terlalu banyak	Sistem pengelolaan operasional yang lebih terstruktur, belum memiliki manajemen khusus untuk merespons semua keluhan dan menurunkan komplain, Ingin meningkatkan pelayanan dan fasilitas dengan biaya yang minim
Pekerja	- Meja bar kurang lebar - Fasilitas produksi terbatas - Tidak terdapat identitas yang ditinggalkan saat pengunjung ramai maupun tidak ramai - Pekerja sedikit	Pedoman kerja yang jelas, dan fasilitas pendukung yang memadai, serta penambahan pekerja.
Konsumen	- Pekerja kurang disiplin - Pekerja bingung mengantar pesanan saat ramai - Menunggu sedikit lama - Tidak terlihat dari luar bahwa warung buka atau tidak	Pengalaman pelayanan yang lebih cepat, tepat, dan nyaman. Informasi untuk waktu operasional setiap hari melalui media sosial

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa masing-masing *stakeholder* memiliki permasalahan yang dialami dan juga harapan untuk mengembangkan Warung Onti Ani. *Owner* memiliki keinginan untuk memperbaiki pelayanan agar konsumen yang datang merasa puas dan datang Kembali ke warung. Pekerja ingin pedoman kerja jelas dan fasilitas pendukung seperti nomor meja memadai untuk memperlancar pelayanan, sehingga dapat meminimalkan kesalahan, kebingungan, dan keterlambatan, serta penambahan karyawan. Konsumen berharap agar pelayanan yang diberikan lebih diperhatikan lagi dan ditingkatkan, serta penambahan pekerja.

Terdapat perbedaan keinginan antar *stakeholder* berdasarkan hasil wawancara tersebut. Pekerja merasa berat jika dalam satu *shift* hanya dua karyawan karena

semua tugas hanya dilakukan berdua saja dan pekerja merasa beban kerja yang cukup berat. Namun, *owner* mengatakan bahwa dengan kondisi warung yang cukup sepi jika dilakukan penambahan pekerja maka diperlukan tambahan biaya untuk upah pekerja. Hal tersebut berpotensi pada kinerja dari pekerja karena kelelahan dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan kurang baik. Perbedaan keinginan antara pekerja dan konsumen adalah konsumen menilai pelayanan yang diberikan buruk dari sisi kinerja pekerja sedangkan pekerja merasa kendala berasal dari keterbatasan pada area produksi, akibatnya terjadi kesalahpahaman antara konsumen menyalahkan individu pekerja dan secara tidak langsung berdampak kepada loyalitas pengunjung. Pertentangan antara keinginan konsumen dan *owner* yaitu konsumen menginginkan beberapa fasilitas yang memadai dan pelayanan yang baik, namun karena *owner* memiliki keterbatasan *budget* tersebut maka hanya beberapa fasilitas seadanya saja.

Berdasarkan hasil pengamatan, Warung Onti Ani terlihat sepi konsumen pada waktu-waktu tertentu. Namun kondisi ini tidak terjadi secara terus menerus karena terdapat hari dan jam tertentu. Salah satu penyebab utama sepinya pengunjung adalah tampilan bangunan warung yang terlihat cukup gelap dari luar, sehingga menimbulkan persepsi bagi calon konsumen yang hanya melihat sekilas bahwa warung tersebut tidak sedang beroperasi. Kondisi ini berpotensi mengurangi minat pelanggan untuk masuk. Selain faktor tampilan tersebut, aspek pelayanan juga perlu menjadi perhatian karena kualitas servis yang kurang optimal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menurunkan kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, Warung Onti Ani perlu melakukan perbaikan pada sisi pelayanan agar mampu memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen dan melakukan perbaikan yang berdampak bagi Warung Onti Ani. Berikut dilampirkan rekapan hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen mengenai kondisi Warung Onti Ani.

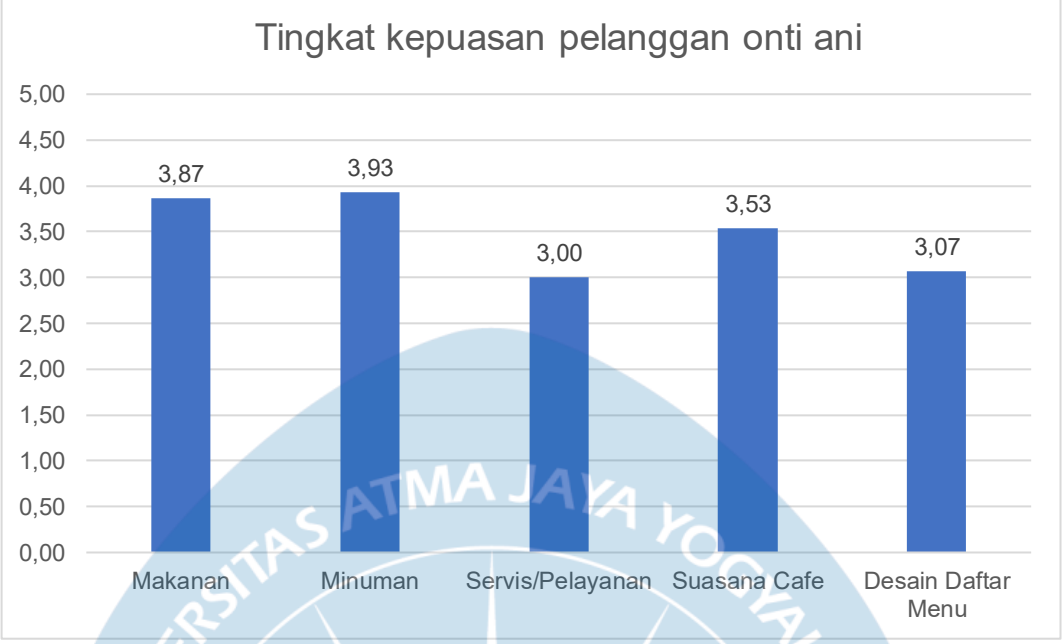
Tabel 1.2 Wawancara Konsumen

No.	Hasil Wawancara
1	Makanan dijaga tetap segar agar kualitas dan keamanan pangan lebih terjamin bagi konsumen.
2	Karyawan tidur saat konsumen datang, perlu peningkatan kedisiplinan dan profesionalisme dalam pelayanan.
3	Servis dan menu bisa untuk ditingkatkan lagi, terutama kecepatan pelayanan serta variasi pilihan hidangan

Tabel 1.2 Lanjutan

No.	Hasil Wawancara
4	Menu dan servis lebih baik lagi sehingga pengalaman makan menjadi lebih nyaman dan memuaskan.
5	Kondisi saat kunjungan dinilai cukup baik oleh konsumen
6	Kecepatan pelayanan perlu ditingkatkan
7	Secara umum perlu ditingkatkan lagi, terutama konsistensi rasa dan ketepatan waktu penyajian pesanan.
8	Daftar menu sebaiknya dibuat dengan lebih banyak gambar dan diperjelas agar konsumen mudah memilih makanan.
9	Daftar menu dibuat dengan lebih banyak gambar lagi supaya pelanggan baru lebih mudah memahami jenis hidangan.
10	Pelayanan perlu ditingkatkan dan variasi menu ditambah agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan pesanan.
11	Perlu penomoran meja karena saat ramai konsumen kesulitan memesan dan pesanan berpotensi tertukar.
12	Peletakan kursi perlu diatur kembali karena dapat memengaruhi suasana, kenyamanan, dan sirkulasi di ruangan.
13	Makanan sudah aman, hanya porsi dan kebersihan area penyajian perlu lebih diperhatikan lagi.
14	Kurang penjelasan penataan kategori hidangan agar lebih mudah dibaca.
15	Daftar menu sebaiknya dibuat lebih besar sehingga tulisan dan informasi harga dapat terbaca jelas oleh konsumen.

Hasil wawancara yang terdapat pada Tabel 1.2 ditelusuri dengan memberikan kuesioner terhadap lima belas konsumen untuk mengetahui dari sudut pandangan konsumen mengenai warung Onti Ani secara tidak langsung dengan penelusuran pada hari yang berbeda dalam kurun waktu satu bulan. Penulis berada di objek Warung Onti Ani selama kurang lebih satu bulan, namun dikarenakan pengunjung sepi, hasil yang didapatkan hanya sebanyak lima belas konsumen. Konsumen yang datang lebih dari satu, dilakukan wawancara hanya perwakilan saja. Penulis melakukan wawancara dimulai pada tanggal 23 September 2025 hingga 21 Oktober 2025. Hasil kuesioner untuk mengetahui *rating* dari setiap pernyataan mengenai kualitas yang diberikan Warung Onti Ani dapat dilihat pada Gambar 1.1.

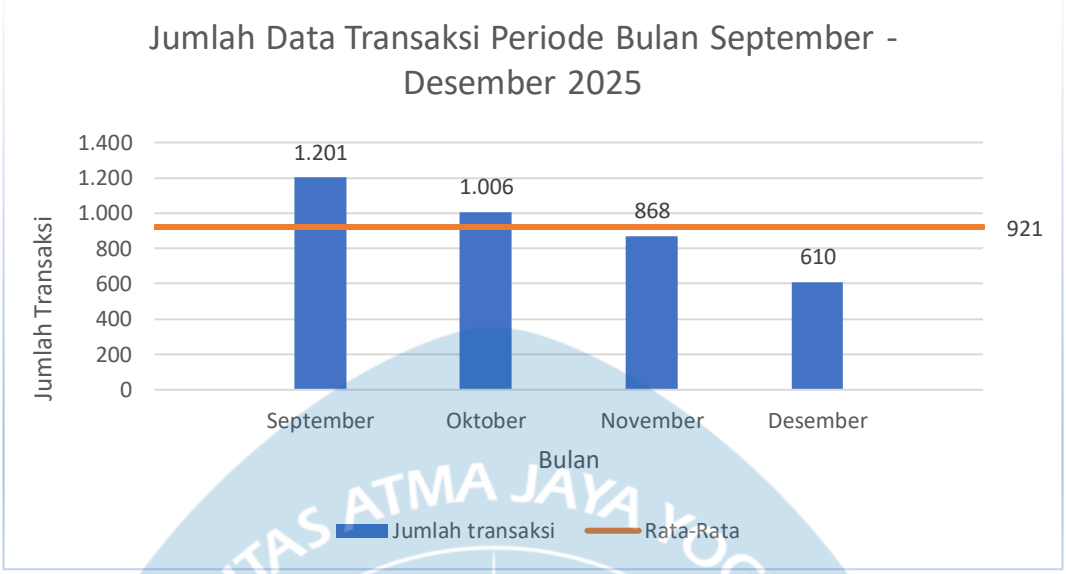


Gambar 1.1 Grafik Tingkat Kepuasan Pelanggan Onti Ani

Berdasarkan grafik tingkat kepuasan pelanggan, dapat dilihat bahwa nilai kepuasan untuk makanan sebesar 3,87 dan minuman 3,93 sudah tergolong baik dan mendekati puas. Hal ini menunjukkan bahwa produk utama yang ditawarkan sebenarnya sudah mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Namun, jika dilihat lebih dalam, nilai terendah justru terdapat pada aspek servis/pelayanan sebesar 3 dan desain daftar menu 3,07, yang menunjukkan masih adanya kekurangan pada sisi pengalaman pelanggan. Pertanyaan yang terdapat pada *Google Form* tersebut dapat dilihat pada Lampiran 3. Makanan dan minuman memang merupakan produk inti yang ditawarkan, namun servis/pelayanan berperan sebagai media penyampaian nilai yang sangat berpengaruh dalam membentuk keseluruhan pengalaman pelanggan. Ketika pelayanan buruk, maka persepsi terhadap makanan dan minuman yang sebenarnya sudah cukup baik pun dapat ikut menurun, sedangkan jika pelayanan baik, kekurangan kecil pada produk masih cenderung dapat ditoleransi oleh pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil kritik dan saran pelanggan yang secara dominan menyoroti permasalahan pelayanan seperti yang terlampir pada Tabel 1.2. Hal tersebut menunjukkan adanya kelemahan pada sistem operasional dan standar pelayanan, bukan sekedar pada kualitas produk dan di sisi lain tidak terdapat keluhan yang signifikan terkait rasa makanan dan minuman. Jika peningkatan kualitas produk diperbaiki,

maka terdapat perubahan bahan, resep, atau proses produksi yang juga membutuhkan biaya dan waktu yang tidak sedikit.

Dengan skala satu sampai lima dan beberapa bobot pernyataan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan yang paling rendah adalah servis/pelayanan sebesar 3 *rating* yang dihasilkan dan disusul oleh desain daftar menu sebesar 3,067 *rating* atau setara dengan 3. Pada *Google Review* yang terdapat pada *Google Maps* menunjukkan bahwa penilaian yang diberikan konsumen sudah baik, tetapi hasil yang didapatkan dari kuesioner kepuasan pelanggan beberapa konsumen memberikan keluhan dan juga saran bahwa makanan yang disajikan sudah *fresh* dan aman, namun pelayanan di warung masih kurang. Terdapat karyawan yang tidur saat jam kerja dan pelayanan terasa kurang sigap. Menu dinilai masih perlu ditingkatkan, mulai dari penambahan gambar yang jelas serta ukuran daftar menu diperbesar dan ditampilkan di beberapa sudut warung agar konsumen tidak kesulitan saat memilih makanan. Selain itu, konsumen juga menyarankan adanya nomor meja untuk memudahkan proses pengantaran pesanan, serta meminta penjelasan setiap gambar dalam menu agar tidak kurang informasi dalam menunya secara umum. Keluhan konsumen berfokus pada perlunya peningkatan servis termasuk tampilan menu dan kejelasan informasi di warung agar pengalaman makan menjadi lebih mudah dan menyenangkan. Servis/pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat berpengaruh bagi jumlah transaksi. Hal tersebut dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, memicu penyebaran pengalaman negatif dari mulut ke mulut, merusak citra usaha, dan pada akhirnya menyebabkan berkurangnya minat pelanggan untuk datang kembali maupun menarik pengunjung baru. Hal tersebut berpengaruh bagi jumlah transaksi dari warung, yang dapat dilihat pada gambar di bawah.

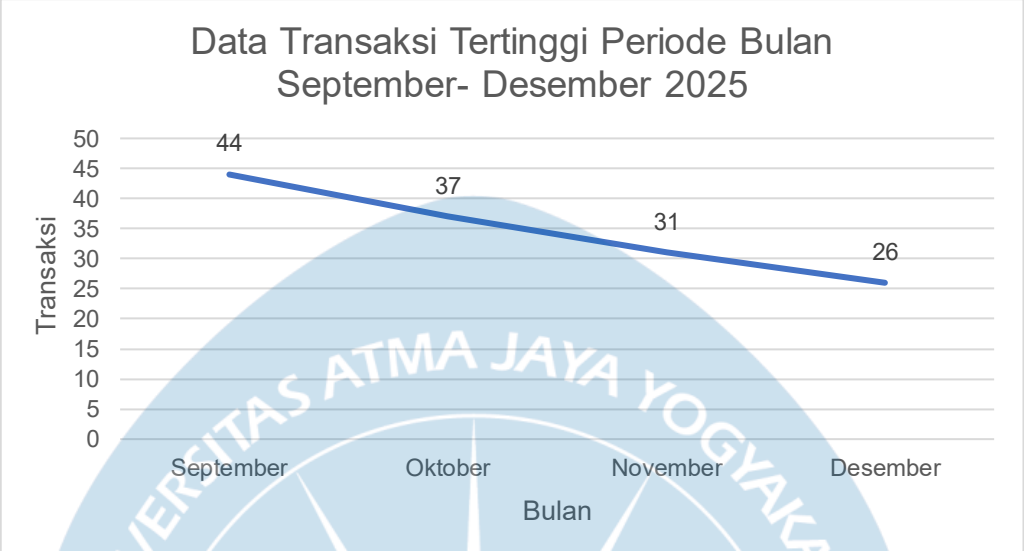


Gambar 1.2. Grafik Jumlah Transaksi Warung Onti Ani

Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut, berdasarkan gambar terlampir dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah transaksi pada bulan November hingga Desember 2025, yang mana tingkat pencapaian target harian masih tergolong rendah, sehingga menunjukkan bahwa performa kunjungan masih perlu ditingkatkan agar dapat mencapai hasil yang lebih optimal. Pada bulan Desember jumlah transaksi mengalami penurunan yang cukup jauh dikarenakan libur hari raya natal dan banyak mahasiswa dan warga setempat yang mudik, namun warung Onti Ani hanya tutup di tanggal 25 Desember saja. Berdasarkan data transaksi September-Desember 2025, terjadi tren penurunan transaksi secara berturut-turut hingga mencapai titik terendah pada bulan Desember 2025 sebesar 610 transaksi. Oleh karena itu, bulan Desember dipilih sebagai fokus analisis untuk menemukan akar penyebab rendahnya transaksi.

Target dari jumlah data transaksi yang ditetapkan oleh *owner* adalah sebanyak 45 transaksi per hari. Namun terdapat hasil yang mendekati target adalah sebesar 44 transaksi pada bulan September 2025, kemungkinan besar dipengaruhi oleh kondisi awal dari *Soft Opening* Warung Onti Ani sehingga menarik rasa penasaran konsumen terhadap menu dan suasana yang ditawarkan. Namun, pada bulan-bulan berikutnya terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme awal konsumen tidak dapat dipertahankan secara konsisten dalam jangka waktu beberapa bulan. Dapat dilihat pada gambar

berikut, dengan berdasarkan nilai maksimal dari data transaksi selama empat bulan.



Gambar 1.3 Jumlah Data Transaksi Tertinggi Warung Onti Ani

Berdasarkan dari grafik terlampir jumlah transaksi tertinggi per hari selama periode September hingga Desember 2025 mengalami penurunan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan target yang telah di tetapkan, yaitu 45 transaksi per hari berdasarkan nilai maksimum dan kesepakatan dengan *stakeholder*. Pada bulan September capaian masih berada tepat di angka target yaitu 44 transaksi yang mana hampir mendekati target yang telah ditentukan, namun mulai mengalami penurunan pada bulan Oktober menjadi 37 transaksi, kemudian kembali turun pada November menjadi 31 transaksi, hingga mencapai titik terendah pada bulan Desember yaitu 26 transaksi per hari, sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa performa *repeat order* belum konsisten dan cenderung semakin jauh dari target yang diharapkan, yang mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan minat pelanggan atau kualitas pengalaman yang diberikan.

1.3. Rumusan Masalah

Warung Onti Ani memiliki kendala, yaitu penurunan jumlah transaksi selama empat periode pada bulan September hingga Desember 2025 dengan rata-rata adalah 33 transaksi per hari. Hal tersebut di bawah target yang ditetapkan minimal 45 transaksi per hari dan kepuasan pelanggan yang belum memadai meliputi lima

dimensi, menandakan bahwa kebanyakan konsumen kurang puas terhadap tempat makan Onti Ani serta pelayanan yang diberikan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelusuran masalah yang sudah dijelaskan pada subbab 1.2, tujuan dari tugas akhir ini adalah meningkatkan jumlah transaksi per hari dari sebelumnya 33 transaksi per hari menjadi sebesar 45 transaksi per hari sesuai target Warung Onti Ani dan memperbaiki kualitas pelayanan.

1.5. Batasan Penelitian

Terdapat beberapa batasan masalah yang digunakan dalam tugas akhir ini yaitu:

a. Data yang digunakan untuk mengukur persepsi dan harapan pelanggan diperoleh dari survei kepuasan yang dilakukan menggunakan *Google Form*.
b. Responden merupakan konsumen yang sudah pernah menikmati makanan di Warung Onti Ani.
c. Penelitian dan pengamatan selama periode September hingga Desember 2025.