

**PENTINGNYA *PRODUCT KNOWLEDGE* BAGI KARYAWAN
RESTORAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS DI MEDITERRANEA
RESTAURANT YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

Agung Wicaksono – 20211117

Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2025

**PENTINGNYA *PRODUCT KNOWLEDGE* BAGI KARYAWAN
RESTORAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS DI MEDITERRANEA
RESTAURANT YOGYAKARTA**

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

Laporan Penelitian Terapan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat

Menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Agung Wicaksono – 20211117

Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2025

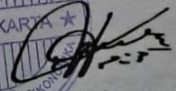
LAPORAN PENELITIAN TERAPAN
PENTINGNYA *PRODUCT KNOWLEDGE* BAGI KARYAWAN
RESTORAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS DI MEDITERRANEA
RESTAURANT YOGYAKARTA



Nama : Agung Wicaksono
No Mahasiswa : 20211117
Program Studi : Sarjana Terapan Bisnis Digital

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal : 12 Februari 2025

Dosen pembimbing

(Andriyastuti Suratman, S.E.,M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Nama : Agung wicaksono

No Mahasiswa : 20211117

Program Studi : Bisnis Digital

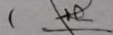
Yogyakarta, 29 April 2025

Disahkan oleh:

Penguji 1: Andriyastuti Suratman, S.E., M.M

()

Penguji 2: Sukardi, S.E, M.Si.

()

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



Arief Darmawan, S.E., M.M.

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

"Saya, yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa laporan penelitian Terapan ini ditulis dengan hati hati Dan tidak menjiplak dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun dengan peraturan yang berlaku".

Yogyakarta, 11 Februari 2025

Penulis



Agung wicaksono

**PENTINGNYA *PRODUCT KNOWLEDGE* BAGI KARYAWAN
RESTORAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS DI MEDITERRANEA
RESTAURANT YOGYAKARTA**

Agung wicaksono

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan, Universitas Islam Indonesia

20211117@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pentingnya *Product Knowledge* bagi karyawan restoran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*) adalah pemahaman yang dimiliki oleh individu, khususnya karyawan terhadap karakteristik, fitur, manfaat, dan informasi mendalam terkait produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan juga analisis dokumen untuk mendapatkan data yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki peran penting dalam menciptakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Karyawan yang memiliki pengetahuan produk yang memadai dapat menyediakan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Selain itu, pengetahuan produk juga berperan dalam meningkatkan kemampuan karyawan untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusan. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengembangan *Product Knowledge* dapat dilakukan dengan 2 metode pelatihan yaitu *On the Job Training* dan juga *Off the Job Training*. Dengan demikian karyawan dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka, sehingga meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi pelayanan yang efektif dan inovatif di industri *food and beverage* (FnB) khususnya pada industri restoran. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pengelola restoran untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui pengembangan *Product Knowledge*.

Kata kunci: “ *Product Knowledge*, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Industri Restoran”

**THE IMPORTANCE OF PRODUCT KNOWLEDGE FOR RESTAURANT
EMPLOYEES IN IMPROVING SERVICE QUALITY AND CUSTOMER
SATISFACTION: A CASE STUDY AT MEDITERRANEAN RESTAURANT
YOGYAKARTA.**

Agung wicaksono

Applied Bachelor of Digital Business Study Program, Islamic University of Indonesia

20211117@students.uii.ac.id

ABSTRACT

This study aims to reveal the importance of product knowledge for restaurant employees in improving service quality and customer satisfaction. Product Knowledge is an understanding possessed by individuals, especially employees, of the characteristics, features, benefits, and in-depth information related to products or services offered by the company. This study uses a qualitative approach with data collection methods through interviews, observations and document analysis to obtain in-depth data. The results of the study indicate that product knowledge plays an important role in creating service quality and customer satisfaction. Employees who have adequate product knowledge can provide quality and satisfying services. In addition, product knowledge also plays a role in improving employees' ability to solve problems and make decisions. This study also found that the development of product knowledge can be done with 2 training methods, namely on-job training and off-job training. Thus, employees can improve their abilities and knowledge, thereby improving service quality and customer satisfaction. The results of this study contribute to the development of effective and innovative service strategies in the food and beverage (FnB) industry, especially in the restaurant industry. This study also provides recommendations for restaurant managers to improve service quality and customer satisfaction through the development of product knowledge.

Keywords: "Product Knowledge, Service quality, Customer satisfaction, Restaurant industry"

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul “PENTINGNYA PRODUCT KNOWLEDGE BAGI KARYAWAN RESTORAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS DI MEDITERRANEA RESTAURANT YOGYAKARTA” Penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ini menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi di universitas ini.
2. Bapak Johan Arifin S.E.,M.Si, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. Selaku ketua prodi Bisnis Digital Sarjana Terapan Periode 2022 – 2026 Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Andriastuti Suratman, S.E.,M.M. sebagai dosen pembimbing tugas akhir. Penulis mengucapkan terimakasih atas arahan/saran, kesempatan waktu, dan bimbingan nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir.

5. Para dosen prodi bisnis digital yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan bapak/ibu dosen dapat bermanfaat bagi penulis.
6. Pihak Manajemen dan karyawan Restoran Mediterranea yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini dan memberikan wawasan serta data yang sangat berarti bagi penelitian.
7. Kepada orang tua, ibu dan bapak yang selalu mendukung dan motivasi dan kepercayaan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan baik hingga mendapatkan gelar sarjana.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan dengan satu persatu, praktikan ucapkan terimakasih atas dukungan dan doanya.

Demikian penulis ucapkan terimakasih, dan semoga Allah memberikan balasan yang sebanding kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dibuat dengan sungguh sungguh dan mungkin masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Karena ini, penulis siap menerima kritik dan saran untuk membantu menyempurnakan tugas akhir, semoga tugas akhir yang penulis buat dapat membantu dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Yogyakarta, 12 Februari 2025



Agung wicaksono

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN JUDUL PENELITIAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian	4
BAB II.....	6
KAJIAN TEORI.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 <i>Produk knowledge</i>	17
2.2.1.1 Definisi <i>produk knowledge</i>	17
2.2.1.2 Dimensi Pengetahuan Produk (<i>Product knowledge</i>)	18

2.2.1.3 Pentingnya <i>Product knowledge</i>	19
2.2.2 Kualitas pelayanan	21
2.2.2.1 Definisi kualitas pelayanan	21
2.2.2.2 Teori dan model kualitas pelayanan	21
2.2.2.3 Faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan	23
2.2.2.4 Dampak kualitas Pelayanan	34
2.2.3 Kepuasan pelanggan.....	37
2.2.3.1 Definisi kepuasan pelanggan	37
2.2.3.2 Dimensi dimensi kepuasan pelanggan	41
2.2.3.3 Teori kepuasan pelanggan.....	42
2.2.3.4 Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	48
2.2.4 Hubungan antar variabel	51
2.2.5 kerangka teoritis	53
2.2.6 Model konsep.....	57
BAB III.....	58
METODE PENELITIAN	58
3.1 Tipe penelitian.....	58
3.2 Populasi dan sampel	59
3.3 Sumber data dan Teknik pengumpulan data.	62
3.4 definisi dan pengukuran variable	66
3.5 Metode analitis data.....	68
BAB IV	72
HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.2 hasil dan pembahasan	73
4.2.1 Deskripsi Informan Penelitian	74
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian	76
4.2.2.1 Peran <i>Product knowledge</i> bagi karyawan mediterranea Yogyakarta.	138
4.2.2.2 Proses Pelatihan Karyawan Baru dan metode evaluasi	141

4.2.2.3 Peran <i>Product Knowledge</i> dalam meningkatkan kualitas pelayanan	145
4.2.2.4 pengaruh pemahaman produk terhadap pengalaman positif pelanggan.	146
4.2.3 Ringkasan Temuan Penelitian	152
BAB V.....	154
PENUTUP	154
5.1 Kesimpulan	154
5.2 Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	162

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	160
Lampiran 2 Daftar pertanyaan wawancara:	162

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep kepuasan pelanggan	40
Gambar 2.2 Model konsep	58
Gambar 3.1 Proses analisis data penelitian kualitatif	72
Gambar 4.1 Hubungan pelatihan dengan kinerja	125
Gambar 4. 2 Hubungan kausalitas	149

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	12
Tabel 2. 2 Perbedaan On job Training dan Off job Training	28
Tabel 2. 3 Dampak kualitas pelayanan	36
Tabel 2. 4 Model disconfirmation	43
Tabel 2. 5 Model Servqual	45
Tabel 4. 1 pentingnya produk knowledge untuk karyawan	78
Tabel 4. 2 Kaitan produk knowledge terhadap pelayanan	81
Tabel 4. 3 Jenis jenis knowledge karyawan	86
Tabel 4. 4 Handover pekerjaan karyawan baru	90
Tabel 4. 5 Metode penerapan produk knowledge karyawan baru	96
Tabel 4. 6 Strategi penerapan product knowledge karyawan baru	101
Tabel 4. 7 Faktor apa saja yang membantu mempercepat pemahaman produk knowledge	106
Tabel 4. 8 Pengaruh hubungan produk knowledge dengan handle complain customer	111
Tabel 4. 9 Pengaruh product knowledge pada Keputusan pembelian	116
Tabel 4. 10 Pengaruh produk knowledge pada kinerja penjualan	121
Tabel 4. 11 Perilaku karyawan dalam beradaptasi memahami produk knowledge	125
Tabel 4. 12 Cara mengukur Tingkat pemahaman produk knowledge karyawan baru	130
Tabel 4. 13 tahapan karyawan baru dalam memahami produk knowledge	134

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta dikenal menjadi salah satu wisata terkemuka di Indonesia berkembang menjadi kota kuliner yang mempesona. Industri restoran di Yogyakarta mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan ini mendorong restoran untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam. Karyawan baru merupakan aset penting dalam mencapai tujuan ini. Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan, terutama di sektor jasa seperti restoran. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, tetapi juga membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan. Salah satu komponen penting yang mendukung keberhasilan kualitas pelayanan adalah pengetahuan produk (*product knowledge*) yang dimiliki oleh karyawan. Pengetahuan produk mencakup pemahaman karyawan terhadap fitur, manfaat, dan informasi mendalam tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini sangat relevan dalam industri restoran, di mana interaksi antara karyawan dan pelanggan sering kali menjadi penentu kepuasan pelanggan

Restoran Mediterania di Yogyakarta merupakan salah satu restoran yang memberikan perhatian besar terhadap kualitas pelayanan, mengingat tingginya ekspektasi pelanggan terhadap layanan dan produk yang ditawarkan. Sebagai seorang karyawan di restoran ini, penulis memahami secara langsung tantangan

yang dihadapi oleh karyawan baru dalam memahami produk. Pengetahuan produk yang memadai membutuhkan waktu dan upaya pelatihan yang cukup agar karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik. Tanpa pengetahuan produk yang memadai, karyawan akan kesulitan menjawab pertanyaan pelanggan, memberikan rekomendasi yang relevan, atau menjelaskan detail menu dengan akurat. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Menurut P. Kotler & Keller (2016), pelanggan yang puas cenderung memberikan ulasan positif dan menjadi pelanggan setia, sedangkan pelanggan yang tidak puas berpotensi memberikan dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang akurat, menjawab pertanyaan pelanggan, dan merekomendasikan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan sangat bergantung pada tingkat *product knowledge* yang dimiliki. Dalam konteks ini, pelatihan dan pengembangan karyawan memainkan peran yang krusial untuk memastikan mereka memiliki pemahaman yang mendalam mengenai produk yang mereka tawarkan.

Namun, tantangan yang sering muncul adalah kurangnya perhatian perusahaan terhadap pelatihan karyawan, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan produk. Banyak perusahaan cenderung fokus pada aspek operasional tanpa memberikan prioritas yang cukup pada pengembangan sumber daya manusia. Akibatnya, kualitas pelayanan menjadi kurang optimal, yang berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Parasuraman *et al* (1998) melalui model *SERVQUAL* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness*

(daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Semua dimensi ini sangat dipengaruhi oleh kinerja karyawan yang memiliki pemahaman yang baik tentang produk yang mereka tawarkan.

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan cenderung kembali menggunakan layanan perusahaan, merekomendasikan kepada orang lain, dan membangun citra positif perusahaan di masyarakat. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat dengan cepat merusak reputasi perusahaan, terutama di era digital saat ini, di mana ulasan negatif dapat dengan mudah tersebar luas melalui media sosial dan platform daring lainnya.

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk memahami bagaimana *product knowledge* karyawan mempengaruhi kinerja mereka, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan tersebut dalam industri restoran, mengingat tingginya tingkat interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan. Restoran sebagai salah satu sektor yang sangat bergantung pada layanan pelanggan menjadi tempat yang ideal untuk menganalisis dinamika ini. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini akan menambah literatur mengenai

hubungan antara *product knowledge*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada perusahaan dalam mengembangkan program pelatihan karyawan serta strategi peningkatan kualitas pelayanan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di tengah persaingan yang semakin ketat di industri jasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis berusaha meneliti terkait “bagaimana peran *product knowledge* karyawan dan peranya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di mediterranea restaurant Yogyakarta?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk “menganalisis pengaruh *product knowledge* karyawan terhadap kinerja karyawan di restaurant mediterranea Yogyakarta serta mengidentifikasi bagaimana kinerja karyawan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan ke pelanggan kemudian terciptalah kepuasan pelanggan”

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat baik untuk akademisi, praktisi dan juga penulis. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai hubungan antara *product knowledge*, kinerja karyawan, kualitas pelayanan, dan juga kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen restoran mediterranea Yogyakarta dalam meningkatkan pelatihan karyawan terkait *product knowledge*.

3. Manfaat bagi penulis

Bagi penulis, penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mendalami isu-isu terkait *product knowledge*, kinerja karyawan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman berharga dalam melakukan penelitian akademik yang aplikatif di dunia kerja nyata.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui kajian ilmiah yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, berikut kami sajikan beberapa referensi penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan sekarang ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya produk knowledge bagi karyawan restoran perspektif dari berbagai peran kunci menggunakan *analytic descriptive*. Variabel variabel yang peneliti gunakan diantaranya seperti variable produk knowledge, kinerja karyawan, kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan. Berikut kami sajikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan konsep peneliti yang sedang dikerjakan sekarang.

**1. Sri wahyuningsih handayani, Leonardo adrie manafe dan Muslikhun :
2023 (Handayani *et al.*, 2023)**

Penelitian ini dilakukan oleh 3 author yang terdiri dari Sri wahyuningsih handayani, Leonardo adrie mahafe dan Muslikhun, 2015 dengan judul “Peranan waitress dalam menjaga kepuasan tamu di alamanda resto sofia hotel” jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan restoran di Alamanda Resto, Sofia Hotel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari 6 informan yang masing masing informan meliputi 1 manajer restoran dan 5 star *food and beverage service*. Analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dari hasil analisis deskriptif penelitian ini adalah: (1) hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan waiters sangat penting untuk meningkatkan kepuasan tamu.

(2) beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu diantaranya adalah pengetahuan produk, kesiapan karyawan, pelatihan karyawan, harga dan inovasi menu, kebersihan, grooming, dan Lokasi restoran. Penelitian ini juga menekankan bahwa meskipun ada beberapa aspek yang sudah baik, masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaan standar operasional yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu dan pendapatan restoran. (Handayani et al., 2023)

2. Martuti Lawalu, 2019 (Lawalu, 2019)

Penelitian ini dilakukan oleh Emiliana Martuti Lawalu, 2019 dengan judul “pentingnya kualitas pelayanan seorang waiters dalam meningkatkan kepuasan tamu restoran hotel grand Mentari Banjarmasin”. jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dimana deskriptif penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi terkait kualitas pelayanan seorang waiters di restoran hotel grand Mentari Banjarmasin dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang mengunjungi restoran hotel grand Mentari Banjarmasin. Sampel yang digunakan dipilihlah 30 orang tamu restoran untuk dijadikan responden dalam penelitian tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan dari tamu mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel yang mempengaruhi Tingkat kedatangan tamu. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan

dan juga Tingkat kedatangan tamu. Kemudian tanggapan tamu terhadap kualitas pelayanan waiters menunjukkan bahwa pelayanan tersebut cukup baik namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki seperti kecepatan dan responsivitas dalam melayani tamu. Selanjutnya, data kuesioner menunjukkan bahwa tamu memberikan penilaian yang bervariasi terhadap berbagai aspek pelayanan, seperti kehandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan bukti langsung. (Lawalu, 2019).

3. Apitha Zahra Esha Saviera, I Ketut Sutapa dan Desak Made Purnama Dewi, 2023 (Saviera et al., 2023)

Penelitian ini dilakukan oleh 3 Author yang terdiri dari Apitha Zahra Esha Saviera, I Ketut Sutapa, Desak Made Purnama Dewi pada tahun 2023 yang berupa jurnal article (Saviera *et al.*, 2023). Jurnal ini merupakan *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)* Dengan judul penelitian (PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA RESTORAN BBCO DI HOTEL JW MARRIOT BANGKOK” jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan analisis linier berganda untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah dengan metode analisis regresi linier berganda campuran dengan bantuan aplikasi SPSS IBM 25. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder dengan Teknik pengumpulan data melalui kuesioner,

wawancara, studi kepustakaan dan juga dokumentasi. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari restoran BBCO. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling, jumlah sampel yang diteliti sebanyak 85 responden. Hasil analisis regresi linier berganda campuran menunjukkan persamaan regresi yang mengindikasikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil dari penelitian ini adalah “Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada restoran BBCO di hotel JW MARRIOTT Bangkok. Itu berarti, semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan tamu pada restoran BBCO di hotel JW MARRIOTT Bangkok” (Saviera *et al.*, 2023).

4. Felita Sasongko dan DR. Hartono Subagio, S.E.,M.M (Sasongko & Subagio, 2013)

Penelitian ini disusun oleh 2 Author yaitu Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio, S.E.,M.M. pada tahun 2013 yang berupa Journal Article (Sasongko & Subagio, 2013). Jurnal ini merupakan Jurnal Manajemen Pemasaran dengan judul penelitian “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN AYAM PENYET RIA”. Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ayam penyet ria di Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh bukti mengenai hubungan sebab akibat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan

pelanggan di restoran ayam penyet ria. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang menekankan analisis pada data data numeric yang diolah dengan metode statistika. Penelitian ini menggunakan Teknik *sampling non probability* sampling dengan *sampling purposive sampling*. Populasi dan sampel penelitian ini berupa konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian di restoran ayam penyet ria di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah Sebagian dari pelanggan yang pernah datang dan melakukan pembelian dalam 3 bulan terakhir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Responsiveness merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan, diikuti oleh assurance, empathy, tangible dan reliability. Kualitas pelayanan menjelaskan 71% dari kepuasan pelanggan, sedangkan 29% dijelaskan oleh faktor lain seperti produk dan harga (Sasongko & Subagio, 2013) .

5. Randy Christian Winarta dan Yohanes Sondang Kunto, 2013 (Winarta & Kunto, 2013) .

Penelitian ini disusun oleh 2 Author yaitu Randy Christian Winarta dan Yohanes Sondang Kunto pada tahun 2013 berupa journal article (Winarta & Kunto, 2013). Jurnal ini masuk kedalam jurnal manajemen pemasaran dengan judul penelitian “PENGARUH KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN BROMO ASRI TERHADAP KEPUASAN” jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan rumah makan bromo asri terhadap kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yang mana pemilihan responden dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Populasi dan sampel penelitian ini adalah seluruh konsumen bromo asri yang berusia 17 tahun keatas. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang merupakan responden yang telah mengunjungi bromo asri minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Teknik Analisis data yang digunakan menggunakan Analisis statistik deskriptif dan Analisis regresi, hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

6. Fitria Earlika dan Tutut Mega Mukti Atalina, 2016 (Earlike, 2016)

Penelitian ini disusun oleh 2 Author yaitu Fitria Earlike dan Tutut Mega Mukti Atalina pada tahun 2016 yang berupa jurnal artikel dengan judul “PENTINGNYA PERANAN SKILL DAN MENU KNOWLEDGE WAITER/WAITRESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI FOOD AND BEVERAGE SERVICE DEPARTMENT”(Earlike, 2016). Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang memfokuskan pada Analisis pentingnya peranan skill dan menu knowledge waiter/s terhadap kepuasan konsumen di *food and beverage service department*. Populasi dan sampel penelitian ini adalah waiter dan waiters di hotel casa del rio melaka Malaysia.teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner dan juga studi kepustakaan. Teknik Analisis data yang digunakan adalah dengan Teknik deskriptif

kualitatif, dimana penulis menganalisa data dengan menggunakan data data gambaran dari perusahaan yang dikumpulkan dan dianalisa untuk menghasilkan suatu kesimpulan mengenai pentingnya peranan skill dan menu knowledge yang dimiliki waiter dan waitress guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peranan skill dan menu knowledge yang dimiliki waiter dan waitress sangatlah penting dalam melakukan pelayanan makanan dan minuman di restoran demi memberikan kepuasan pelanggan. Tetapi pada kenyataannya, waiter dan waitress perlu meningkatkan kembali skill yang dimiliki untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan restoran di Hotel Casa Del Rio.

Penelitian terdahulu ini merupakan Gambaran atau referensi yang digunakan sebagai contoh peneliti guna memperkaya wawasan penelitian yang sedang dikerjakan. Beberapa penelitian terdahulu diatas relevan dengan judul dan variabel penelitian yang sedang dikerjakan. Variabel variabel penelitian seperti pengetahuan produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan relevan dengan penelitian yang sedang dikerjakan. Secara ringkas, penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Judul penelitian	Analisis data	Hasil penelitian
1	(Handayani et al., 2023) PERANAN WAITERS DALAM	Analisis Deskriptif	Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

	<p>MENJAGA KEPUASAN TAMU DI ALAMANDA RESTO SOFIA HOTEL</p>		<p>waiters sangat penting untuk meningkatkan kepuasan tamu. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu diantaranya adalah pengetahuan produk, kesiapan karyawan, pelatihan karyawan, harga dan inovasi menu, kebersihan, grooming, dan Lokasi restoran.</p>
2	<p>(Lawalu, 2019) PENTINGNYA KUALITAS PELAYANAN SEORANG WAITERS DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU RESTORAN</p>		<p>Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga Tingkat kedatangan tamu. Tanggapan tamu terhadap kualitas pelayanan waiters menunjukkan bahwa pelayanan tersebut</p>

	GRAND MENTARI BANJARMASIN		cukup baik namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki seperti kecepatan dan <i>responsivitas</i> dalam melayani tamu
3	(Saviera et al., 2023) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA RESTORAN BBCO DI HOTEL JW MARRIOTT BANGKOK	Analisis Deskriptif, Analisis regresi linier berganda	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada restoran BBCO di hotel JW MARRIOTT Bangkok. Itu berarti, semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan tamu pada restoran BBCO di hotel JW MARRIOTT Bangkok

4	(Sasongko & Subagio, 2013) PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN AYAM PENYET RIA		<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>tangible</i>, <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>emphaty</i> secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p><i>Responsiveness</i> merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan, diikuti oleh <i>assurance</i>, <i>empathy</i>, <i>tangible</i> dan <i>reliability</i>.</p> <p>Kualitas pelayanan menjelaskan 71% dari kepuasan pelanggan, sedangkan 29% dijelaskan oleh faktor</p>

			lain seperti produk dan harga
5	(Winarta & Kunto, 2013) PENGARUH KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN BROMO ASRI TERHADAP KEPUASAN”		Hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
6	(Earlike,2016) PENTINGNYA PERANAN SKILL DAN MENU KNOWLEDGE WAITER/WAITRES S TERHADAP KEPUASAN	Analisa deskriptif	hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peranan skill dan menu <i>knowledge</i> yang dimiliki <i>waiter</i> dan <i>waitress</i> sangatlah penting dalam melakukan pelayanan makanan dan minuman di

	PELANGGAN DI <i>FOOD AND BEVERAGE SERVICE DEPARTMENT</i>		restoran demi memberikan kepuasan pelanggan. Tetapi pada kenyataanya, <i>waiter</i> dan <i>waitress</i> perlu meningkatkan kembali skill yang dimiliki untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan restoran di Hotel Casa Del Rio.
--	--	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Produk knowledge*

2.2.1.1 *Definisi produk knowledge*

Produk adalah elemen utama dalam aktivitas pemasaran, yang merupakan hasil dari suatu perusahaan dan dapat ditawarkan kepada pasar untuk dikonsumsi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Konsep Manajemen Pemasaran, Apa pun yang dapat dipasarkan untuk menarik minat, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, dan memenuhi kebutuhan atau keinginan dianggap sebagai produk.. (Saragih et al., 2023) . produk bisa berupa barang, jasa pengalaman, *events*, tempat, orang, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.

Pengetahuan (*Knowledge*) merupakan penggabungan data dan informasi. Menurut turban Ada keterkaitan antara data, informasi, dan pengetahuan. Data merupakan kumpulan fakta, pengukuran, dan statistik. Informasi adalah data yang telah diorganisasi dan diproses dengan baik. Sementara itu, pengetahuan adalah informasi yang memiliki nilai relevansi dalam konteks tertentu dan dapat diaplikasikan (*Pengetahuan (Knowledge)* , 2020) . Pengetahuan Product (*Product Knowledge*) adalah pemahaman yang dimiliki oleh individu, khususnya karyawan terhadap karakteristik, fitur, manfaat, dan informasi mendalam terkait produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. *Product knowledge* juga bisa diartikan sebagai Seluruh kumpulan informasi akurat yang tersimpan dalam memori konsumen dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah atau keputusan berikutnya (Resmara, 2017) .

2.2.1.2 Dimensi Pengetahuan Produk (*Product knowledge*)

Menurut Engel & Blackwell (1995), *Product Knowledge* mencakup tiga aspek utama yaitu:

1. pengetahuan tentang atribut produk, ini mencakup informasi mengenai karakteristik produk, fisik dan fungsi produk, seperti bahan, ukuran, fitur dan kegunaan.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk, ini mencakup pemahaman mengenai bagaimana produk dapat memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah pelanggan.
3. Pengetahuan tentang pemakaian produk, ini mencakup informasi terkait cara penggunaan produk yang efektif dan efisien.

Ketiga dimensi ini sangat berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dengan memahami atribut, manfaat, dan pemakaian produk, karyawan dapat menjawab pertanyaan pelanggan dengan akurat, memberikan rekomendasi yang sesuai kebutuhan pelanggan dan juga dapat membantu pelanggan memahami dan menikmati produk secara optimal. Menurut Peter & Olson (2010), terdapat empat indikator dalam product knowledge, yaitu atribut produk, manfaat produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, serta nilai-nilai yang didapatkan konsumen saat menggunakan produk atau jasa (Resmara, 2017) . indikator indikator tersebut adalah sebagai berikut:

Atribut produk, ini merupakan segala aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan, Diantaranya adalah.

1. Manfaat fisik, ini merupakan dampak yang langsung dapat dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan.
2. Manfaat psikologis, ini merupakan dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa.

Nilai nilai yang diperoleh, ini adalah nilai nilai yang diperoleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

2.2.1.3 Pentingnya *Product knowledge*

Pemahaman akan suatu produk sangatlah penting dimiliki oleh karyawan khususnya dibidang kuliner/restaurant. *Product knowledge* merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkualitas di *industri* restaurant. Pemahaman mendalam tentang produk restoran, seperti buku

menu, bahan baku dan proses penyajiannya, memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut beberapa pentingnya *Product knowledge* dalam konteks restaurant:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan

Karyawan restoran dengan pemahaman produk yang baik mampu memberikan pelayanan yang baik dan juga memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan mengenai menu, bahan makanan, rekomendasi menu yang sesuai kebutuhan mereka. Pemahaman produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan karena mereka merasa lebih diprioritaskan dan dihormati (Zeithaml et al., 2018)

2. Mendorong Keputusan pembelian

Pengetahuan produk yang baik dapat membantu karyawan memberikan rekomendasi produk yang tepat, sehingga dapat mempengaruhi Keputusan pembelian (P. Kotler & Keller, 2016). Sebagai contoh seorang *waiters* yang memiliki pemahaman produk yang baik dapat memberikan informasi yang diharapkan pelanggan, dapat mendorong pelanggan mencoba menu makanan yang baru sehingga terjadilah Keputusan pembelian. Dengan pemahaman produk yang baik bukan hanya dapat meningkatkan penjualan akan tetapi juga dapat menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi pelanggan. Tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut akan datang lagi dikemudian hari.

3. Mengurangi *Complain Customer*

Pengetahuan produk juga dapat membuat karyawan dapat mengantisipasi dan menangani keluhan pelanggan dengan baik. Sebagai contoh, jika pelanggan mempunyai alergi terhadap bahan makanan tertentu, karyawan yang memiliki pemahaman produk yang baik dapat memberikan rekomendasi menu makanan yang aman untuk dikonsumsi. Menurut penelitian Solomon (2017), ini dapat mengurangi risiko miskomunikasi yang dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

4. Meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Ini menjadi salah satu hal yang penting dari produk *knowledge* dimana ketika pelanggan menerima informasi yang relevan dan akurat, mereka cenderung merasa lebih percaya pada perusahaan. Kepercayaan ini dapat membangun hubungan jangka Panjang yang berujung loyalitas pelanggan.

2.2.2 Kualitas pelayanan

2.2.2.1 Definisi kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan (*Service Quality*) adalah Tingkat kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dalam menyediakan produk atau jasa.

2.2.2.2 Teori dan model kualitas pelayanan

(*Model Servqual*)

A. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Hal ini meliputi seperti

pengiriman produk atau layanan tepat waktu, tanpa kesalahan, dan sesuai dengan standar yang dijanjikan. Sebagai contoh dalam konteks restoran, *reliability* ini mencakup seperti memastikan pesanan pelanggan selalu disajikan dengan benar dan tepat waktu. Selain itu juga bisa diartikan pesanan makanan yang dipesan sesuai dengan permintaan pelanggan. Dimensi *reliability* ini dianggap sebagai elemen kunci karena pelanggan mengandalkan keakuratan layanan yang ditawarkan untuk membangun kepercayaan terhadap Perusahaan atau restoran.

B. *Responsiveness*

Menurut P. Kotler & Keller (2012), *responsiveness* atau daya tanggap adalah kemampuan perusahaan, yang dilakukan melalui karyawannya, untuk memberikan layanan dengan cepat dan sigap. Daya tanggap ini merujuk pada kesediaan dan kemampuan staf untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat.. *Responsiveness* berhubungan erat dengan kualitas jasa yang ditawarkan. Dalam konteks ini jasa yang dimaksud adalah pelayanan. Pelayanan seorang karyawan khususnya waiter di sebuah restoran sangatlah penting, pelayanan yang baik dan tanggap terhadap customer dapat menumbuhkan persepsi yang positif. Sebagai contoh *customer* yang berkunjung ke restoran kemudian membutuhkan waiters untuk mendapatkan sebuah informasi, *customer* hanya perlu mengangkat tangan. Ketika *waiters* peka dan tanggap dengan arti panggilan tersebut maka customer akan merasa senang dan memberikan pengalaman yang baik Ketika berkunjung ke restoran tersebut.

C. Assurance (Jaminan)

Dimensi ini mencakup pemahaman karyawan yang akurat tentang produk, pemberian pelayanan yang adil kepada pelanggan, kualitas keramahan, perhatian, serta kesopanan dalam melayani.

D. Empathy (Empati)

Pengukuran dimensi ini menilai sejauh mana kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta upaya perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

E. Tangible (bukti fisik)

Dimensi ini mengukur bukti fisik yang meliputi Gedung, kerapian, kebersihan, kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas dan penampilan karyawan.

2.2.2.3 Faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

A. Pelatihan karyawan

Pelatihan adalah faktor kunci dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Karyawan yang mendapatkan pelatihan terstruktur dapat memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih konsisten. Menurut Kasmir (2016) Pelatihan adalah proses yang bertujuan untuk membentuk dan membekali karyawan dengan meningkatkan keahlian, kemampuan, pengetahuan, dan perilaku mereka. Sedangkan menurut Mangkunegara (2016) Pelatihan merupakan proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan

prosedur yang sistematis dan terorganisir, di mana pegawai non-manajerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dengan tujuan yang spesifik. Hasibuan (2009) memaparkan Setidaknya ada 3 indikator untuk mengukur variabel pelatihan. Indikator indikator tersebut meliputi (1) Peserta, (2) Pelatih, (3) Pelaksanaan.

1. Menetapkan jumlah peserta, syarat syarat dan tujuan pelatihan. Misalnya seperti usia, jenis kelamin, pengalaman kerja, dan latar belakang Pendidikan.
2. Menunjuk pelatih atau instruktur yang memenuhi kualifikasi untuk mengajarkan setiap materi pembelajaran agar tujuan pengembangan tercapai. Penunjukan pelatih harus didasarkan pada kemampuan objektif, bukan pada hubungan pribadi seperti teman atau keluarga. Dengan adanya pelatih yang berkualitas, diharapkan dapat menghasilkan peserta didik yang kompeten dan berkinerja baik.
3. Melaksanakan kegiatan belajar mengajar, di mana setiap pelatih menyampaikan materi kepada peserta pelatihan. Proses ini harus diakhiri dengan ujian atau evaluasi untuk menilai apakah tujuan pengembangan telah tercapai.

Pelatihan sebagai suatu proses pembelajaran dilakukan secara sistematis dengan tujuan agar hasil pembelajaran yang dicapai optimal (Suparyadi, 2015). Metode Pelatihan memiliki andil yang penting yang dapat mempengaruhi capaian hasil pembelajaran (Pratama, 2018).

Metode atau teknik pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan, mengurangi absensi, perputaran pegawai, serta mencegah keusangan, sekaligus melaksanakan pekerjaan dengan lebih efisien (Swasto, 2010). Notoatmodjo (2019) mengatakan Terdapat 2 metode pelatihan , yaitu *on the job training* dan *off the job training*

A. *On the job training*

Menurut Bangun (2012) Metode *on the job training* adalah metode dimana karyawan mempelajari pekerjaannya dengan langsung melakukannya. Metode pelatihan ini dianggap efisien karena dilakukan secara langsung sambil mengerjakan tugas. *On the job training* merupakan salah satu metode terbaik untuk mengembangkan keterampilan atau kecakapan tinggi pada karyawan, karena direncanakan, di organisasi, dan dilaksanakan di tempat kerja (Suparyadi, 2015). Suparyadi juga menyebutkan bahwa ada empat metode yang digunakan dalam *on the job training*, yaitu:

1. *Coaching*

Metode ini melibatkan atasan atau seorang ahli yang memberikan arahan atau instruksi kepada bawahan tentang cara melaksanakan tugas pekerjaannya.

2. *Demonstration*

Ini merupakan metode penyampaian materi pelatihan dengan cara memperagakan atau menunjukkan suatu proses, situasi, atau

objek tertentu kepada peserta pelatihan, baik yang asli maupun tiruan. Dalam metode ini, pelatih memiliki peran utama dalam memperagakan atau memberi contoh secara langsung kepada peserta.

3. *Job rotation*

Dalam metode ini, karyawan dipindahkan dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain untuk memperoleh pengalaman yang lebih luas, sehingga mereka dapat menguasai berbagai jenis pekerjaan.

4. *Project*

Pada metode ini, karyawan baru diikutsertakan dalam tim yang mengerjakan suatu proyek, sehingga mereka dapat terlibat dalam berbagai aktivitas bisnis yang berbeda.

B. *Off the Job Training*

Off the Job Training adalah salah satu metode pelatihan yang mana pelaksanaan *Off the Job Training* ini dilakukan diluar lingkungan kerja. Bangun (2012) mengatakan pelatihan *Off the Job Training* ini adalah sebuah pelatihan kerja dimana pada pelaksanaannya karyawan dalam keadaan tidak bekerja dengan tujuan agar terpusat pada kegiatan pelatihan saja. Tujuan dari metode ini adalah memberikan pengetahuan, keterampilan kepada karyawan tanpa gangguan dari tugas harian mereka. Pelatihan ini biasanya dilakukan di tempat terpisah seperti ruang konferensi atau

bahkan secara online. Metode ini digunakan untuk membantu karyawan mengembangkan keterampilan tambahan yang relevan dengan peran mereka atau untuk mempersiapkan mereka menghadapi tanggung jawab baru di masa depan. Menurut Suparyadi (2015) berikut merupakan beberapa macam metode dari *Off the Job Training* diantaranya adalah:

1. Lectures

Perkuliah adalah penyajian informasi secara lisan untuk menjelaskan atau mengajarkan suatu subjek tertentu, seperti yang dilakukan di universitas. Metode ini digunakan untuk menjelaskan informasi penting, sejarah, latar belakang, teori, dan lainnya. Meskipun metode ini sering mendapatkan kritik, universitas belum menemukan metode lain yang lebih praktis untuk menyampaikan informasi kepada peserta dalam jumlah besar. Kritik terhadap metode ini terutama terkait dengan komunikasi yang bersifat satu arah dan kurang melibatkan partisipasi peserta secara signifikan.

2. Simulasi

Simulasi adalah aktivitas pelatihan di mana peserta ditempatkan dalam lingkungan buatan yang mencerminkan kondisi kerja yang nyata. Simulasi dapat diterapkan dalam situasi pelatihan tertentu dengan tujuan memungkinkan peserta untuk mengantisipasi situasi dan mempersiapkan diri untuk bertindak.

3. *Role playing*

Metode pelatihan ini melibatkan interaksi dengan perilaku realistis dalam suatu situasi yang dibuat-buat. *Role playing* adalah metode yang sangat efektif untuk meningkatkan keterampilan karyawan, di mana peserta berperan dalam situasi tertentu, berperan dalam sebuah tim, dan bertindak di atas panggung.

4. *Management game*

Juga dikenal sebagai business game, metode ini adalah pelatihan simulasi yang dirancang untuk aplikasi manajemen, di mana peserta bertindak sebagai pembuat keputusan dalam lingkungan yang disimulasikan.

Tabel 2. 2 Perbedaan *On the Job Training* dan *Off the Job Training*

Aspek	<i>On the Job Training</i>	<i>Off the Job Training</i>
Lokasi	Ditempat kerja	Diluar tempat kerja
Fokus	Penerapan langsung dalam pekerjaan nyata	Belajar teori dan simulasi
Gangguan pekerjaan	Sering terganggu oleh pekerjaan harian	Tidak terganggu oleh tugas harian

Instruktur	Biasanya supervisor atau karyawan senior	Biasanya instruktur internal/eksternal atau ahli
Biaya	Cenderung lebih rendah	Cenderung lebih tinggi

B. Budaya organisasi

Budaya organisasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku karyawan dalam melayani pelanggan. Budaya organisasi merupakan seperangkat nilai, keyakinan, norma, dan praktik yang menjadi pedoman perilaku dan interaksi individu didalam organisasi. Budaya ini mencerminkan identitas Perusahaan sehingga dapat mempengaruhi cara kerja karyawan dan juga dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan organisasi. Setidaknya ada 4 Elemen budaya organisasi yang meliputi (1) nilai dan keyakinan (*values and belief*), nilai inti atau *core value* merupakan prinsip dasar yang menjadi panduan utama bagi organisasi misalnya seperti nilai integritas, inovasi atau kerja tim. (2) Norma dan aturan tidak tertulis, ini mencakup kebiasaan atau praktik yang diterima secara umum oleh anggota organisasi, meskipun tidak secara formal tertulis dalam dokumen

Perusahaan. (3) symbol dan ritual, symbol ini mencakup seperti logo, motto, atau elemen visual lainnya. Ritual mencakup acara rutin seperti penghargaan karyawan bulanan atau rapat mingguan. (4) Struktur dan Sistem organisasi, ini mencakup bagaimana kepemimpinan organisasi dijalankan, bagaimana komunikasi terjadi dan bagaimana pengambilan Keputusan. Ada 4 manfaat pentingnya dari budaya organisasi diantaranya adalah:

1. Meningkatkan kinerja

Budaya organisasi yang baik dapat mendorong karyawan bekerja lebih baik produktif dan fokus pada tujuan organisasi.

2. Membangun loyalitas karyawan

Budaya organisasi yang positif dapat menciptakan rasa memiliki diantara karyawan, yang dapat meningkatkan kepuasan kerja.

3. Adaptasi terhadap perubahan

Budaya yang fleksibel dan inovatif dapat membantu organisasi lebih mudah beradaptasi dengan dinamika atau perubahan lingkungan kerja.

4. Menciptakan keunggulan kompetitif

Budaya organisasi yang kuat dapat memberikan identitas yang unik dan membedakan organisasi dari competitor

C. System Manajemen

Sistem manajemen merupakan serangkaian kebijakan, prosedur, dan proses yang digunakan oleh organisasi untuk mengelola dan mengontrol

operasinya guna mencapai tujuan tertentu. Menurut Robbins & Coulter (2016) sistem manajemen adalah serangkaian aktivitas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Robbins dan Coulter menjelaskan bahwa *sistem* manajemen mencakup proses untuk merencanakan strategi, mengorganisasi sumber daya manusia dan material, memimpin karyawan serta mengendalikan hasil untuk memastikan tujuan organisasi (Robbins & Coulter, 2016). Dalam konteks kualitas pelayanan, *sistem* manajemen memainkan peran sentral karena menentukan bagaimana organisasi merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan juga mengendalikan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Berikut beberapa hal bagaimana *sistem* manajemen dapat mempengaruhi kualitas pelayanan:

1. Penetapan Standar Operasional (*Standard Operating Procedures* – SOP)

Sistem manajemen yang efektif perlu menetapkan SOP untuk semua proses pelayanan, mulai dari bagaimana karyawan menyapa pelanggan hingga ke bagaimana karyawan dapat menangani keluhan. Menurut (Fatimah, 2015) *Standar Operasional Prosedur/SOP* adalah pedoman yang berisi prosedur prosedur operasional standar yang ada didalam suatu organisasi (Adi, 2022). Pedoman ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap keputusan langkah atau tindakan dan menggunakan fasilitas pemrosesan yang

dilaksanakan telah berjalan secara efektif, konsisten, standar dan sistematis untuk menghasilkan produk sesuai standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Secara luas SOP dapat didefinisikan sebagai dokumen yang menjabarkan aktivitas operasional yang dilakukan secara benar, tepat dan konsisten, untuk menghasilkan produk yang sesuai standar yang telah ditetapkan sebelumnya (Fatimah, 2015) . Fatimah juga menguraikan beberapa manfaat penerapan SOP bagi perusahaan atau organisasi, antara lain:

- a. Mengurangi kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan
- b. Mempermudah serta menghemat waktu dan tenaga dalam program pelatihan karyawan
- c. Menjadi sarana untuk mengkomunikasikan pelaksanaan pekerjaan
- d. Sebagai acuan dalam penilaian terhadap proses layanan
- e. Mempermudah tahapan pelayanan kepada masyarakat sebagai konsumen
- f. Meningkatkan kemandirian pegawai, mengurangi ketergantungan pada intervensi manajemen
- g. Mengurangi beban kerja serta meningkatkan *comparability, credibility, dan defensibility*
- h. Berfungsi sebagai alat komunikasi antara pelaksana dan pengawas, serta memastikan pekerjaan diselesaikan secara konsisten

- i. Membantu dalam evaluasi dan penilaian terhadap proses operasional perusahaan
- j. Membantu mengendalikan dan mengantisipasi perubahan kebijakan
- k. Mempertahankan kualitas perusahaan melalui konsistensi kerja karena adanya sistem kerja yang jelas dan terstruktur.
- l. Menjadi dokumen yang mendokumentasikan aktivitas proses bisnis

2. Tujuan *Standar Operasional Prosedur*

- a. Menjaga konsistensi antara setiap petugas, pegawai, tim, dan unit kerja
- b. Memperjelas alur tugas, wewenang, serta tanggung jawab tiap unit kerja
- c. Mempermudah proses pemberian tugas dan tanggung jawab kepada pegawai yang menjalankannya
- d. Mempermudah proses monitoring dan pengendalian terhadap setiap proses kerja
- e. Mempermudah pemahaman staf secara sistematis dan menyeluruh
- f. Mempermudah identifikasi kegagalan, ketidakefisienan dalam prosedur kerja, serta potensi penyalahgunaan kewenangan pegawai

- g. Menghindari kesalahan dalam proses kerja
- h. Menghindari kesalahan, kebingungan, duplikasi, dan inefisiensi
- i. Melindungi organisasi atau unit kerja dari kesalahan administrasi
- j. Memberikan informasi mengenai dokumen yang diperlukan dalam proses kerja
- k. Menghemat waktu dalam program pelatihan, karena SOP sudah disusun secara sistematis

2.2.2.4 Dampak kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan elemen kunci dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan menentukan keberhasilan jangka Panjang sebuah perusahaan. Pelayanan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi juga memiliki efek berantai yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan membangun reputasi perusahaan. Ketika kualitas pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, mereka cenderung merasa puas, menjadi loyal dan berbagi pengalaman positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan. Beberapa adalah beberapa dampak dari kualitas pelayanan

A. Kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik adalah dasar dari kepuasan pelanggan. Kepuasan terjadi ketika pelayanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan seperti *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan

tangible (bukti fisik), dapat memberikan pengalaman positif yang mendorong rasa puas. Pelanggan yang puas akan cenderung merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain dan kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan di kemudian hari.

B. Loyalitas pelanggan

kepuasan pelanggan yang berkelanjutan seringkali mengarah pada loyalitas pelanggan. Loyalitas didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tertentu meskipun ada pilihan lain di pasar. Kotler dan Keller (2018) menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang oleh seseorang untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan. Pelanggan yang loyal tidak hanya memberikan pendapatan yang berulang tetapi juga bertindak sebagai pendukung merek, berbagai ulasan positif, dan bahkan membela perusahaan dalam situasi negatif. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan sehingga memperkuat loyalitas.

C. Reputasi perusahaan

Reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, ketika sebuah organisasi dikenal memberikan pelayanan yang konsisten dan memuaskan, citra positif akan terbentuk di mata pelanggan dan masyarakat. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat dengan cepat merusak reputasi perusahaan, terutama di era media sosial

dimana ulasan negative dapat menyebar luas dengan cepat, perusahaan dengan reputasi yang baik tidak hanya menarik lebih banyak pelanggan tetapi juga dapat lebih mudah membangun hubungan dengan mitra bisnis dan menarik talenta terbaik untuk bekerja.

Tabel 2. 3 Dampak kualitas pelayanan

Dampak	Deskripsi	Contoh
Kepuasan pelanggan	Pelanggan merasa puas karena pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan.	Pelanggan restoran merasa puas karena pelayanan ramah dan makanan disajikan cepat sesuai pesanan
Loyalitas pelanggan	Pelanggan terus menggunakan layanan perusahaan dan merekomendasikan kepada orang lain.	Pelanggan toko online kembali berbelanja karena selalu mendapatkan layanan cepat dan solusi atas keluhan
Reputasi perusahaan	Citra positif karena berkembang karena pelayanan yang konsisten dan memuaskan pelanggan	Sebuah hotel mendapatkan penghargaan karena ulasan pelanggan yang

		sangat baik terkait kenyamanan fasilitas dan keramahan staf.
--	--	--

2.2.3 Kepuasan pelanggan

2.2.3.1 Definisi kepuasan pelanggan

Setiap *customer* Ketika melakukan pembelian tidak hanya sekedar mendapatkan produk akan tetapi juga ingin mendapatkan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik ini akan sangat bermakna bagi *customer* untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang kemudian akan membentuk sebuah kepuasan. Kepuasan adalah Tingkat keadaan Dimana perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk yang ia rasakan dibanding harapan (p Kotler & Keller, 2008) . Kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk atau jasa perusahaan merasa puas dengan produk atau layanan yang diterima. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan mereka dan persepsi atas pengalaman yang dirasakan atau diterima. (Fasihuddin & Firmansyah, 2019). Lebih lanjut Fasihuddin & Firmansyah (2019) dalam bukunya menjelaskan tingkatan tingkatan atau hierarki kepuasan customer, setidaknya ada 4 tingkatan kepuasan customer yaitu *Basic, Expected, Desire* dan *Unexpected* (B-E-D-U):

A. *Basic*

Basic adalah tingkat dasar dalam mengukur kepuasan. *Basic* merujuk pada hal-hal mendasar yang harus dipenuhi agar seseorang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebagai contoh, ketika saya mengunjungi sebuah restoran, saya mengharapkan pelayanan yang baik, karyawan yang ramah, dan makanan yang sesuai dengan pesanan saya. Jika semua hal tersebut terpenuhi, saya akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan..

B. *Expected*

Expected adalah tingkat kedua dalam hierarki kepuasan pelanggan. *Expected* merujuk pada hal-hal yang kita harapkan ada, namun jika tidak ada, hal tersebut tidak akan mengurangi kepuasan kita. Contohnya: mungkin beberapa orang sebelum berkunjung ke sebuah tempat anggaplah ke sebuah restoran untuk makan, terlebih dahulu akan melakukan searching Lokasi terlebih dahulu di platform media social untuk mendapatkan beberapa informasi seperti Lokasi, tempat, *interior*, menu, suasana, *review* dan lain lain. Dengan preferensi yang didapat dari media sosial tersebut customer berekspektasi akan merasakan hal yang sama seperti informasi yang didapat. Ketika sampai di sebuah restoran kemudian Ketika masuk restoran disambut dengan baik, mendapatkan pelayanan yang baik dan juga makanan yang dicoba juga enak. Ini merupakan *expected* dari *customer* itu sendiri. Hal hal tersebut

akan menambahkan nilai kepuasan seseorang dari sekadar *basic* jika terpenuhi.

C. *Desire*

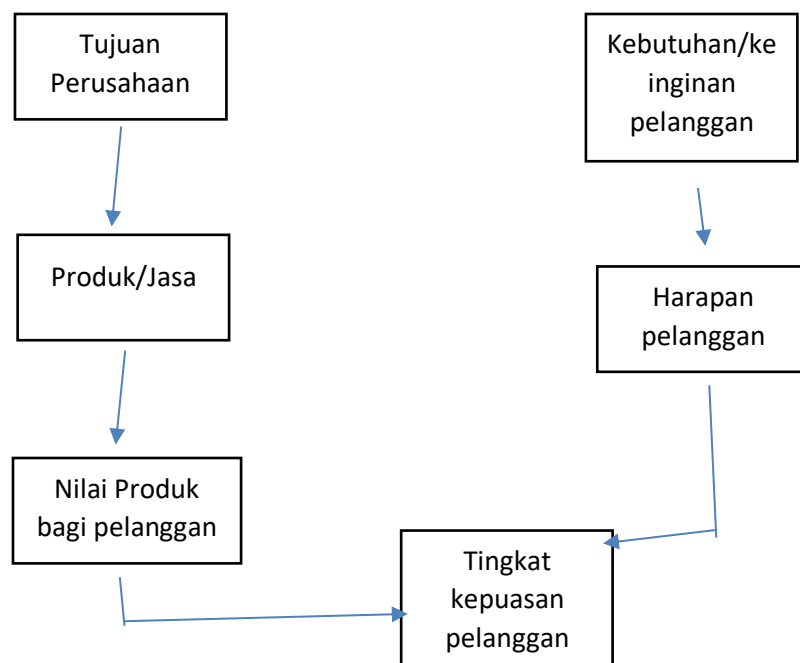
Desire adalah tingkat kepuasan pelanggan selanjutnya dalam hierarki kepuasan. *Desire* merujuk pada hal-hal yang hanya ada dalam harapan atau impian kita ketika menerima layanan. Contohnya: Ketika saya datang berkunjung ke sebuah restoran merasa nyaman dengan situasional di restoran tersebut, disambut dengan udara sejuk ruangan ber-ac, kemudian tidak sengaja lagu yang diputar di restoran tersebut adalah genre lagu kesukaan. Hal hal tersebut tidak saya harapkan Ketika datang ke restoran tersebut dan hanya ada dalam angan angan Ketika datang ke sebuah restoran. Saya tidak akan kecewa jika hal seperti itu tidak ada akan tetapi akan merasa senang jika hal tersebut ada.

D. *Unexpected*

Unexpected adalah tingkatan tertinggi dalam hierarki kepuasan customer. *Unexpected* adalah hal hal yang bahkan tidak ada dalam bayangan kita sebelumnya. Sebagai contoh: Ketika saya berkunjung ke sebuah restoran Bersama teman teman dalam rangka makan makan ulang tahun kemudian saya memesan sebuah dessert untuk roti ulang tahun, saya merasa senang ternyata diperbolehkan *custom dessert request* tulisan ucapan selamat ulang tahun dan lilin. Diluar bayangan

saya dessert tersebut disajikan di meja saya sembari heboh sekali tim *waiters* menyanyikan lagu selamat ulang tahun. Yang lebih kagetnya lagi, pelanggan lainya yang makan disitu ikut bertepuk tangan memeriahkan lagu ulang tahun. Diluar bayangan saya juga lagu yang dinyanyikan diiringi music selamat ulang tahun dari tim live music. Ini diluar bayangan saya sebelumnya. Bayangan saya sebelumnya hanya memesan dessert ulang tahun dan hanya dirayakan oleh teman teman saya saja hanya untuk sekedar foto, diluar bayangan saya bakal seheboh ini.

Konsep kepuasan pelanggan



Gambar 2.1 Konsep kepuasan pelanggan

2.2.3.2 Dimensi dimensi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah *respons* pelanggan terhadap perbedaan yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual layanan yang diberikan (Zeithaml & Bitner, 2008) . secara umum terdapat 3 dimensi utama yang membentuk kepuasan pelanggan yaitu (1) kepuasan terhadap produk, (2) kepuasan terhadap layanan, (3) kepuasan terhadap pengalaman.

A. Kepuasan terhadap produk (*Product Satisfaction*)

Dimensi *product satisfaction* ini mengacu pada kualitas, nilai dan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, beberapa faktor yang berkontribusi diantaranya seperti kualitas produk apakah produk tersebut tahan lama, andal, berkinerja baik dll. Kemudian dari sisi fitur produk apakah produk tersebut memiliki fitur sesuai kebutuhan pelanggan kemudian dari sisi harga apakah harga tersebut dianggap sebanding dengan manfaat yang didapat.

B. Kepuasan terhadap layanan (*Service Excellent*)

Dimensi *Service Excellent* ini berkaitan dengan antara pelanggan dan penyedia layanan. Pelayanan yang baik meliputi kecepatan layanan, sikap karyawan, dan juga penyelesaian masalah. Kecepatan layanan seperti penyajian makanan dan minuman tepat waktu, sikap karyawan seperti staf yang ramah, sopan dan profesional, serta penyelesaian masalah apakah responya cepat dan efektif terhadap keluhan pelanggan.

C. Kepuasan terhadap Pengalaman (*Experiential Satisfaction*)

Dimensi ini mencakup seluruh pengalaman pelanggan saat menggunakan produk atau layanan, pengalaman ini meliputi suasana lingkungan, kemudahan akses, dan juga inovasi dan kejutan.

Oliver (2010) Menyatakan bahwa kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dimensi kepuasan pelanggan meliputi: (1) *Expectations*, pelanggan merasa puas hanya jika kenyataan produk yang mereka beli sesuai dengan atau melebihi harapan mereka. Produk yang baik adalah yang dapat memenuhi harapan dan ekspektasi pelanggan, sehingga mereka memiliki pengalaman positif setelah membeli produk tersebut. (2) *Subjective Disconfirmation*, pelanggan merasa puas jika tidak ada hal-hal atau alasan terkait ketidaksesuaian produk yang bersifat subjektif. (3) *Performance Outcomes*, yaitu ketika pelanggan merasa puas dengan kinerja keseluruhan produk yang dibeli dan mendapatkan manfaat optimal sesuai dengan yang diinginkan..

2.2.3.3 Teori kepuasan pelanggan

A. Model *disconfirmation*

Model *disconfirmation of Expectation* adalah salah satu kerangka kerja yang banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana kepuasan pelanggan terbentuk. Model ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan

terjadi sebagai hasil dari perbandingan antara harapan awal pelanggan (*Expectations*) dengan pengalaman actual yang mereka dapatkan (*Perceived performance*).

Tabel 2. 4 Model disconfirmation

No	Nama	Terjadi Ketika	Hasil	Contoh
1	<i>Positive Disconfirmation</i> (Kepuasan positif)	Terjadi Ketika kinerja layanan atau produk melampaui harapan pelanggan	Hasilnya adalah pelanggan sangat puas (<i>delight</i>) dengan cenderung loyal kepada Perusahaan	Pelanggan memesan makanan dengan ekspektasi biasa, tetapi mendapatkan pelayanan yang luar biasa
2	<i>Confirmation</i> (Konfirmasi)	Terjadi Ketika actual sesuai dengan harapan pelanggan	Hasilnya adalah pelanggan merasa puas tetapi tanpa adanya kejutan atau	Pelanggan mendapatkan makanan yang sesuai dengan menu dan

			kesan mendalam	ekspektasi awal.
3	<i>Negative Confirmation</i> (Ketidakpuasan)	Terjadi Ketika kinerja <i>actual</i> tidak memenuhi harapan pelanggan	Hal ini menyebabkan ketidakpuasan dan dapat mendorong pelanggan untuk meninggalkan layanan atau produk	Pelanggan menerima pesanan terlambat dan kualitas makanan tidak sesuai dengan ekspektasi awal

Ada 3 tahapan model *disconfirmation*

- **Harapan awal (*initial Expectation*)**

Harapan pelanggan dibentuk sebelum mereka mengkonsumsi produk atau layanan. Hal ini dapat dipengaruhi beberapa hal seperti iklan, reputasi Perusahaan atau mungkin pengalaman sebelumnya.

- **Persepsi kinerja (*Perceived performance*)**

Pelanggan ,mengevaluasi kualitas produk atau layanan berdasarkan pengalaman actual mereka.

- **Perbandingan (*Disconfirmation*)**

Pelanggan membandingkan persepsi kinerja dengan harapan awal. Jika ada ketidaksesuaian (positif atau negative),

B. Model *servqual*

Teori *SERVQUAL* dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1998), Teori ini merupakan salah satu model yang paling terkenal dalam mengukur kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang mana hal ini tentunya berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Teori ini terdiri dari 5 dimensi utama yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan, yaitu: (1) *Tangible*, (2) *Reliability*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance*, (5) *Empathy*. Berikut penjelasan singkatnya mengenai ke 5 dimensi tersebut dalam bentuk tabel:

Tabel 2. 5 Model *Servqual*

Dimensi <i>SERVQUAL</i>	Penjelasan	Contoh
<i>Tangible</i>	Bukti fisik dan kualitas pelayanan yang mencakup fasilitas,	Ruangan yang bersih, meja yang tertata rapi,

	peralatan, kebersihan dan penampilan karyawan	dan seragam karyawan yang profesional
<i>Reliability</i>	Kemampuan penyedia layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal	Pelanggan yang memesan makanan secara online menerima pesannya sesuai dengan waktu yang dijanjikanya
<i>Responsiveness</i>	Kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan memberikan layanan yang tepat	Pelayanan yang dengan segera merespon permintaan tambahan seperti membawa air minum atau mengganti pesanan yang salah
<i>Assurance</i>	Pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan kemampuan karyawan	Pelanggan merasa nyaman karena atau staf medis menunjukkan keahlian dan

	untuk menanamkan rasa percaya dan keamanan kepada pelanggan	menjelaskan prosedur secara jelas dan professional.
<i>Empathy</i>	Kemampuan penyedia layanan untuk memahami kebutuhan pelanggan secara individual dan memberikan perhatian pribadi.	Seorang pegawai hotel yang mengingat preferensi kamar pelanggan tetap, seperti jenis bantal atau suhu ruangan favorit.

Teori *SERVQUAL* memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk memahami dan mengevaluasi kualitas layanan dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan 5 dimensi utama *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*, organisasi dapat mengidentifikasi bagian mana yang memerlukan perbaikan dan mengambil langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Teori *SERVQUAL* menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika kualitas layanan memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan

merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas layanan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas.

2.2.3.4 Faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup daya tahan, keandalan, ketelitian, hasil yang dihasilkan, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, serta atribut lainnya yang bernilai pada produk keseluruhan.. Menurut garvin (1987) dalam Zakaria (2017) ,Dimensi kualitas produk meliputi hal-hal berikut:

- a. *Performance*, yaitu ciri-ciri utama pengoperasian produk inti, seperti kecepatan, efisiensi bahan bakar, kapasitas penumpang, kenyamanan, dan kemudahan dalam mengemudi.
- b. *Features*, yaitu ciri khusus atau keistimewaan tambahan, seperti kelengkapan interior dan eksterior.
- c. *Reliability*, yaitu keandalan produk, seperti kemungkinan kecil untuk rusak atau gagal selama penggunaan, serta frekuensi mogok yang rendah.
- d. *Conformance to Specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi produk memenuhi standar yang telah ditetapkan, seperti ukuran as roda pada truk yang lebih besar dibandingkan dengan mobil biasa.

- e. *Durability* (daya tahan), yang berkaitan dengan lamanya suatu produk dapat digunakan, baik dari sisi umur teknis maupun umur ekonomis, seperti pada mobil.
- f. *Serviceability*, yang mencakup kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan kemudahan dalam layanan reparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan, baik sebelum, selama, maupun setelah penjualan.
- g. *Aesthetic* (estetika), yaitu daya tarik produk melalui panca indera, seperti desain fisik mobil yang menarik, model artistik, warna, dan lainnya.
- h. *Perceived Quality*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap keduanya. Pembeli seringkali menilai kualitas produk berdasarkan faktor-faktor lain, seperti harga, merek, iklan, reputasi perusahaan, atau asal negara produk, seperti persepsi bahwa mobil Eropa dan Amerika lebih tahan lama dibandingkan mobil buatan Jepang.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah aspek penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan jika ingin produk atau layanan yang dihasilkan dapat bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen (Maulana, 2016). Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan pada dasarnya berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memastikan penyampaian layanan yang tepat untuk

memenuhi harapan mereka (Tjiptono, 2005). pada pembahasan kualitas pelayanan ini tjiptono fandy juga memaparkan mengenai *Service Excellent* (pelayanan Unggul). Menurut fandy Tjiptono, *Service Excellent* merupakan suatu sikap atau cara karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Tjiptono, 2005). Secara umum, terdapat empat unsur utama dalam konsep ini, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. (1) Kecepatan, yaitu kemampuan dalam melayani konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka, yang dapat menciptakan kesan *profesionalisme* pada karyawan perusahaan. (2) Ketepatan, yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. (3) Keramahan, yaitu sikap yang ditunjukkan karyawan perusahaan dalam melayani konsumen dan membantu mengatasi hambatan yang dihadapi konsumen. (4) Kenyamanan, yaitu layanan yang diberikan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memastikan kepuasan mereka.

3. Pengalaman Pelanggan

Pengalaman pelanggan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan merupakan keseluruhan yang dirasakan oleh pelanggan saat berinteraksi dengan suatu produk, layanan atau perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas setelah berkunjung ke sebuah restoran, pengalaman pelanggan yang positif ini tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat mendorong loyalitas

pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman di restoran cenderung merekomendasikan restoran kepada orang lain, memberikan ulasan positif dan memungkinkan kembali berkunjung di kemudian hari. Sebaliknya, pengalaman yang buruk menyebabkan hilangnya pelanggan dan reputasi restoran tersebut yang buruk.

2.2.4 Hubungan antar variabel

a. Hubungan antara *Product Knowledge* dan Kualitas Pelayanan

Product knowledge adalah pengetahuan mendalam yang dimiliki oleh karyawan mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan, mencakup detail seperti bahan, proses pembuatan, manfaat, dan keunikan produk. Dalam konteks *Mediterranea Restaurant*, hal ini dapat mencakup pengetahuan tentang menu makanan, bahan yang digunakan, metode memasak, dan rekomendasi terbaik untuk pelanggan. Pengetahuan yang baik tentang produk memungkinkan karyawan memberikan pelayanan yang informatif, meyakinkan, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Misalnya, seorang pelayan yang memahami bahan dalam sebuah hidangan dapat dengan mudah menjawab pertanyaan tentang alergi makanan atau rekomendasi pairing menu dengan minuman. Dengan demikian, *product knowledge* yang tinggi berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan, karena karyawan mampu memberikan layanan yang lebih personal, akurat, dan profesional.

b. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti keramahan, kecepatan, keakuratan, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan kemampuan untuk memberikan solusi terhadap masalah. Dalam restoran seperti *Mediterranea*, kualitas pelayanan sangat penting untuk menciptakan pengalaman makan yang berkesan. Ketika kualitas pelayanan tinggi, pelanggan merasa dihargai, diperhatikan, dan puas dengan pengalaman yang mereka terima. Misalnya, jika pelayanan ramah, sigap, dan memberikan rekomendasi yang sesuai, pelanggan cenderung merasa puas. Oleh karena itu, terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

c. Hubungan antara Product Knowledge dan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan

Product knowledge juga memiliki hubungan tidak langsung dengan kepuasan pelanggan melalui peran kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi. Pengetahuan karyawan tentang produk memungkinkan mereka memberikan informasi dan rekomendasi yang relevan kepada pelanggan, yang merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Ketika pelanggan menerima pelayanan yang informatif dan sesuai dengan kebutuhan mereka, tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Sebagai contoh, jika seorang pelanggan bertanya tentang menu sehat di *Mediterranea Restaurant*, pelayan yang memiliki *product knowledge* yang baik dapat memberikan penjelasan

yang mendetail tentang bahan makanan, kandungan nutrisi, dan rasa dari menu tersebut. Hal ini meningkatkan kesan positif terhadap pelayanan dan berkontribusi pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

d. Hubungan Simultan antara *Product Knowledge*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

Ketiga variabel ini saling berkaitan secara sinergis. *Product knowledge* menjadi fondasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Dengan memiliki karyawan yang memiliki *product knowledge* tinggi, Mediterranean Restaurant dapat mempertahankan standar kualitas pelayanan yang konsisten. Karyawan yang kompeten dan mampu memberikan pelayanan berkualitas akan menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap restoran. Hubungan simultan ini menggambarkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung yang saling mendukung, membentuk siklus positif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

2.2.5 kerangka teoritis

Kerangka teoritis adalah suatu model konseptual yang menjelaskan cara seseorang menyusun teori atau menghubungkan secara logis berbagai faktor yang dianggap relevan untuk suatu masalah. (Zakariah et al., 2020). Singkatnya, kerangka teoritis merupakan saling ketergantungan antar variabel, antara variable 1

dengan variabel lainya. Penyusunan kerangka yang terkonsep seperti ini akan membantu kita untuk menghipotesiskan dan menguji hubungan tertentu. Kerangka teoritis dalam penelitian ini mencakup teori teori dan konsep yang relevan untuk memahami pentingnya *product knowledge* bagi karyawan restoran serta dampaknya terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelayanan. Kerangka ini akan menjadi dasar analisis dalam mengeksplorasi bagaimana *product knowledge* diterapkan dan dipahami oleh karyawan di restoran *western mediterranea restaurant* yang terletak di mantrijeron Yogyakarta. Beberapa hal dasar yang menjadi kerangka penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *product knowledge*

Product knowledge adalah pemahaman mendalam yang dimiliki oleh karyawan mengenai produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Menurut P. Kotler & Keller (2012), *product knowledge* meliputi informasi mengenai karakteristik produk, manfaat, kelebihan, dan cara penggunaan. Dalam konteks restoran, *product knowledge* mencakup informasi detail tentang menu, bahan yang digunakan, cara penyajian, dan rekomendasi khusus yang mungkin diminati pelanggan. *Product knowledge* sangat penting karena pengetahuan yang baik tentang produk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, mempengaruhi keputusan pembelian, dan mengurangi risiko keluhan pelanggan akibat ketidaksesuaian ekspektasi.

2. Pengaruh *product knowledge* terhadap pelayanan pelanggan

Pengetahuan produk yang baik berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Zeithaml et al (2018) menyatakan bahwa pengetahuan produk

yang dimiliki karyawan berdampak langsung pada kemampuan mereka memberikan layanan yang tepat, responsif, dan dapat diandalkan. Dalam industri perhotelan dan restoran, pelayanan yang disertai *product knowledge* memungkinkan karyawan menjawab pertanyaan pelanggan secara akurat, memberikan rekomendasi yang sesuai, serta menjelaskan bahan atau proses penyajian dengan jelas. Hal ini berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap restoran.

3. Metode penerapan *product knowledge* bagi karyawan baru

Penerapan *product knowledge* bagi karyawan baru dapat dilakukan melalui beberapa metode, antara lain pelatihan formal, pendampingan oleh karyawan senior, dan observasi lapangan. Menurut Robbins dan Judge (2015), pelatihan yang efektif dan pendampingan dapat membantu karyawan baru memahami produk dan layanan lebih cepat. Pengetahuan ini juga akan memungkinkan karyawan baru untuk beradaptasi dengan budaya kerja dan standar kualitas yang diterapkan di restoran tersebut.

4. Teori pembelajaran organisasi

Perlu diketahui, dalam sebuah pekerjaan perlu yang Namanya Kerjasama team termasuk juga dengan apa yang dilakukan karyawan restoran dalam melakukan proses bisnisnya. Kerjasama team ini menjadi viral, Pembelajaran dalam organisasi merupakan proses di mana anggota organisasi memperoleh dan memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan kinerja. Dalam konteks restoran, teori ini relevan karena *product knowledge* merupakan bentuk pembelajaran yang berkelanjutan di

mana karyawan diharapkan terus meningkatkan pemahaman mereka terhadap produk. Melalui pelatihan rutin, evaluasi, dan pembelajaran dari rekan kerja, karyawan dapat meningkatkan *product knowledge* mereka, yang akan berdampak pada pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

5. Pengaruh *product knowledge* untuk meminimalisir *komplain customer*

Menurut (P. Kotler & Keller, 2012) kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk dianggap tidak memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja produk sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. *product knowledge* dapat mengurangi ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh ketidaksesuaian antara harapan dan realita produk. Dengan pengetahuan yang memadai, karyawan mampu memberikan penjelasan akurat dan mengantisipasi kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya mengurangi risiko keluhan. Dalam restoran, ini penting karena pelanggan seringkali memiliki ekspektasi tinggi terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan.

6. Adaptasi dan proses pembelajaran karyawan baru.

Karyawan baru memerlukan proses adaptasi untuk memahami *product knowledge* secara efektif. Teori Social Learning dari Bandura (1977) menyatakan bahwa pembelajaran dalam organisasi dapat dilakukan melalui pengamatan, model, dan interaksi sosial (Ansani & H. Muhammad Samsir, 2022). Karyawan baru dapat mempelajari *product knowledge* dari karyawan senior melalui observasi langsung dan praktik di lapangan. Tahap adaptasi

ini menjadi penting agar karyawan baru mampu menerapkan *product knowledge* dalam pelayanan yang memadai.

2.2.6 Model konsep

1. Model konsep

Dari beberapa teori dan penjabaran yang diuraikan diatas mengenai produk knowledge, kinerja karyawan, kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa produk knowledge karyawan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, konsep penelitian ini digambarkan seperti berikut:



Gambar 2.2 Model konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena secara mendalam. Metode kualitatif ini dipilih karena dirasa lebih sesuai untuk mengeksplorasi pengalaman, perspektif, dan makna yang diberikan oleh partisipan terkait topik yang diteliti. Kusumastuti (2019) Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan yang benar mengenai suatu masalah. Lebih lanjut, Kusumastuti Adhi menyatakan bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui penelitian dapat berupa fakta, konsep, generalisasi, dan teori. Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan dan pemahaman *product knowledge* pada karyawan baru di sebuah restoran.. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman langsung dari karyawan dalam memahami, mengimplementasikan dan menyampaikan *product knowledge* kepada pelanggan. Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan pengalaman penulis yang bekerja di salah satu restoran *western* di Yogyakarta dan juga melakukan wawancara mendalam, observasi partisipan serta analisis deskriptif. Harahap (2020) dalam bukunya yang berjudul “METODE KUALITATIF” pada halaman 23-24 memaparkan tujuan dan hasil yang akan dicapai dari penelitian kualitatif ada 2 yaitu *descriptive analytic (thick description)* dan deskriptif *explanation*. Deskriptif rinci (*thick description*) adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan memberi makna

pada subjek, serta "menyajikan" semua gejala yang tampak dan mengungkap apa yang ada di balik gejala tersebut (*noumena*). Dengan kata lain, penelitian ini menggambarkan secara rinci tentang apa, di mana, siapa, kapan, bagaimana, mengapa, dan hal-hal lainnya mengenai subjek yang diteliti. Sementara itu, deskriptif eksplanatif adalah penelitian kualitatif yang tidak hanya bertujuan untuk memahami dan memberi makna pada gejala-gejala yang ada, tetapi juga untuk mengembangkan teori baru (*grounded theory*). Penelitian ini berupaya menemukan temuan baru melalui pengkodean dan kategorisasi yang dikembangkan dengan penelusuran pertanyaan hipotesis. Dengan kata lain, selain menggambarkan secara rinci tentang subjek yang diteliti, penelitian ini juga berusaha menggambarkan hal-hal baru yang ditemukan di lapangan.. Berdasarkan pemaparan Dr. Nursapia Harahap, M.A dalam bukunya yang berjudul “Metode kualitatif” penelitian ini tergolong ke dalam penelitian kualitatif *Analytic descriptive* Dimana fokus dari penelitian dibuat untuk menggambarkan secara rinci apa, siapa, Dimana, kapan, mengapa dan bagaimana tentang subjek yang diteliti.

3.2 Populasi dan sampel

Populasi merupakan keseluruhan elemen dalam penelitian yang meliputi objek dan *subject* dengan ciri ciri tertentu. Sedangkan Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian, di mana populasi itu sendiri mencakup jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh kelompok yang lebih besar tersebut. Singkatnya, Perbedaan antara populasi dan sampel terletak pada definisinya, di mana populasi mencakup seluruh objek atau

subjek yang diteliti, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil yang memiliki karakteristik yang mewakili populasi tersebut (Amin *et al.*, 2023). Dalam penelitian kualitatif ini, penulis menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan partisipan populasi dan sampel penelitian. *Purposive* sampling merupakan Teknik pemilihan sampel dalam penelitian Dimana subjek dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mewakili populasi. Pemilihan Teknik *purposive* sampling ini dianggap cocok untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian kualitatif, Dimana fokusnya adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu masalah. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh karyawan yang bekerja di restoran western Mediterranean restaurant yang terletak di daerah mantrijeron, Yogyakarta. Dengan menggunakan Teknik *purposive* sampling tersebut dipilahlah 6 orang partisipan yang dianggap memenuhi kriteria dan dapat memberikan informasi yang banyak terkait fenomena yang diteliti. Selain itu pada penelitian ini penulis memanfaatkan momentum bekerja di restoran tersebut untuk melakukan observasi (*Observer*) untuk mengamati bagaimana peran *product knowledge* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan di restoran Mediterranean Yogyakarta. Selanjutnya, Adapun Ke 6 partisipan ini mencakup perwakilan beberapa divisi yang dianggap relevan untuk membantu memberikan informasi yang diharapkan penulis. Kriteria yang dibutuhkan untuk membantu penulis mendapatkan informasi yang cukup dan relevan adalah sebagai berikut:

1. Telah bekerja minimal 1 tahun di restoran tersebut

2. Memiliki pengalaman langsung pada pemasaran produk harian dan *menghandle customer*.
3. Bersedia berpartisipasi secara sukarela dalam penelitian ini.

Dari kriteria diatas, ditunjukkan beberapa karyawan yang dijadikan sampel untuk membantu memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Karyawan karyawan ini mencakup berbagai posisi seperti perwakilan waiters, barista, chef hingga ke HRD. Keseluruhan sampel yang dipilih memiliki keterlibatan langsung maupun tidak langsung dalam Upaya penyampaian *product knowledge* yang berpengaruh pada kualitas pelayanan restoran. Penelitian ini menggunakan Teknik *purposive* sampling, Dimana sampel dipilih berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam penerapan *product knowledge* di restoran. Adapun profil ke 6 partisipan tersebut adalah sebagai berikut.

A. Senior waiters 1

Sebagai senior di bagian pelayanan, memiliki pengetahuan mendalam tentang cara berinteraksi dengan pelanggan dan menerapkan *product knowledge* dalam pelayanan.

B. Senior waiters 2

Sebagai senior di bagian pelayanan, memiliki pengetahuan mendalam tentang cara berinteraksi dengan pelanggan dan menerapkan *product knowledge* dalam pelayanan.

C. Senior waiters 3

Sebagai senior di bagian pelayanan, memiliki pengetahuan mendalam tentang cara berinteraksi dengan pelanggan dan menerapkan *product knowledge* dalam pelayanan.

D. Chef.

Memiliki pemahaman mendalam tentang produk di dapur khususnya pada makanan termasuk bahan makanan dan penyajian yang menjadi bagian dari *product knowledge*

E. Barista.

Menguasai produk minuman dan memiliki pengetahuan terkait proses dan bahan yang digunakan dalam menu minuman.

F. HRD.

Bertanggungjawab atas pelatihan dan pengembangan sumber daya karyawan, terutama dalam mengembangkan program *product knowledge* bagi karyawan baru.

Pemilihan sampel diatas ke 6 partisipan dan juga termasuk peneliti sendiri yang melakukan observasi di lokasi penelitian diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang menyeluruh tentang tahapan, metode, dan strategi dalam penerapan *product knowledge* di restoran western Mediterranean Restaurant Yogyakarta.

3.3 Sumber data dan Teknik pengumpulan data.

Sumber data merujuk pada subjek dari mana data penelitian diperoleh. Dalam penelitian yang menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data, sumber data tersebut disebut responden, yaitu individu yang memberikan

tanggapan atau jawaban terhadap pertanyaan, baik secara tertulis maupun lisan (Sujarweni, 2014). Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan untuk menyusun penelitian ini adalah data primer. Lebih lanjut, (Sujarweni, 2014) juga memaparkan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya. Ciri khas dari data primer ini adalah dia *up to date* karena data primer ini merupakan data asli atau data yang baru. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer ini antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sujarweni, 2014). Penulis menggunakan data ini untuk mendapatkan data data terbaru seputar pelayanan restoran di mediterranea restaurant Yogyakarta, yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah perwakilan dari masing masing divisi menggunakan Teknik *purposive sampling* yang berjumlah 6 partisipan. Peneliti memanfaatkan sumber bacaan dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, internet, dan semua informasi yang relevan mengenai pelayanan restoran untuk mendukung penelitian, dengan fokus pada peran pengetahuan produk dalam pelayanan di restoran.. Adapun Teknik pengumpulan datanya adalah sebagai berikut:

A. Observasi.

Secara umum, Observasi merupakan aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara cermat secara langsung di Lokasi penelitian tersebut berada. Edward dan Talbot mengatakan: "*All good practitioner studies start with observations*" "Semua penelitian yang baik dimulai dengan observasi" (Harahap, 2020). Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan kerja mediterranea restaurant, Dimana peneliti disini

mengamati proses interaksi karyawan dengan pelanggan, penerapan *product knowledge* saat menjelaskan produk, serta adaptasi karyawan baru dalam memahami *product knowledge* disini. Fokus observasi meliputi

- a. Interaksi karyawan dengan pelanggan, terutama Ketika *handle customer* dalam menjelaskan produk.
- b. Proses pelatihan atau pendampingan *product knowledge* bagi karyawan baru. Hal ini tidak hanya *product knowledge* akan tetapi seperti SOP kerja dan Kerjasama team.
- c. Standar prosedur pelayanan yang terkait dengan *product knowledge*.

Observasi ini dicatat dalam catatan lapangan dan digunakan untuk mengkonfirmasi data yang diperoleh melalui wawancara.

B. Wawancara.

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan tujuan tertentu antara dua pihak atau lebih (Sujarweni, 2014). *Interviewer* adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi lisan dalam bentuk yang terstruktur, semi-terstruktur, atau tak terstruktur (Harahap, 2020). Lebih lanjut Harahap juga menjelaskan Wawancara terstruktur adalah jenis wawancara yang sudah dipandu oleh serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya. Wawancara semi-terstruktur adalah wawancara yang juga dipandu oleh pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan, namun memungkinkan munculnya pertanyaan baru secara spontan berdasarkan konteks pembicaraan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara di mana peneliti

lebih fokus pada inti permasalahan tanpa terikat pada format tertentu. (Harahap, 2020). Dari pemaparan tersebut, peneliti menggunakan interview terstruktur Dimana pada proses pelaksanaanya, peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan. Peneliti dalam hal ini berkedudukan sebagai *interviewer*, mengajukan pertanyaan, mencatat jawaban, meminta penjelasan, menilai dan menggali pertanyaan lebih dalam. Di Pihak lain, informan menjawab pertanyaan dan memberikan penjelasan. Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan 6 orang untuk dijadikan sampel dan dimintai penjelasan melalui sebuah wawancara. Wawancara mendalam dilakukan dengan 6 informan yang terdiri dari senior *waiters* 1, senior *waiters* 2, senior *waiters* 3, chef, barista, dan juga HRD. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pemahaman mereka tentang pentingnya *product knowledge*, tahapan penguasaan produk knowledge bagi karyawan baru, dan juga penerapan *product knowledge* dalam berinteraksi dengan pelanggan. Adapun point penting yang digali pada saat wawancara adalah sebagai berikut:

1. Tingkat pentingnya *produk knowledge* bagi pelayanan dan kepuasan pelanggan ditinjau dari pelayan.
2. Tahapan dan metode pelatihan *product knowledge* bagi karyawan baru.
3. Strategi penerapan dan faktor yang membantu karyawan baru dalam memahami *product knowledge*.

4. Pengaruh *product knowledge* terhadap kepuasan pelanggan dan keluhan pelanggan.

C. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang berfungsi sebagai pelengkap dari wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. (Sujarweni, 2014) mengatakan bahwa Studi dokumen adalah pengumpulan data kualitatif yang melibatkan fakta dan informasi yang tersimpan dalam bentuk dokumentasi. Data tersebut bisa berupa surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal, dan lainnya. Semua data kualitatif yang diperoleh, baik melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi, akan ditranskripsi dan dianalisis secara mendalam dengan pendekatan deskriptif untuk mengidentifikasi temuan-temuan yang muncul selama proses wawancara.

3.4 definisi dan pengukuran variable

dalam penelitian kualitatif ini, *product knowledge* merupakan satu satunya variabel utama yang dieksplorasi secara mendalam. *Produk knowledge* didefinisikan sebagai Tingkat pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang karyawan mengenai produk yang disediakan oleh restoran, termasuk karakteristik produk, bahan, cara penyajian, serta informasi yang relevan untuk disampaikan ke pelanggan. Menurut Fasihuddin & Firmansyah (2019) Pengetahuan produk adalah sekumpulan informasi yang beragam tentang produk. Hal ini mencakup kategori produk, merek, istilah terkait produk, atribut atau fitur produk,

harga produk, serta keyakinan mengenai produk tersebut. Pemahaman akan *produk knowledge* ini penting karena dapat mempengaruhi cara karyawan memberikan pelayanan yang memuaskan dan merespon kebutuhan atau keluhan pelanggan secara efektif. Adapun pengukuran variabel pada penelitian ini, pengukuran variabel *product knowledge* yang digunakan bukanlah dengan skala numerik melainkan menggunakan skala deskriptif dalam memaparkan hasil temuan, karena jenis pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Untuk mengukur Tingkat pemahaman produk knowledge, digunakan indikator indikator sebagai berikut yang diperoleh melalui wawancara dan observasi

A. pengetahuan dasar produk

meliputi pemahaman karyawan tentang menu, bahan, dan karakteristik produk yang disajikan. Indikator ini mencakup kemampuan karyawan dalam mengidentifikasi bahan, metode penyajian dan perbedaan antar produk.

B. Proses pengenalan produk bagi karyawan.

Mengukur sejauh mana pelatihan atau orientasi awal berhasil memberikan pemahaman kepada karyawan baru mengenai produk. Ini mencakup pengenalan produk melalui pelatihan teori, pendampingan karyawan dan juga evaluasi.

C. Kemampuan menjelaskan produk ke pelanggan.

Indikator ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana karyawan mampu memberikan informasi yang jelas, rinci, dan relevan kepada pelanggan tentang produk.

D. Problem solving & handle customer

Indicator ini bertujuan untuk melihat kemampuan karyawan dalam merespon keluhan yang berkaitan dengan produk. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana cara mengatasi pertanyaan atau masalah pelanggan terkait produk dengan menggunakan pengetahuan yang telah mereka pelajari.

E. Adaptasi dan progress dalam memahami product knowledge.

Indicator ini bertujuan untuk melihat bagaimana karyawan baru dapat beradaptasi dalam memahami produk melalui observasi lapangan, praktik langsung, dan evaluasi berkala. Indicator ini menggambarkan kemajuan pemahaman *product knowledge* dari tahap orientasi hingga mampu bekerja secara mandiri.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara menganalisis data dari wawancara yang didapat dari 6 informan yang berbeda, observasi langsung, dan dokumentasi untuk memahami sejauh mana karyawan memahami dan menerapkan *product knowledge* dalam pelayanan sehari-hari di restoran.

3.5 Metode analitis data

analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana *product knowledge* diterapkan oleh karyawan restoran serta dampaknya terhadap pelayanan pelanggan. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-

tema yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

A. Reduksi data

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemfokusan data mentah yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data biasanya dipahami sebagai proses seleksi, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan-catatan tertulis di lapangan. (Baba, 2017). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan, observasi langsung, dan dokumentasi akan disaring dan diseleksi sesuai dengan fokus penelitian, yaitu aspek *product knowledge* karyawan. Informasi yang kurang relevan atau tidak mendukung fokus penelitian akan disisihkan. Data yang terpilih kemudian dikategorikan ke dalam beberapa tema, seperti "Pemahaman Produk", "Metode Pelatihan *Product Knowledge*", "Adaptasi Karyawan Baru", dan "Pengaruh terhadap Pelayanan".

B. Penyajian data

Setelah proses reduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data dalam bentuk narasi dan table untuk mempermudah proses analisis. Penyajian data yang baik dapat menjadi cara penulis dapat memberikan analisis yang valid, hal ini dapat berupa seperti matrix, grafik, jaringan atau bagan (Baba, 2017). Hal ini dirancang agar dapat menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah dipahami (Baba,

2017). Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan tema-tema yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini mempermudah peneliti untuk melihat pola dan hubungan antara temuan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penerapan *product knowledge* di restoran.

C. Penarikan Kesimpulan

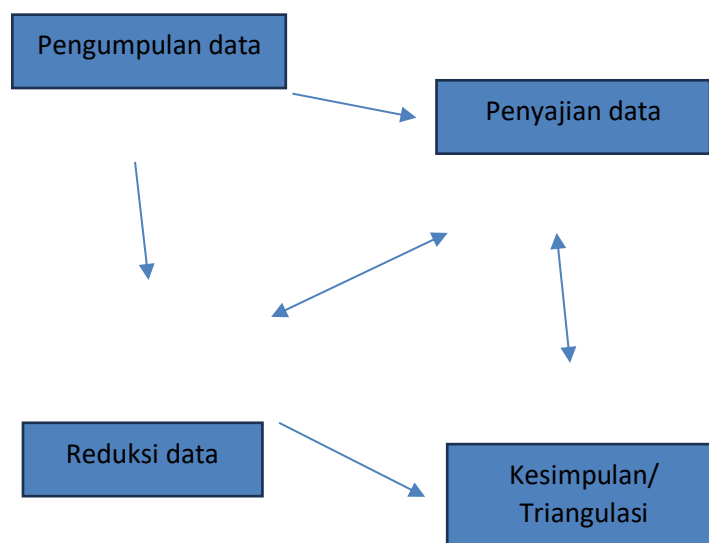
Setelah data disajikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam tahap ini, peneliti mencari pola dan tema yang muncul berulang kali untuk menyusun interpretasi dan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan merujuk kembali pada kerangka teoritis dan tujuan penelitian, serta dengan mempertimbangkan data dari berbagai sumber untuk meningkatkan keabsahan hasil. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan temuan dari hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan validitas data.

D. Triangulasi

Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini juga menggunakan teknik triangulasi. *Triangulasi* dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan bahwa data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya. *Triangulasi* ini penting untuk memverifikasi keakuratan interpretasi peneliti

mengenai penerapan product knowledge dalam berbagai posisi kerja di restoran.

Miles dan Huberman memetakan proses Analisa kualitatif dengan menggunakan tabel sebagai berikut (Baba, 2017):



Gambar 3.1 Proses analisis data penelitian kualitatif

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Mediterranea Restaurant adalah sebuah restoran yang terletak di Yogyakarta dan dikenal sebagai salah satu tempat kuliner terbaik yang menyajikan hidangan bergaya Mediterania dan Eropa. Restoran ini didirikan oleh seorang chef asal Prancis, Chef Camille Massard, yang memiliki pengalaman internasional dalam dunia kuliner. Dengan komitmen pada kualitas dan keaslian rasa, Mediterranea Restaurant telah menjadi destinasi favorit bagi pecinta makanan, baik lokal maupun wisatawan. Lokasi restoran yang strategis memberikan kemudahan akses bagi pelanggan, sementara desain interiornya yang hangat dan elegan menciptakan suasana yang nyaman dan ramah. Mediterranea Restaurant menawarkan berbagai hidangan khas Mediterania, seperti pasta, pizza, salad, dan berbagai jenis steak, yang diolah dengan bahan-bahan segar dan berkualitas. Selain itu, restoran ini juga dikenal memiliki pilihan menu sehat dan ramah lingkungan. Dalam operasionalnya, Mediterranea Restaurant mengutamakan pelayanan prima dan memiliki tim karyawan yang terlatih dengan baik dalam hal *product knowledge*. Setiap anggota tim, mulai dari pelayan hingga barista, memiliki pemahaman mendalam tentang setiap menu yang disajikan, sehingga mampu memberikan rekomendasi terbaik sesuai dengan kebutuhan dan selera pelanggan. Restoran ini tidak hanya menjadi tempat makan, tetapi juga sebuah pengalaman kuliner yang mengesankan, menjadikannya salah satu ikon kuliner unggulan di Yogyakarta.

4.2 hasil dan pembahasan

Pada bab 4 ini peneliti memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu gambaran faktor yang mempengaruhi pengetahuan produk karyawan di PT ,Mediterranea Restaurant by Kamil. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*Analytic Description*). *Analytic Description* atau deskriptif rinci (*thick description*) adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan memberi makna pada subjek, serta "mengungkapkan" semua gejala yang tampak dan memaknai apa yang ada di balik gejala tersebut (*noumena*). Dengan kata lain, penelitian ini menggambarkan secara mendalam aspek-aspek seperti apa, di mana, siapa, kapan, bagaimana, mengapa, dan hal-hal terkait lainnya tentang subjek yang diteliti (Harahap, 2020). Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan posisi observasi sebagai karyawan perusahaan (*Field Research*). Peneliti diharapkan menggali data berdasarkan apa yang diungkapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh sumber data. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berfokus pada apa yang terjadi di lapangan, bukan berdasarkan asumsi peneliti, tetapi berdasarkan pengalaman dan persepsi yang dialami oleh sumber data. Dengan pendekatan ini, diharapkan peneliti dapat memaparkan, menjelaskan, dan menggambarkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan.

Pada bab 4 ini dibagi menjadi 3 bagian agar lebih sistematis dan terarah yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi informan penelitian
2. Deskripsi hasil penelitian
3. Pembahasan

4.2.1 Deskripsi Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menjaga kerahasiaan identitas informan karena berkaitan dengan privasi mereka. Oleh karena itu, peneliti hanya akan mengungkapkan latar belakang informan tanpa menyebutkan identitasnya. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan yang merupakan karyawan Mediterania yang telah bekerja minimal satu tahun dan memiliki pemahaman yang baik mengenai penerapan *product knowledge*, serta dianggap kompeten untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Berikut adalah daftar informan dalam penelitian ini..

1. Informan 1

Informan 1 berinisial (Y) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai *waiters/server* yang telah bekerja di mediterranea restaurant 3 tahun kerja. Informan 1 ini memegang tugas sebagai leader *waiters* yang memimpin divisi *waiters/server*. Berposisi sebagai *waiters/server* dituntut untuk bisa memahami buku menu yang ada di restoran mediterania baik makanan maupun minuman.

2. Informan 2

Informan 2 berinisial (E) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai *waiters/server* yang telah bekerja di mediterranea restaurant 4 tahun kerja. Informan 2 ini memegang tugas sebagai leader *waiters* yang memimpin divisi *waiters/server*. Berposisi sebagai *waiters/server* dituntut untuk bisa memahami buku menu yang ada di restoran mediterania baik makanan maupun minuman.

3. Informan 3

Informan 3 berinisial (O) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai *waiters/server* yang telah bekerja di mediterranea restaurant 5 tahun kerja. Informan 3 ini memegang tugas sebagai leader *waiters* yang memimpin divisi *waiters/server*. Berposisi sebagai *waiters/server* dituntut untuk bisa memahami buku menu yang ada di restoran mediterania baik makanan maupun minuman

4. Informan 4

Informan 4 berinisial (R) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai chef yang telah bekerja di mediterranea restaurant 6 tahun kerja. informan 4 dianggap kompeten oleh peneliti untuk membantu menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian yang diajukan oleh peneliti yang membahas *product knowledge*.

5. Informan 5

Informan 5 berinisial (I) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai barista yang telah bekerja di mediterranea restaurant 4 tahun kerja. informan 5 dianggap kompeten oleh peneliti untuk membantu menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian yang diajukan oleh peneliti yang membahas *product knowledge*.

6. Informan 6

Informan 6 berinisial (I) merupakan karyawan mediterania yang berposisi sebagai HRD yang telah bekerja di mediterranea restaurant 5

tahun kerja. Informan 6 ini dirasa cukup untuk membantu peneliti menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan *product knowledge*.

4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Pada deskripsi hasil penelitian, peneliti menggunakan metode Miles dan Huberman dalam menganalisis data. Menurut Miles & Huberman ada 3 alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan dalam proses menganalisis data yaitu: Reduksi data, Penyajian data dan juga penarikan Kesimpulan (Baba, 2017). Menggunakan metode Miles dan Huberman, peneliti akan menampilkan tabel yang menjelaskan mengenai proses wawancara kepada seluruh informan mengenai proses penerapan *produk knowledge* karyawan. Dimulai dari seberapa penting *produk knowledge* yang dimiliki oleh karyawan, bagaimana strategi penerapan *produk knowledge* karyawan, faktor apa saja yang membuat karyawan lebih cepat memahami sebuah produk serta tahapan tahapan karyawan dalam memahami *produk knowledge*.

Tabel 4. 1 pentingnya *produk knowledge* untuk karyawan

Pertanyaan	Seberapa penting produk knowledge yang harus dimiliki karyawan	Kata kunci
Informan 1 (Inisia Y)	Penting banget sii apalagi jadi waiters tuh kan dia berhadapan langsung dengan <i>customer</i> jadi yah	Penting karena akan berhadapan

	<p>sebisa mungkin kita disini kasih pelayanan yang terbaik ke <i>customer</i>. Jadi saya kira <i>produk knowledge</i> yang dimiliki karyawan sangatlah penting</p>	<p>langsung dengan <i>customer</i></p>
<p>Informan 2 (Inisial E)</p>	<p>Penting karena kalau dia tidak tahu ya tidak bisa menjawab dan memberikan pelayanan yang terbaik ke <i>customer</i>, sehingga customer merasa kurang sama pelayanan disini Ketika dine in makan disini apa lagi resto ini kan menjual nama restoran France dan sudah sangat populer sayang banget kalo tidak puas dengan pelayanan disini bisa memberikan kesan dan pengalaman yang kurang baik, apalagi sekarang zaman sudah serba digital sosmed banyak semua serba viral.</p>	<p>Penting untuk dapat memberikan pengalaman yang baik buat <i>customer</i></p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Penting sekali sii menurut saya hal awal yang harus dilakukan disini harus tau sii <i>produk knowledge</i> mulai</p>	<p>Penting bagi karyawan bias memberikan</p>

	<p>dari cara kerjanya gimana produknya apa aja mulai dari makanan minuman supaya nanti kalau dia tau bisa memberikan pengalaman yang baik ke setiap <i>customer</i> yang dine in makan disini. Biasanya kalau ada karyawan baru disini kita tidak langsung nyuruh dia berhadapan dengan <i>customer</i> sii paling saya arahkan ke senior untuk <i>handle customer</i> dan dia belajar produk <i>knowledge</i>.</p>	<p>pelayanan terbaik. Perlunya karyawan baru diarahkan terlebih dahulu sebelum berinteraksi dengan pelanggan</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Menurut saya penting yah terutama tuh kayak dari jenis makanan gitu tuh mereka harus paham jadi nanti kalo di tanya sama tamu tuh bisa jawab</p>	<p>Penting, agar bisa menjawab pertanyaan tamu dengan baik</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Penting siih kita disini juga jual minuman juga ada aneka minuman gitu jadi yah mereka juga harus paham sama jenis minuman yg ada disini</p>	<p>Pentingnya karyawan baru memahami aneka jenis minuman agar dapat</p>

		merekomendasikan ke tamu
Informan 6 (Inisial I)	Penting karena yah <i>produk knowledge</i> menjadi bekal awal karyawan baru yah dalam memahami proses bisnis serta jobdesk masing2 apalagi yang Namanya waiters kan dia berhadapan langsung dengan <i>customer</i> mesti kan ada tuh	<i>Produk knowledge</i> yang dimiliki karyawan sangatlah penting bagi bekal awal, terutama bagi <i>waiters</i> yang berinteraksi langsung dengan <i>customer</i> .

Dari table 4.1 diatas yang menunjukkan hasil wawancara seberapa penting produk knowledge yang harus dimiliki oleh seorang karyawan ialah penting. 6 dari 6 informan semuanya mengatakan penting di tahap awal memahami *produk knowledge*. terlihat jelas bahwa product knowledge dianggap sebagai elemen penting bagi karyawan restoran, tanpa memandang peran spesifik mereka. Para informan menggarisbawahi bahwa pemahaman yang mendalam tentang produk restoran, baik itu menu makanan, minuman, maupun bahan-bahan, berdampak langsung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan merupakan salah satu indikator bagi usaha restoran untuk memuaskan pelanggan.

Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik maka akan memberikan rasa kepercayaan pelanggan terhadap restoran tersebut (Martini *et al.*, 2022). Hal ini juga diperkuat oleh Sulistyawati dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang bagus maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (A Sulistyawati & Seminari, 2015). Karyawan yang memiliki *product knowledge* yang baik mampu memberikan rekomendasi yang tepat, menjelaskan detail produk dengan percaya diri, dan merespons pertanyaan pelanggan secara profesional. Tidak hanya itu, *product knowledge* juga membantu meningkatkan efektivitas komunikasi antara staf dapur dan *front of house*, sehingga meminimalisir kesalahan dalam pelayanan.

Kata kunci : kualitas pelayanan,, efektivitas komunikasi,

Tabel 4. 2 Kaitan *produk knowledge* terhadap pelayanan

Pertanyaan	Bagaimana kaitan <i>product knowledge</i> yang dimiliki karyawan dalam melayani <i>customer</i> ?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Menurut saya karyawan baru memahami produk <i>knowledge</i> kita tuh vital yah itu tuh tahap dasar banget karyawan baru memahami benar produk <i>knowledge</i> sebelum akhirnya	Belajar produk <i>knowledge</i> merupakan tahap dasar karyawan baru sebelum diizinkan untuk <i>handle customer</i> ,

	<p>kita perbolehkan <i>handle customer</i>, takutnya kalo main asal <i>handle customer</i> malah kikuk bingung jawab jadi kayak kita kasih arahan kalo menjumpai customer bisa minta tolong ke seniornya terlebih dahulu, kalo di tahap awal mah biasanya kisah kasih tugas memahami cara Kerjasama tim kita mulai yg dari dasar dulu gitu.</p>	<p>untuk menghindari kesalahan dan membangun kerjasama team.</p>
<p>Informan 2 (Inisial R)</p>	<p>Kaitan produk <i>knowledge</i> terhadap praktik service nya itu penting sekali yah karena <i>produk knowledge</i> itu menjadi bekal penting untuk bisa memberikan <i>service</i> yang baik ke customer baik dari pertanyaan pertanyaan yang muncul sampai ke taking order. Jadi, di tahap awal kalau ada karyawan baru itu ya wajib yang Namanya belajar produk serta kita libatkan dalam proses Kerjasama timnya.</p>	<p>Keduanya saling berkaitan karena produk <i>knowledge</i> merupakan bekal awal untuk memberikan pelayanan yang terbaik, menjawab pertanyaan pelanggan dan juga dapat membangun kerja sama team.</p>

<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Saling berkaitan yah kalo menurut saya apalagi kalo karyawan baru tersebut memang belum mempunyai pengalaman kerja di f&b mulai dari 0 banget tuh tentang dunia <i>service</i> jadii tahap awal nya mestii kita suruh belajar produk dulu terlebih disini kita <i>western food</i> mungkin juga asing didengar sebelumnya jadi mungkin butuh waktu yang lebih untuk bisa beradaptasi dan memahami produk, disamping belajar produk kita libatkan juga dalam Kerjasama team</p>	<p>Saling berkaitan, produk <i>knowledge</i> penting bagi karyawan terutama karyawan yang belum berpengalaman di dunia <i>FnB</i>, Membutuhkan waktu untuk bisa adaptasi dan juga memahami produk</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalau menurut saya, walaupun saya bekerja di dapur, <i>product knowledge</i> yang dimiliki oleh karyawan front of house sangat penting bagi kelancaran operasional. Jika waiter tahu tentang menu yang kami sajikan, mereka bisa memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan dan menghindari kesalahan dalam pesanan. Ini mengurangi potensi komplain dan</p>	<p>Penting, karena sebagai <i>server</i> yang akan berhadapan langsung dengan customer, dapat memberikan informasi, meminimalisir kesalahan dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan.</p>

	<p>memastikan pelanggan mendapatkan makanan yang sesuai ekspektasi.</p> <p>Dengan begitu, kualitas pelayanan secara keseluruhan meningkat</p>	
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Penting yah, kalo dari kita sebagai barista disini kita bikin minum, sebagai karyawan baru penting sekali bisa memahami produk produk kita, seperti minuman kita ada apa aja sehingga bisa memberikan pengalaman yang baik ke <i>customer</i>.</p>	<p>Memahami produk, terutama jenis minuman, sangat penting bagi karyawan baru untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Dari sudut pandang HRD, <i>product knowledge</i> adalah aspek penting dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Karyawan yang menguasai produk cenderung lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan, dan ini memberikan kesan profesionalisme. Pelayanan yang didukung oleh <i>product knowledge</i> yang kuat membantu membangun hubungan baik dengan pelanggan, mengurangi</p>	<p><i>Product knowledge</i> penting untuk meningkatkan kepercayaan diri karyawan, memberikan pelayanan profesional, dan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.</p>

	kesalahan dalam pelayanan, dan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan	
--	--	--

Dari jawaban ke 6 informan diatas, terlihat bahwa product knowledge sangat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. *Product knowledge* menjadi pondasi penting bagi pelayanan yang berkualitas di restoran. Pelayanan yang baik dan prima untuk memenuhi pelayanan dapat meningkatkan level pelayanan atau jasa pelayanan yang diberikan, sehingga pelayanan atau jasa yang ditawarkan oleh restoran akan terus dipakai oleh pelanggan di kemudian hari karena merasa senang (Ismail & Yusuf, 2021) . Karyawan yang memiliki pengetahuan mendalam tentang produk dapat memberikan rekomendasi yang tepat, menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan profesional. Pemahaman produk knowledge yang baik memungkinkan karyawan lebih percaya diri saat melayani pelanggan, menciptakan pengalaman yang lebih profesional dan memuaskan. Menurut (Rasyid, 2019) dalam penelitiannya, hasil analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan diperoleh melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan cara menggunakan pelayanan yang baik (Rahmawati & Susilowati, 2021). Secara keseluruhan, pemahaman produk yang baik tidak hanya mempengaruhi kualitas pelayanan tetapi juga membangun hubungan yang baik antara karyawan dan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap restoran menguat.

Kata kunci: “kualitas pelayanan, profesionalisme,kepercayaan”

Tabel 4. 3 Jenis jenis *knowledge* karyawan

Pertanyaan	Apa saja jenis knowledge yang harus dimiliki karyawan?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Kalo sebagai <i>server</i> ada banyak sih yang harus dipahami karena memang divisi <i>server</i> ini kan pelayan kan, mengantarkan minuman dari barista ke <i>customer</i> trust mengantarkan makanan dari <i>kitchen</i> ke <i>customer</i> selain itu juga perlu juga bisa memahami cara Kerjasama tim yang taktis memahami produk agar bisa <i>handle customer</i> , taking order. Tapi yah untuk bisa melakukan itu semua bertahap sii perlu waktu untuk bisa memahami mulai dari yang dasar dasar dulu, kita sebagai yang sudah lama disini kita mengarahkan.	Sebagai <i>server</i> , memahami produk dan kerja sama tim sangat penting untuk memberikan pelayanan yang baik, namun hal ini memerlukan waktu dan arahan dari yang berpengalaman.

<p>Informan 2 (Inisial E)</p>	<p>Ada banyak <i>knowledge</i> yang mesti dipahami karyawan baru contohnya seperti sop mengantarkan makanan minuman, Kerjasama team, memahami produk mulai dari makanan dan minuman, <i>handle customer</i>, praktik <i>service excellent</i>, <i>taking order</i>, input orderan, Kerjasama dengan divisi lain. Karena memang sebagai <i>server</i> bekerja sebagai pelayan yang menghubungkan antara yang membuat makanan dan minuman ke <i>customer</i>, yang berhadapan langsung dengan <i>customer</i>.</p>	<p>Karyawan baru perlu memahami berbagai <i>knowledge</i>, seperti SOP, kerja sama tim, produk, dan pelayanan agar dapat menghubungkan dapur dan barista dengan pelanggan secara efektif.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Jenis jenis <i>knowledge</i> yang harus dipelajari karyawan baru ada banyak yah kalo dari divisi <i>waiters</i> misall dia yang berhadapan langsung dengan <i>customer</i>, mestinya emg bener bener harus paham sama apa produk yang ada disini jadi kalau ada karyawan baru disini kita tidak langsung</p>	<p>Karyawan baru, terutama di divisi <i>waiter</i>, harus memahami produk, kerja sama tim, dan <i>service excellent</i> sebelum diizinkan <i>handle customer</i></p>

	melepasnya tapi kita mulai dari yang dasar dasar dulu, jadi yang pertama adalah <i>knowledge</i> tentang produk. Kemudian ada juga <i>knowledge</i> tentang Kerjasama team jugala <i>knowledge</i> tentang <i>service excellent</i> .	
Informan 4 (Inisial R)	Bagi saya kalo <i>knowledge</i> kita yang bekerja di dapur, memasak, <i>knowledge</i> yang harus dimiliki karyawan meliputi Teknik memasak dasar untuk memahami cara pembuatan makanan yang ada di menu. Selain itu, mereka juga harus tau tentang penyimpanan bahan makanan yang benar untuk menjaga kualitas dan kebersihan. <i>Knowledge</i> tentang kebersihan dapur dan standar higienis juga sangat penting agar dapur selalu aman dan sesuai regulasi Kesehatan.	Karyawan di dapur harus memahami teknik memasak dasar, penyimpanan bahan makanan yang benar, dan standar kebersihan untuk menjaga kualitas dan keamanan makanan.
Informan 5 (Inisial I)	Sebagai barista disini kami buat minuman, <i>knowledge</i> yang harus dimiliki meliputi pengetahuan tentang	Sebagai barista, penting untuk memiliki pengetahuan tentang

	<p>kopi, racik minuman, kombinasi rasa yang pas saat meracik minuman. Barista juga harus memiliki pengetahuan tentang perawatan peralatan, seperti mesin espresso, untuk memastikan semuanya bekerja secara optimal dan menghasilkan kualitas minuman yang konsisten.</p>	<p>kopi, meracik minuman, kombinasi rasa, serta perawatan peralatan untuk memastikan kualitas minuman yang konsisten.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Jenis <i>knowledge</i> yang kami tekankan pada saat pelatihan meliputi <i>product knowledge</i>, <i>customer service skills</i>, dan <i>problem solving</i>. Karyawan harus bisa memahami menu secara mendetail memberikan pelayanan yang ramah dan profesional serta dapat menangani masalah yang mungkin muncul dengan tenang dan solutif. <i>Knowledge</i> tentang standar Keselamatan dan Kesehatan kerja juga harus dipahami baik di dapur, area pelayanan, agar restoran berjalan sesuai regulasi.</p>	<p>Pelatihan karyawan menekankan pada <i>product knowledge</i>, <i>customer service skills</i>, <i>problem solving</i>, serta pemahaman standar keselamatan dan kesehatan kerja untuk menjaga kualitas pelayanan dan mematuhi regulasi.</p>

Berdasarkan jawaban dari ke 6 informan diatas, ada beberapa jenis knowledge yang sangat penting untuk dimiliki oleh karyawan restoran. *Product Knowledge* (Pengetahuan produk) Merupakan hal penting yang harus dikomunikasikan oleh marketer dalam memberikan petunjuk atas produk yang ditawarkan kepada konsumen (Nugroho & Setyawan, 2015). *Product knowledge* merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki oleh karyawan yang mencakup seperti buku menu, bahan makanan hingga ke cara penyajian. Selain itu, *customer service skill* menjadi fokus utama, termasuk etika melayani, penanganan keluhan serta pengetahuan tentang alergi makanan yang berhubungan langsung dengan keselamatan pelanggan. *Situational knowledge* yakni kemampuan untuk menghadapi situasi tak terduga juga dianggap krusial oleh semua informan. Dari sudut pandang HRD, penekanan ada pada problem solving dan keselamatan kerja yang memastikan kelancaran operasional restoran dan menjaga reputasi dalam memberikan pelayanan yang aman dan efisien.

Kata kunci: “*customer service skill, situational knowledge, problem solving*”

Tabel 4. 4 *Handover* pekerjaan karyawan baru

Pertanyaan	Bagaimana <i>handover</i> pekerjaan ke karyawan baru dalam menerapkan <i>produk knowledge</i> ?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Kalo masalah <i>handover</i> siih kita bareng bareng yah Ketika ada karyawan masuk gitu first day work	Saat <i>handover</i> , karyawan baru diarahkan untuk memahami <i>job desk</i> ,

	ya kita arahin apa saja <i>job desk nya</i> , Kerjasama timnya, bagian bagiannya sebelum lanjut ngarahin buat belajar produk.	kerja sama tim, dan bagian-bagian tugas sebelum belajar tentang produk.
Informan 2 (Inisial E)	Saat saya memberikan <i>handover</i> ke <i>waiter</i> baru, saya mulai dengan memperkenalkan mereka pada menu dan produk utama. Selain itu juga mengajarkan terkait sop kerja, Kerjasama team. Saya biasanya meminta mereka mencicipi beberapa menu agar mereka bisa memahami rasa dan bisa memberikan deskripsi yang lebih detail ke pelanggan. Selanjutnya, saya ajarkan bagaimana menjawab pertanyaan pelanggan yang umum, seperti rekomendasi makanan atau pairing minuman. Saya juga sering mengadakan simulasi pelayanan untuk membantu mereka belajar dalam situasi yang lebih nyata.	Saat <i>handover</i> ke <i>waiter</i> baru, Hal yang diperkenalkan ke karyawan baru adalah memperkenalkan menu, SOP, kerja sama tim, dan melakukan simulasi pelayanan agar mereka dapat memberikan deskripsi produk yang lebih baik dan melayani pelanggan dengan tepat.
Informan 3 (Inisial O)	Saya biasanya mendampingi karyawan baru untuk memastikan	Perlunya untuk mendampingi karyawan

	<p>mereka memahami produk yang kami tawarkan secara detail. Kami memulai dengan memberikan menu <i>guide</i> yang berisi penjelasan lengkap mengenai produk, dan saya juga menjelaskan bagaimana cara berkomunikasi dengan pelanggan saat ada pertanyaan soal produk. Selain itu, saya ajarkan tips dalam melayani pelanggan dan menangani keluhan, agar mereka bisa menerapkan <i>product knowledge</i> dengan cara yang benar saat berhadapan langsung dengan pelanggan.</p>	<p>baru untuk memastikan mereka memahami produk secara detail, memberikan menu <i>guide</i>, serta mengajarkan cara berkomunikasi dengan pelanggan dan menangani keluhan dengan tepat.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>untuk dapur, saya mengajarkan karyawan baru dengan memulai dari dasar, seperti teknik memasak dan penggunaan bahan yang benar. Saya juga menekankan pentingnya konsistensi dalam rasa dan penyajian, yang tentunya memerlukan pemahaman produk yang mendalam. Saya pastikan mereka berlatih di</p>	<p>Di dapur, mengajarkan karyawan baru mulai dari dasar teknik memasak, penggunaan bahan yang benar, dan konsistensi rasa, sambil memastikan mereka berlatih di bawah pengawasan senior untuk</p>

	<p>bawah pengawasan rekan kerja yang lebih senior disini, sehingga jika ada kesalahan dalam proses memasak atau persiapan bahan, bisa langsung diperbaiki. <i>Handover</i> ini membutuhkan waktu, karena <i>product knowledge</i> di dapur juga melibatkan aspek teknis yang kompleks.</p>	<p>memperbaiki kesalahan secara langsung</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Dalam hal <i>handover</i> ke barista baru, kami mulai dengan pengenalan biji kopi yang digunakan, metode <i>brewing</i>, serta peralatan yang harus mereka kuasai. Karyawan baru perlu melihat langsung dan ikut terlibat dalam proses pembuatan kopi dari awal hingga akhir. Selain itu, kami selalu melakukan latihan <i>tasting</i> supaya mereka bisa memahami profil rasa dari setiap jenis kopi yang kami sajikan. Setelah beberapa minggu, barista baru biasanya mulai bertugas dengan pengawasan minimal untuk</p>	<p>Dalam <i>handover</i> ke barista baru, kami mengajarkan tentang biji kopi, metode <i>brewing</i>, peralatan, serta melakukan latihan <i>tasting</i> agar mereka memahami profil rasa dan dapat bekerja dengan pengawasan minimal setelah beberapa minggu.</p>

	memastikan mereka sudah memahami dan menerapkan <i>product knowledge</i> .	
Informan 6 (Inisial I)	Umumnya untuk <i>handover</i> pekerjaan ke karyawan baru dalam hal <i>product knowledge</i> biasanya dilakukan secara bertahap. Pertama kami memberikan pelatihan formal Dimana karyawan baru mempelajari setiap item di menu, termasuk bahan bahan dan cara penyajian. Selain itu mereka juga ditempatkan Bersama karyawan senior untuk melakukan <i>job training</i> , Dimana mereka bisa mempraktekkan langsung apa yang dipelajari sambil mendapatkan bimbingan dari rekan yang lebih berpengalaman. Evaluasi rutin juga dilakukan untuk memastikan mereka benar benar menguasai <i>product knowledge</i> sebelum dilepas melayani pelanggan secara mandiri.	<i>Handover product knowledge</i> ke karyawan baru dilakukan bertahap, dimulai dengan pelatihan formal, <i>On the Job Training</i> bersama senior, dan evaluasi rutin untuk memastikan penguasaan produk sebelum melayani pelanggan secara mandiri.

Berdasarkan jawaban dari keenam informan, *handover product knowledge* kepada karyawan baru di restoran dilakukan secara sistematis dan bertahap. Semua informan menekankan pentingnya kombinasi antara pelatihan formal dan *on-the-job training* untuk memastikan karyawan baru memahami produk restoran secara menyeluruh. Menurut bangun (2012:210) dalam (Pratama, 2018) Metode *On the Job Training* merupakan metode Dimana para karyawan mempelajari pekerjaan sambil mengerjakan secara langsung. Pelatihan menggunakan metode *On the Job Training* ini dianggap sangat efektif untuk memberikan keterampilan dan kecakapan kepada karyawan, karena direncanakan, diorganisasikan dan dilakukan ditempat kerja (Kurniasari *et al.*, 2018). Pelatihan biasanya dimulai dengan pengenalan menu, termasuk bahan-bahan dan metode penyajiannya, yang kemudian diperkuat dengan bimbingan langsung dari karyawan senior. Karyawan baru diajak untuk berlatih dalam situasi nyata melalui simulasi, mencicipi produk, dan mempraktikkan pelayanan, sehingga mereka bisa menerapkan pengetahuan produk secara efektif saat berinteraksi dengan pelanggan. Evaluasi terus dilakukan selama masa pelatihan untuk memantau kemajuan karyawan baru dalam menguasai *product knowledge*. Pendekatan berbasis mentor juga dianggap efektif, karena karyawan baru dapat belajar dari rekan-rekan yang lebih berpengalaman.

Kata kunci: “*On the Job Training*, simulasi, evaluasi

Tabel 4. 5 Metode penerapan produk knowledge karyawan baru

Pertanyaan	Bagaimana metode penerapan produk knowledge karyawan baru?	Kata kunci
------------	--	------------

<p>Informan 1 (Inisial Y)</p>	<p>Untuk metode penerapan <i>produk knowledge</i> mengajarkan ke karyawan baru dilakukan secara bertahap. Karyawan baru mulai dengan mempelajari menu dan produk secara teori. Kemudian dia diajak untuk praktik langsung melayani pelanggan dengan pengawasan. Kami juga sering melakukan simulasi situasi nyata agar mereka bisa mempersiapkan diri untuk menghadapi berbagai skenario di restoran, seperti pelanggan yang menanyakan tentang alergi atau permintaan khusus <i>by request</i>.</p>	<p>Penerapan <i>product knowledge</i> dilakukan secara bertahap, dimulai dengan mempelajari menu secara teori, diikuti dengan praktik melayani pelanggan dan simulasi situasi nyata untuk menghadapi berbagai skenario di restoran.</p>
<p>Informan 2 (Inisial R)</p>	<p>Kalo misal ada karyawan baru gitu biasanya kita kenalkan terlebih dahulu apa saja bagian bagian yang ada di kita. Seperti pengenalan napkin <i>dinner</i>, set alat makan, sop pelayanan, dll. Semua dilakukan <i>On the Job Training</i> sehingga kita memberi contoh sekalian bisa di praktekin langsung. Selain itu juga kami</p>	<p>Karyawan baru diperkenalkan dengan berbagai bagian dan SOP, dilatih melalui <i>On the Job Training</i>, mencicipi menu, serta <i>role playing</i> untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam</p>

	<p>mengajak mereka mencicipi menu/<i>testing</i> agar mereka bisa menggambarkan rasa dan tekstur kepada pelanggan dengan lebih baik. Selain itu juga biasanya menggunakan <i>role playing</i> Dimana karyawan baru dilatih menghadapi berbagai pertanyaan atau situasi yang mungkin terjadi saat melayani pelanggan. Metode ini dianggap efektif untuk meningkatkan untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menerapkan <i>product knowledge</i>.</p>	<p>menghadapi situasi nyata dan menerapkan <i>product knowledge</i>.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Kalo ada karyawan baru tuh biasanya kita arahkan menggunakan <i>On the Job Training</i>. Jadi karyawan baru terlibat langsung pada jam kerja kita seperti melayani tamu mengantarkan makanan minuman dsb. Pengenalan di awal adalah seperti pengenalan produk yang ada di buku menu, sop mengantarkan makanan dan minuman, cara penyajian serta <i>problem solving</i></p>	<p>Karyawan baru dilatih melalui <i>On the Job Training</i> untuk mengenal produk, SOP, penyajian, dan <i>problem solving</i> secara bertahap hingga memahami cara kerja dan pelayanan restoran.</p>

	dalam pelayanan ke customer. Secara bertahap karyawan baru akan memahami cara kerja kita seperti apa dan mengenal produk produk kita disini.	
Informan 4 (Inisial R)	Di dapur, kami menerapkan <i>product knowledge</i> dengan metode pendampingan langsung. Karyawan baru bekerja bersama saya untuk memahami bagaimana setiap bahan diproses, teknik memasak yang digunakan, dan standar penyajian yang harus diikuti. Saya juga mengajarkan mereka pentingnya konsistensi rasa dan presentasi dalam setiap hidangan. Latihan dilakukan berulang-ulang sampai karyawan baru benar-benar menguasai cara memasak menu yang ada.	Di dapur, <i>product knowledge</i> diajarkan melalui pendampingan langsung, dengan fokus pada pengolahan bahan, teknik memasak, standar penyajian, dan konsistensi rasa hingga karyawan menguasai menu sepenuhnya.
Informan 5 (Inisial I)	Barista baru biasanya kita kenalkan dasar dasar tugas barista ngapain disini kita bikin minuman. Ada banyak jenis minuman seperti minuman kopi, jenis	Barista baru diperkenalkan secara bertahap pada tugas, jenis minuman, dan

	<p>jenis kopi, <i>healthy drink</i> hingga ke wine. Semuanya dilakukan secara bertahap. Disini kami juga memberikan kesempatan untuk testing produk/minuman untuk membantu mereka memahami profil rasa dari setiap minuman yang ditawarkan. Kami melibatkan mereka dalam pelayanan harian Dimana mereka menerapkan pengetahuan tersebut langsung kepada pelanggan dengan didampingi senior disini.</p>	<p>profil rasa melalui testing produk, serta didampingi senior saat menerapkan pengetahuan langsung dalam pelayanan harian.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Dari sisi hrd, metode penerapan <i>produk knowledge</i> untuk karyawan baru adalah kombinasi antara testing produk knowledge secara tertulis secara berkala ataupun juga dengan praktik langsung <i>On the Job Training</i> yang didampingi dengan karyawan lainnya yang lebih berpengalaman. Kami menyarankan untuk sering sering membaca buku menu, mengikuti arahan senior dalam <i>On the</i></p>	<p>HRD menerapkan <i>product knowledge</i> untuk karyawan baru melalui kombinasi tes tertulis berkala, <i>On the Job Training</i> dengan pendampingan senior, dan pemahaman mendalam melalui buku menu.</p>

	<p><i>Job Training</i> serta biasanya kita adakan seperti tes tertulis untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman karyawan baru dalam memahami produk disini.</p>	
--	---	--

Menurut Edwin B. Flippo dalam (Kurniasari et al., 2018) pelatihan merupakan suatu usaha peningkatan *knowledge dan skill* seorang karyawan untuk menerapkan aktivitas kerja tertentu. Berdasarkan jawaban dari 6 informan diatas, metode penerapan *produk knowledge* untuk karyawan baru khususnya di restoran, metode yang digunakan adalah *On the Job Training*. Ini dirasa sangat efektif untuk membantu karyawan baru lebih cepat memahami cara kerja disini bagaimana dan mengetahui produk produk disini melalui pengenalan secara berkala. Pelatihan menggunakan metode *On the Job Training* ini dianggap sangat efektif untuk memberikan keterampilan dan kecakapan kepada karyawan, karena direncanakan, diorganisasikan dan dilakukan ditempat kerja (Kurniasari et al., 2018). (Kashmir & Roharto, 2017) menyebutkan setidaknya ada 8 keuntungan baik bagi karyawan maupun Perusahaan setelah mengadakan pelatihan, 8 diantaranya adalah: akan memiliki kemampuan, sikap dan mental karyawan, Kerjasama, disiplin kerja, perilaku karyawan, jenjang karir, loyalitas dan rasa memiliki, serta pengetahuan baru. Tentu dalam praktiknya, karyawan baru dalam melakukan *On the Job Training* ini didampingi oleh karyawan senior untuk memastikan bahwa mereka menjalankan tugas dengan baik dan benar.

Kata kunci : *On the Job Training*, pendampingan, *role playing*”

Tabel 4. 6 Strategi penerapan product knowledge karyawan baru

Pertanyaan	Bagaimana strategi penerapan <i>product knowledge</i> karyawan baru?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Strateginya sih kalo dari kita mengajari karyawan baru yang <i>flexible</i> aja gitu keseharian cuman yang pasti tidak dengan <i>menghandle customer</i> , itu biar yang sudah lama disini aja kalo <i>handle customer</i> , kalo ajarin ngenalin produknya tuh kayak missal lagi ambil makanan/ minuman trus kayak kita make sure ini nama makanan/ minuman nya apa jadi biar dia terbiasa dan lebih cepat untuk menghafal produk produk yang ada di kita.	Strategi mengajarkan karyawan baru dilakukan secara fleksibel dengan mengenalkan produk sambil memastikan mereka terbiasa dan menghafal, tanpa langsung menangani pelanggan.
Informan 2 (Inisial E)	Pada praktiknya, karyawan baru kita ajarkan langsung pada saat kita kerja atau biasa dibilang <i>On the Job Training</i> . Kami menggunakan strategi	Karyawan baru dilatih melalui <i>On the Job Training</i> dengan strategi <i>buddy system</i> yaitu

	<p><i>buddy system</i>, Dimana karyawan baru didampingi oleh karyawan senior yang sudah berpengalaman. Pendampingan ini memungkinkan mereka belajar secara langsung sambil mendapatkan <i>feedback</i> segera dari rekan/senior. Kami juga menekankan ke karyawan baru untuk cepat dan tanggap terhadap situasional baik <i>internal</i> team maupun terhadap <i>customer</i>. Kami juga aktif berkomunikasi untuk menilai karyawan baru sejauh mana mereka memahami peran sebagai <i>waiters</i> sebelum kami ijin ke tugas selanjutnya.</p>	<p>didampingi senior untuk belajar langsung, mendapatkan <i>feedback</i>, dan dievaluasi sebelum melanjutkan ke tugas berikutnya.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Selain tadi kata rekan rekan yang lain, kami juga menggunakan strategi simulasi pelayanan sebagai bagian penting dari penerapan <i>product knowledge</i>. Ini pun kondisional untuk melakukan hal ini kita melihat kondisi mungkin jika tidak terlalu ramai baru</p>	<p>Strategi simulasi pelayanan digunakan untuk melatih karyawan baru menghadapi berbagai skenario pelanggan, disertai <i>feedback</i> harian untuk</p>

	<p>bisa melakukan hal ini. Karyawan baru dilatih untuk melayani dalam berbagai scenario mulai dari pelanggan yang menanyakan tentang detail menu hingga menangani keluhan. Simulasi ini memungkinkan mereka mengasah keterampilan secara langsung sebelum berhadapan dengan pelanggan. Kami juga memberikan <i>feedback</i> harian untuk memperbaiki kesalahan atau kekurangan.</p>	<p>meningkatkan keterampilan sebelum melayani secara langsung.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Strategi di dapur tuh biasanya melibatkan pendekatan <i>hands-on</i>. Saya selalu mendorong karyawan baru untuk belajar sambil bekerja, langsung terlibat dalam persiapan bahan dan proses memasak. Kami juga menggunakan rotasi posisi di dapur, sehingga mereka bisa memahami peran masing-masing bagian dalam menyajikan hidangan. Dengan cara ini, <i>product knowledge</i></p>	<p>Strategi di dapur melibatkan pendekatan <i>hands-on</i> dan rotasi posisi, memungkinkan karyawan baru belajar langsung dan memahami setiap peran dalam proses penyajian hidangan.</p>

	dapat diterapkan dalam semua aspek pekerjaan mereka di dapur	
Informan 5 (Inisial I)	Untuk barista baru, strategi utamanya tuh pengalaman langsung. Mereka dilibatkan dalam setiap tahap pembuatan kopi, dari memilih biji hingga teknik <i>brewing</i> . Kami juga sering melakukan latihan mencicipi agar mereka benar-benar memahami karakteristik rasa dari setiap jenis kopi. Strategi ini memperkuat pemahaman mereka tentang produk dan membuat mereka lebih percaya diri saat menjelaskan kopi kepada pelanggan	Barista baru dilatih melalui pengalaman langsung, termasuk pembuatan kopi dan testing produk, untuk memperkuat pemahaman produk dan meningkatkan kepercayaan diri dalam melayani pelanggan.
Informan 6 (Inisial I)	Kalo strateginya sih kita kembalikan ke yang udah senior senior buat ngajarin karena memang mereka juga yang <i>on show</i> berada dilapangan, cuman kalo dari manajemen sendiri kita ada seperti masa training kemudian nanti ada tes <i>produk</i>	Strategi pelatihan melibatkan masa <i>training</i> dengan bimbingan senior, tes <i>product knowledge</i> , dan masa kontrak 3 bulan untuk karyawan baru

	<p><i>knowledge</i> sebelum nantinya lanjut memasuki masa kontrak 3 bulan untuk belajar memahami <i>knowledge</i> kerjanya. Saya kira waktu 3 bulan itu sudah lumayan cukup untuk seorang karyawan baru beradaptasi belajar produk dan cara kerja timnya.</p>	<p>beradaptasi memahami produk dan cara kerja tim.</p>
--	---	--

Kasmir (2016:126) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Sumber daya Manusia Teori & praktik” menjelaskan bahwa pelatihan merupakan proses untuk membentuk dan membekali karyawan dengan menambah keahlian, kemampuan, dan perilakunya. Artinya pelatihan akan membentuk perilaku karyawan yang sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Misalnya sesuai dengan budaya Perusahaan. Kemudian akan membekali karyawan dengan berbagai pengetahuan, kemampuan dan keahlian, sesuai dengan bidang pekerjaannya (Kasmir, 2016). Dari jawaban ke 6 informan diatas, strategi penerapan produk *knowledge* untuk karyawan baru berfokus pada metode pembelajaran bertahap dan praktis. Handoko (2010) memaparkan ada 2 metode pelatihan yang dapat digunakan oleh karyawan yaitu Metode *On the Job Training* dan Metode *Off the Job Training*. Singkatnya adalah, metode *On the Job Training* merupakan metode yang dilakukan ditempat kerja langsung sembari praktik dibawah pengawasan senior sedangkan *Off the Job Training* merupakan metode pelatihan yang dilakukan diluar tempat kerja seperti tanya jawab *knowledge* kerja, tes tertulis simulasi pelayanan dll (Endayani et al.,

2015). Penggunaan *buddy system* atau pendampingan oleh karyawan senior memungkinkan karyawan baru dapat belajar secara langsung dan mendapatkan *feedback* secara real time. Pendekatan ini membuat karyawan baru lebih mudah beradaptasi dan menguasai pengetahuan produk. Simulasi pelayanan dan juga rotasi posisi membantu karyawan memahami *jobdesk* masing masing dan peka terhadap situasional dalam pekerjaan. Pengalaman langsung menjadi penting untuk memperkuat *product knowledge* karyawan termasuk dengan tester produk untuk mengatasi rasa sehingga dapat mempunyai bekal untuk menghadapi pertanyaan pertanyaan yang mungkin muncul dari pelanggan.

Kata kunci: “*buddy system*, simulasi pelayanan, pengalaman langsung, rotasi posisi”

Tabel 4. 7 Faktor apa saja yang membantu mempercepat pemahaman *Product knowledge*

Pertanyaan	Faktor apa saja yang dapat membantu karyawan baru lebih cepat memahami <i>Product knowledge</i> ?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Banyak faktor kalau menurut saya seperti dilibatkan dalam proses bisnisnya seperti mengantarkan makanan dan minuman ke <i>customer</i> itu bisa membantu karyawan baru dapat menghafal produk produk kita	Karyawan baru dilibatkan langsung dalam proses bisnis, seperti mengantarkan makanan dan minuman serta melakukan <i>tester</i> ,

	<p>yang ada disini, kemudian seperti memberikan kesempatan untuk tester juga supaya tau ini tuh rasanya seperti apa jadi kalau sudah saatnya bisa buat <i>taking order</i> sudah siap bisa menjawab pertanyaan <i>customer</i>.</p>	<p>untuk membantu mereka menghafal produk dan siap menjawab pertanyaan pelanggan.</p>
<p>Informan 2 (Inisial E)</p>	<p>Faktor utama menurut saya adalah pendampingan langsung dari karyawan senior. Ketika karyawan baru selalu didampingi, mereka bisa belajar lebih cepat melalui observasi dan praktik. Selain itu, pengalaman langsung seperti melayani pelanggan langsung juga mempercepat pemahaman mereka. Praktik di situasi nyata selalu menjadi cara terbaik untuk belajar</p>	<p>Pendampingan langsung dari karyawan senior dan pengalaman melayani pelanggan mempercepat pemahaman karyawan baru melalui observasi dan praktik di situasi nyata.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Faktor penting lainnya adalah pemberian tugas bertahap. Karyawan baru tidak langsung dilepas untuk menangani pelanggan sendiri, melainkan diberi tugas-tugas kecil</p>	<p>Pemberian tugas bertahap dan pelatihan langsung di lapangan membantu karyawan baru memahami produk</p>

	dulu. Ini membuat mereka bisa fokus memahami produk satu per satu tanpa tekanan. Selain itu, pelatihan langsung di lapangan juga penting karena mereka bisa belajar dari pengalaman langsung dan melihat cara rekan kerja mereka berinteraksi dengan pelanggan	secara fokus tanpa tekanan, sambil belajar dari pengalaman dan interaksi rekan kerja.
Informan 4 (Inisial R)	Kalo barista sii karena memang <i>jobdesk</i> utamanya tuh membuat minuman jadi harus memahami betul bagaimana cara bikin minuman ini itu, jadi hal yang dapat membantu dia lebih cepat memahami tentang minuman adalah praktik langsung sembari senior yang ngawasin, Dimana mereka bisa langsung bertanya saat ada hal yang tidak dimengerti. Selain itu juga <i>tester</i> atau mencicipi juga membantu karyawan baru dalam memahami perbedaan rasa, jenis kopi dan metode pembuatannya.	Barista baru lebih cepat memahami minuman melalui praktik langsung di bawah pengawasan senior, diikuti dengan tes rasa untuk mengerti perbedaan jenis kopi dan metode pembuatannya.

<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Kalo menurut saya faktor yang dapat membantu karyawan cepat memahami knowledge di dapur sini yaitu praktik terus-menerus terlibat memasak di dapur sini. Hal ini merupakan faktor terbesar. Karyawan baru harus terlibat langsung dalam proses memasak setiap hari. Melalui latihan berulang-ulang, mereka akan lebih cepat menguasai teknik memasak dan menghafal menu. Selain itu, adanya <i>feedback</i> cepat dari saya atau sous chef membantu mereka memperbaiki kesalahan dengan segera</p>	<p>Praktik terus-menerus di dapur dan <i>feedback</i> langsung dari senior membantu karyawan baru menguasai teknik memasak dan menghafal menu dengan cepat.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Salah satu faktor penting adalah pelatihan intensif yang terstruktur. Pelatihan yang dirancang dengan baik, yang mencakup teori dan praktik, evaluasi bertahap baik secara tertulis seperti tes tertulis atau juga berkomunikasi dengan <i>waiters</i> senior untuk mengetahui seberapa jauh progress karyawan baru tersebut. Ini</p>	<p>Pelatihan <i>intensif</i> yang terstruktur, evaluasi bertahap, dan motivasi karyawan yang tinggi mempercepat pemahaman mereka terhadap <i>product knowledge</i></p>

	<p>akan mempercepat pemahaman karyawan. Selain itu, motivasi karyawan itu sendiri sangat penting. Karyawan yang antusias dan bersemangat untuk belajar cenderung lebih cepat memahami <i>product knowledge</i></p>	
--	--	--

Berdasarkan jawaban dari ke 6 informan diatas, terdapat ada beberapa faktor yang dapat membantu karyawan baru lebih cepat memahami produk knowledge. Salah satu faktornya adalah pendampingan langsung oleh karyawan senior. Metode ini sering disebut dengan metode *On the Job Training* Dimana karyawan berlatih di tempat kerja langsung dengan pengawasan senior. Pelatihan menjadi salah satu kunci yang dapat membantu karyawan dalam memahami suatu pengetahuan praktis dan penerapannya (Andayani & Makian, 2016). Desler (2009) mendefinisikan pelatihan dengan sebuah proses mengajarkan karyawan baru atau yang ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka (Andayani & Makian, 2016). Pendekatan ini memungkinkan karyawan baru belajar secara praktis dengan bimbingan yang tepat. Praktik langsung dilapangan seperti melayani *customer* juga dianggap sebagai cara efektif untuk mempercepat pemahaman mereka karena terlibat langsung dalam berjalanya proses bisnis. Hal lainnya ialah dengan Latihan berulang dan pengalaman mencicipi produk dapat membantu karyawan baru memahami produk yang ada disini. Dapat meningkatkan

kepercayaan diri Ketika memberikan informasi ke pelanggan dan terlihat lebih professional.

Kata kunci: “pendampingan langsung, Latihan berulang, *tasting*”

Tabel 4. 8 Pengaruh hubungan *produk knowledge* dengan handle complain customer

Pertanyaan	Bagaimana pengaruh <i>product knowledge</i> terhadap <i>komplain customer</i> ?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	<i>Product knowledge</i> yang dimiliki customer tuh penting banget untuk meminimalisir <i>complain customer</i> . Product knowledge berpengaruh besar dalam mencegah keluhan dari pelanggan. Jika karyawan dapat menjelaskan detail produk, seperti bahan-bahan, metode penyajian, atau bahkan potensi alergi, pelanggan merasa lebih puas dan lebih sedikit <i>complain</i>	<i>Product knowledge</i> yang baik sangat penting untuk meminimalisir keluhan pelanggan/ <i>Complaint Customer</i> dengan memberikan informasi yang jelas dan tepat tentang produk.
Informan 2 (Inisial E)	<i>Produk knowledge</i> yang dimiliki karyawan itu penting yah untuk bisa	Product knowledge yang baik membantu

	<p>mengatasi problem solving seperti <i>complain customer</i> misalnya. Kalo dari pengalaman saya, kalo misal kita menguasai menu dengan baik, kita bisa mengurangi potensi keluhan pelanggan. Banyak tamu yang datang kesini mungkin masih awam dengan menu makanan disini, banyak keluhan juga muncul karena tamu tidak mendapatkan apa yang mereka harapkan. Jadi kalo semisal kita bisa menjelaskan menu dan memberikan saran yang tepat sejak awal, kita bisa meminimalisir terjadinya <i>complaint customer</i>.</p>	<p>karyawan mengatasi keluhan pelanggan dengan memberikan penjelasan yang tepat dan saran yang sesuai sejak awal, sehingga dapat meminimalisir potensi masalah.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Menurut saya, hubungan antara <i>product knowledge</i> dan <i>complain customer</i> sangat erat. Jika waiter dapat memberikan penjelasan lengkap dan detail sebelum pelanggan memesan, seperti kandungan bahan atau bagaimana makanan disiapkan, pelanggan jadi lebih paham apa yang</p>	<p>Hubungan antara <i>product knowledge</i> dan keluhan pelanggan sangat erat, karena penjelasan yang jelas dan detail dapat mengurangi potensi keluhan dan memungkinkan waiter</p>

	<p>mereka pesan. Ini otomatis mengurangi peluang komplain. Dalam situasi di mana pelanggan masih merasa tidak puas, waiter dengan <i>product knowledge</i> yang baik bisa menawarkan solusi, seperti rekomendasi alternatif yang lebih cocok.</p>	<p>memberikan solusi yang tepat.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalo sebagai chef yang memasak makanan, saya sering melihat bahwa keluhan pelanggan tentang makanan seringkali disebabkan oleh kesalahpahaman tentang bahan atau cara memasak, atau juga mungkin kesalahpahaman antara <i>waiters</i> yang taking order kemudian setelah kita selesai memasak dan dihidangkan ke customer ternyata salah. Nah hal hal yang seperti ini Ketika server tau persis bagaimana hidangan disiapkan, mereka bisa menjelaskan kepada tamu sebelum masalah muncul dan jika ada keluhan mereka bisa langsung</p>	<p><i>Product knowledge</i> yang dimiliki server sangat penting untuk mencegah kesalahpahaman tentang makanan dan meminimalisir keluhan pelanggan dengan memberikan penjelasan yang tepat sebelum hidangan disajikan.</p>

	menyampaikan informasi dengan benar.	
Informan 5 (Inisial I)	Penguasaan <i>product knowledge</i> kita sebagai barista membuat lebih percaya diri dalam melayani pelanggan, terutama ketika mereka bertanya tentang rasa kopi atau metode brewing. Ketika karyawan memahami detail produk, mereka bisa memberikan rekomendasi yang sesuai dengan <i>preferensi</i> pelanggan, sehingga keluhan karena ketidaksesuaian ekspektasi dapat dihindari.	Penguasaan <i>product knowledge</i> oleh barista meningkatkan kepercayaan diri dalam melayani pelanggan dan membantu menghindari keluhan dengan memberikan rekomendasi yang sesuai dengan <i>preferensi</i> pelanggan.
Informan 6 (Inisial I)	Produk <i>knowledge</i> itu penting banget yah dikuasai oleh seorang karyawan termasuk misal ada karyawan baru disini yang pertama dia harus belajar <i>produk knowledge</i> kita. apalagi misal seperti divisi waiters yang berhadapan dengan customer langsung mesti	Penguasaan <i>product knowledge</i> oleh karyawan, terutama <i>waiters</i> , sangat penting untuk memberikan penjelasan dan solusi yang tepat, serta

	<p>adalah adakalanya menjumpai <i>complaint customer</i>. Nah, karyawan yang menguasai produk knowledge tersebut diharapkan dapat lebih siap memberikan penjelasan dan Solusi yang tepat saat masalah tersebut terjadi. Keluhan bisa diselesaikan dengan cepat dan tamu merasa bahwa kita memahami menghargai masalah mereka.</p>	<p>menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat.</p>
--	---	--

Berdasarkan jawaban dari 6 informan diatas, product knowledge memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengurangi keluhan (*complaint*) pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Tujuan Perusahaan pada umumnya adalah memuaskan kebutuhan dari konsumen (Fasihuddin & Firmansyah, 2019). Ketika karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang produk dan mereka mampu memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan, ini dapat membantu mencegah kesalahpahaman dan ekspektasi yang tidak terpenuhi. Selain itu, karyawan dengan *product knowledge* yang baik dapat lebih mudah menangani keluhan, memberikan solusi cepat, dan menawarkan alternatif yang sesuai, sehingga mengurangi eskalasi masalah. Efek dari pemaparan informasi yang baik dari *waiters* dapat memberikan pengalaman makan di restoran yang baik dan kepercayaan pelanggan dengan restoran tersebut menguat. Kepuasan pelanggan

merupakan hal yang penting bagi Perusahaan khususnya pada bisnis restoran seperti ini, karena dengan tercapainya kepuasan pelanggan akan timbul loyalitas pelanggan (A Sulistyawati & Seminari, 2015).

Kata kunci: “mencegah keluhan, menangani keluhan, menyediakan Solusi”

Tabel 4. 9 Pengaruh *product knowledge* pada Keputusan pembelian

Pertanyaan	Bagaimana <i>product knowledge</i> dapat mempengaruhi Keputusan pembelian?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Menurut saya <i>product knowledge</i> setiap karyawan tuh sangat berpengaruh yah terhadap Keputusan pembelian, penting juga setiap karyawan dapat memahami betul apa yang ada di kita. Mengapa <i>product knowledge</i> ini menjadi penting?, karena karyawan yang paham terhadap produk dapat memberikan penjelasan yang jelas dan meyakinkan kepada tamu. Ketika tamu ragu terhadap pilihan dan meminta saran <i>recommendation</i> menu, karyawan yang memahami menu hidangan dapat	<i>Product knowledge</i> yang dikuasai karyawan berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian, karena karyawan yang memahami produk dapat memberikan penjelasan dan rekomendasi yang meyakinkan kepada pelanggan.

	memberikan rekomendasi sesuai preferensi tamu, sehingga lebih besar kemungkinan tamu akan memilih menu tersebut.	
Informan 2 (Inisial E)	Mengapa <i>product knowledge</i> menjadi penting bahkan berpengaruh pada Keputusan pembelian karena kalau semisal kita bisa menjelaskan produk dengan baik, seperti bahan bahan yang digunakan dan cara masak, pelanggan akan lebih yakin dengan pilihan mereka. Banyak tamu yang belum tau atau mungkin awam terhadap menu yang ada disini. Jika kita bisa memberikan rekomendasi yang informatif, mereka cenderung mengikuti saran kita dan itu mempengaruhi Keputusan mereka untuk membeli.	<i>Product knowledge</i> yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, karena penjelasan yang informatif tentang produk meningkatkan kepercayaan dan mempengaruhi pilihan mereka.
Informan 3 (Inisial O)	Kalo ada karyawan baru kitaa wajib sii yang pertama belajar produk, jadi disamping kita arahkan bagaimana kerja timnya, kita kenalkan produk	Pentingnya <i>product knowledge</i> bagi karyawan baru adalah agar mereka dapat

	<p>produk nya sambil belajar buku menu. Saya selalu mengajarkan bahwa <i>product knowledge</i> dapat mempengaruhi penjualan langsung, Ketika karyawan dapat menjawab pertanyaan pelanggan, pelanggan akan merasa lebih nyaman dan seringkali membuat Keputusan pembelian berdasarkan informasi yang kita berikan.</p>	<p>memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalo dari chef sii yang memasak makanan, hanya memasak by request yang ditulis sama <i>waiters</i> yang taking order, nah kita pastikan memasak dengan sesuai ketentuan, kebersihan makanan dan penyajian hingga ke rasa. Ini juga akan memberikan pengalaman yang baik ke <i>customer</i> supaya bisa datang Kembali.</p>	<p>Pentingnya memastikan kebersihan, penyajian, dan rasa makanan sesuai dengan ketentuan dapat memberikan pengalaman baik bagi pelanggan, yang meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali.</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p><i>Product knowledge</i> juga sangat penting saat tamu memilih minuman. Kalau misal tamu kesini tanya rekomendasi minuman disini apa</p>	<p><i>Product knowledge</i> yang baik memungkinkan karyawan memberikan penjelasan yang</p>

	<p>kemudian saya bisa memberikan informasi yang ditanyakan tamu atau mungkin menjelaskan antara berbagai jenis <i>cocktail</i> atau <i>wine</i>, tamu jadi lebih percaya diri dalam memilih. Penjelasan yang tepat bisa membuat mereka mencoba minuman baru yang mungkin sebelumnya mereka pertimbangkan.</p>	<p>meyakinkan, membantu tamu merasa lebih percaya diri dalam memilih minuman dan mencoba pilihan baru.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Karyawan yang memiliki <i>product knowledge</i> kuat dapat meningkatkan penjualan. Mereka bisa memberikan rekomendasi pairing antara makanan dan minuman, atau menjelaskan menu spesial disini dengan baik. Ketika tamu memahami nilai atau keistimewaan dari hidangan yang kita rekomendasikan, mereka lebih mungkin untuk memesan makanan/minuman tersebut.</p>	<p>Karyawan dengan <i>product knowledge</i> yang kuat dapat meningkatkan penjualan dengan memberikan rekomendasi yang tepat dan menjelaskan nilai khusus dari menu, mendorong tamu untuk memesan lebih banyak.</p>

Dari jawaban keenam informan diatas, jelas bahwa *product knowledge* berperan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Ketika karyawan

memiliki pemahaman mendalam tentang produk baik dari segi bahan, cara pembuatan, atau keistimewaan menu mereka mampu memberikan penjelasan yang meyakinkan dan rekomendasi yang relevan kepada pelanggan. Penjelasan yang jelas dan mendalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya mempercepat dan memudahkan mereka dalam membuat keputusan pembelian. Menurut (Sudaryono, 2014) Keputusan pembelian merupakan Tindakan memilih satu opsi dari dua atau lebih . seseorang ada dalam posisi untuk membuat keputusan pembelian Ketika disajikan dengan beberapa pilihan yang kemudian memilih salah satu untuk dibeli (Nurfauzi *et al.*, 2023) . itulah mengapa pemahaman seorang karyawan tentang sebuah produk yang ada di ruang lingkup kerjanya itu penting, dengan memiliki pemahaman yang baik maka bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan ketika berkunjung ke restoran. Ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012) yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan juga empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (A Sulistyawati & Seminari, 2015). Itu berarti, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan ke pelanggan maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka rasakan, hal ini tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan ke orang lain mengenai pengalaman terhadap produk yang telah digunakannya baik berupa barang maupun jasa (A Sulistyawati & Seminari, 2015)

Kata kunci: “Keputusan pembelian, pengalaman pembelian, kepercayaan pelanggan.

Tabel 4. 10 Pengaruh *produk knowledge* pada kinerja penjualan

Pertanyaan	Apa dampak dari kurangnya pengetahuan produk terhadap kinerja penjualan?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Pengetahuan produk akan berdampak juga ke kinerja penjualan yah, tidak hanya pengetahuan produk tapi juga knowledge kerja dan sop kerja juga tuh penting dan juga akan berpengaruh terhadap kinerja penjualan. Kalo pengetahuan produk yang kurang bisa jadi tidak bisa memberikan informasi yang diharapkan customer sehingga tidak memberikan pengalaman yang baik ketika makan disini	Pengetahuan produk yang baik, bersama dengan pemahaman tentang prosedur kerja dan SOP, sangat mempengaruhi kinerja penjualan dan pengalaman pelanggan di restoran.
Informan 2 (Inisial E)	Kurangnya pengetahuan produk kelas berdampak <i>negatif</i> pada penjualan. Karyawan yang tidak menguasai produk seringkali tidak bisa menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik	Kurangnya pengetahuan produk dapat menghambat penjualan karena karyawan tidak dapat memberikan

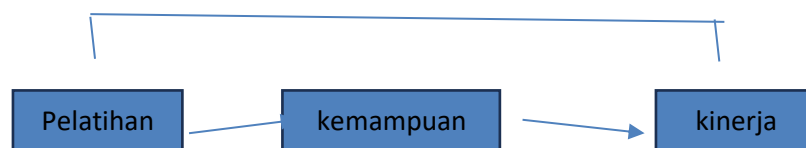
	sehingga tamu merasa kurang percaya untuk memesan. Ini membuat peluang <i>upselling</i> atau rekomendasi menu <i>special</i> jadi terlewatkan. Dan akhirnya mengurangi potensi penjualan.	informasi yang memadai, mengurangi peluang <i>upselling</i> dan rekomendasi menu.
Informan 3 (Inisial O)	Jika karyawan tidak paham produk, mereka tidak bisa merekomendasikan dengan baik dan tepat. Tamu biasanya mengandalkan waiter untuk memberikan saran, tapi jika wanitanya tidak bisa menjelaskan menu atau pairing dengan baik, tamu jadi bingung atau seringkali hanya memesan hidangan yang mereka sudah tau.	Jika karyawan tidak memahami produk, mereka kesulitan memberikan rekomendasi yang tepat, membuat tamu cenderung hanya memesan hidangan yang sudah mereka ketahui.
Informan 4 (Inisial R)	Menurut saya, kinerja penjualan sangat tergantung pada bagaimana karyawan <i>frontliner/waiters</i> bisa menjelaskan detail hidangan dengan baik. Jika mereka tidak tahu tentang bahan atau metode memasak yang kami gunakan, pelanggan tidak akan tertarik untuk mencoba item spesial	Kinerja penjualan sangat dipengaruhi oleh kemampuan karyawan untuk menjelaskan detail hidangan, karena kurangnya <i>product knowledge</i> dapat mengurangi minat

	<p>atau rekomendasi chef. Kurangnya <i>product knowledge</i> akan mengurangi minat pelanggan, yang tentunya berdampak negatif pada penjualan, terutama untuk menu spesial atau premium.</p>	<p>pelanggan dan berdampak negatif pada penjualan, terutama untuk menu special.</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Kalau di barista yang tugas kita membuat minuman, saya pikir kurangnya pengetahuan tentang minuman bisa berdampak besar. Kalau semisal saya atau rekan rekan tidak bisa menjelaskan perbedaan antara berbagai jenis wine atau cocktail, tamu mungkin akan ragu dan memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan karena tidak mendapatkan informasi yang diharapkan Ketika dia datang kesini yang mana niatnya ingin mencari pengalaman makan disini menanyakan jenis minuman tapi tidak mendapatkannya.</p>	<p>Kurangnya pengetahuan tentang minuman dapat berdampak besar pada pengalaman pelanggan, karena tamu yang tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang pilihan minuman akan merasa ragu dan kecewa.</p>

<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Kurangnya pengetahuan produk dari tim pelayanan bisa menurunkan kualitas pengalaman tamu dan berdampak langsung pada penjualan. Tamu yang tidak merasa terbantu saat memilih menu mungkin akan merasa kecewa atau kurang puas. Ini tidak hanya mempengaruhi penjualan saat itu, tetapi juga mengurangi kemungkinan mereka Kembali atau memberikan <i>review</i> positif, yang tentunya akan berdampak pada kinerja jangka Panjang.</p>	<p>Kurangnya pengetahuan produk dari tim pelayanan dapat menurunkan pengalaman tamu, berdampak negatif pada penjualan, dan mengurangi kemungkinan pelanggan kembali atau memberikan <i>review</i> positif.</p>
-----------------------------------	---	--

Kinerja merupakan serangkaian aktivitas dalam suatu proses kerja oleh seseorang atau sekelompok orang Dimana hasil kerja tersebut sesuai dengan kriteria dan standar yang ditentukan (Endayani et al., 2015). Dari jawaban ke 6 informan diatas semuanya sepakat mengatakan bahwa kurangnya *product knowledge* yang dimiliki oleh karyawan akan berdampak negatif pada kinerja penjualan restoran. Jika karyawan tidak bisa memberikan informasi tentang produk dengan baik ke customer, pelanggan akan merasa ragu atau bingung sehingga mengurangi minat mereka untuk membeli. Dampaknya ialah bisa berupa penurunan kepercayaan pelanggan, ketidakmampuan untuk upselling. Kepuasan pelanggan merupakan

kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan/ kepercayaan pelanggan (A Sulistyawati & Seminari, 2015). Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa Perusahaan telah berhasil berbuat sesuai dengan apa yang diharapkannya, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2008) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap niat beli ulang dan kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan akan memberikan rasa puas pelanggan sehingga mereka memiliki niat untuk Kembali berkunjung di kemudian hari (A Sulistyawati & Seminari, 2015). Begitu juga sebaliknya, karyawan yang tidak memiliki pengetahuan produk juga cenderung melakukan kesalahan dalam penyajian atau memberikan informasi yang salah, akan berujung pada pengalaman negatif bagi pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Dari informasi yang didapat pada pertanyaan pertanyaan sebelumnya yang membahas mengenai pelatihan, kemampuan dan kinerja, menunjukkan bahwa pelatihan memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan



Gambar 4.1 Hubungan pelatihan dengan kinerja

Kata kunci: “kinerja penjualan, penurunan kepercayaan, pengalaman negative pelanggan

Tabel 4. 11 Perilaku karyawan dalam beradaptasi memahami produk *knowledge*

Pertanyaan	Bagaimana perilaku karyawan baru dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja baru memahami produk <i>knowledge</i> ?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Kalo ada karyawan baru sih kan kita arahkan yah <i>jobdesknya</i> nanti ngapain aja kalo sebagai <i>server</i> gini kan pekerjaannya mengantarkan beda seperti chef atau barista yang tugasnya membuat. Jadi bisanya kalo karyawan baru perilakunya yah banyak nanya ini Namanya apa nah kita kasih tau Namanya apa, jadi kalo keseringan nanya nama produk akan cepat hafal juga	Karyawan baru yang sering diberi penjelasan tentang nama produk akan cepat menghafalnya, mempercepat adaptasi mereka dalam pekerjaan.
Informan 2 (Inisial E)	Perilaku karyawan baru apalagi karyawan tersebut emang bener bener baru <i>fresh graduate</i> atau 0% pengalaman di fnb mestinya kan akan awam gitu yah sama <i>job desk nya</i> seperti apa di <i>fnb</i> , mesti bakalan sering nanya tuh kayak ini gimana kak?, itu	Karyawan baru, terutama yang <i>fresh graduate</i> atau tanpa pengalaman, akan sering bertanya dan diberi <i>jobdesk</i> yang lebih mudah untuk membantu

	<p>ada tamu yang begitu gimana kak, ini Namanya apa kak? Ya kita sebagai yang sudah lama disini ya ngajarin pelan pelan untuk mereka adaptasi. Karna memang kalo ada karyawan baru tuh kita kasih jobdesk yang mudah mudah dulu tidak langsung buat <i>handle customer</i>.</p>	<p>mereka beradaptasi secara bertahap.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Perilaku karyawan baru tuh yah apa apa perlu diarahkan di karena kan di awal awal kerja dia perlu adaptasi dan memahami cara kerja team nya sebelum terus belajar produk, pengenalan produk juga bisa sambil berjalan melalui jenis makanan atau minuman yang diantar ke <i>customer</i> jadi kayak semisal ada makanan atau minuman yang mau disajikan ke customer nah kita libatkan juga tuh karyawan baru agar terbiasa juga dengan nama nama produk disini.</p>	<p>Karyawan baru perlu diarahkan untuk beradaptasi dengan cara kerja tim terlebih dahulu, sambil belajar produk melalui pengenalan langsung saat menyajikan makanan atau minuman kepada pelanggan.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalo di dapur sini perilaku karyawan baru Ketika awal awal kerja ya mereka</p>	<p>Perilaku karyawan baru di dapur bervariasi,</p>

	<p>bersemangat untuk mencoba hal hal baru belajar hal baru mengikuti arahan dari kita. Ada beberapa karyawan yang memang sebelumnya sudah ada pengalaman di fnb ada juga yang mempunyai <i>background</i> masak atau ada juga kayak masih <i>fresh graduate</i> sehingga daya tangkap materi yang kita ajari berbeda beda.</p>	<p>dengan beberapa lebih bersemangat belajar hal baru, sementara yang lain mungkin memiliki pengalaman atau latar belakang masak yang mempengaruhi cara mereka menyerap materi yang diajarkan.</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Karyawan baru di bar umumnya belajar dengan melihat dan mencoba langsung. Mereka cenderung belajar lebih cepat Ketika diberikan kesempatan untuk mencicipi minuman atau mempraktikkan cara meracik minuman. Mereka juga sering bertanya soal bahan bahan yang digunakan, terutama karena minuman memiliki banyak detail yang harus dipahami. Selain itu juga tekanan didapur Ketika jam kerja dah pasti ada seperti Ketika jam operasional sedang</p>	<p>Karyawan baru di bar belajar lebih cepat dengan praktik langsung dan mencicipi minuman, sambil beradaptasi dengan tekanan kerja, terutama saat jam operasional yang ramai.</p>

	ramai jadi mereka perlu adaptasi juga dengan hal hal yang semacam itu.	
Informan 6 (Inisial I)	Karyawan baru biasanya menunjukkan semangat belajar yang tinggi saat pertama kali masuk. Adaptasi karyawan baru dalam memahami produk <i>knowledge</i> sangat bergantung pada sikap mereka. Mereka yang <i>proaktif</i> dalam bertanya dan mencari tau biasanya lebih cepat beradaptasi. Kalau mereka berinisiatif untuk belajar secara mandiri dan bertanya pada senior biasanya lebih cepat menguasai produk <i>knowledge</i> dan menunjukkan kinerja serta progress yang baik.	Karyawan baru yang <i>proaktif</i> bertanya dan belajar mandiri biasanya lebih cepat beradaptasi dan menguasai produk <i>knowledge</i> , serta menunjukkan kinerja yang baik.

Dari jawaban ke 6 informan diatas, perilaku karyawan baru dalam beradaptasi dan memahami product knowledge bervariasi, tetapi pada umumnya mereka menunjukkan antusiasme untuk belajar. Banyak yang merasa shock terhadap tekanan kerja terutama Ketika jam jam ramai Dimana pada jam tersebut dipaksa untuk tetap *professional* melayani *customer* dan juga belajar. Itu semua membutuhkan adaptasi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh lilik

sri wiyati (2023) yang mengatakan bahwa menjadi anggota baru dalam sebuah organisasi/perusahaan bukanlah hal yang mudah, dibutuhkan adanya orientasi agar mereka memiliki waktu untuk melakukan observasi terhadap lingkungannya (Sri Wiyati et al., 2023). Beliau juga menambahkan bahwa salah satu manfaat dari orientasi kerja adalah meningkatkan kemampuan karyawan untuk melakukan proses adaptasi, adaptasi yang baik dapat mempengaruhi tekanan dalam bekerja sehingga dapat mencegah timbulnya stress kerja (Sri Wiyati et al., 2023). Ketika karyawan baru mulai bekerja dengan *job desk* nya masing masing sambil didampingi senior supaya menunjukkan progress karyawan baru dalam memahami kerja disini. Sikap aktif mereka seperti mengikuti senior, aktif bertanya jika ada hal yang tidak tau, dapat membantu karyawan tersebut lebih cepat memahami *product knowledge*.

Kata kunci: “antusiasme, adaptasi, tekanan kerja.

Tabel 4. 12 Cara mengukur Tingkat pemahaman *Product knowledge* karyawan baru

Pertanyaan	Bagaimana cara mengukur Tingkat <i>Product knowledge</i> karyawan baru?	Kata kunci
Informan 1 (Inisial Y)	Cara mengukur Tingkat <i>Product knowledge</i> karyawan baru juga tuh bisa dilihat dari familiarnya nama makanan atau minuman yang dia hafal, nanti juga biasanya ada tes	Tingkat <i>Product knowledge</i> karyawan baru dapat diukur melalui penghafalan nama makanan/minuman, tes

	tertulis produk knowledge sama hrd untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan produk yang dia miliki itu juga menjadi salah satu parameter perkembangan dia bisa diperbolehkan <i>handle customer</i> atau belum	tertulis, dan evaluasi karyawan senior untuk menentukan kesiapan mereka <i>handle customer</i> .
Informan 2 (Inisial E)	Kalo cara mengukur Tingkat <i>Product knowledge</i> karyawan baru tuh kan ada <i>step by step</i> nya yah mulai dari karyawan baru yang masih awam sampai dengan diperbolehkan <i>taking order</i> . Biasanya baru diperbolehkan <i>taking order</i> kalo dia sudah memahami produk yang ada disini, kemudian nanti juga akan dikasih akses juga untuk menginput orderan ke dalam sebuah <i>system</i> . Tapi untuk melakukan itu bener bener samil diawasi untuk meminimalisir <i>complain customer</i>	Tingkat <i>Product knowledge</i> karyawan baru diukur melalui proses bertahap, dimulai dari pemahaman produk hingga diperbolehkan mengambil dan menginput orderan, dengan pengawasan untuk menghindari keluhan pelanggan.
Informan 3 (Inisial O)	Kami biasanya mengukur <i>Product knowledge</i> karyawan baru tuh melalui uji pengetahuan secara langsung. Ini	<i>Product knowledge</i> karyawan baru diukur melalui uji pengetahuan

	<p>bisa dilakukan secara tertulis atau sesi tanya jawab dimana mereka kemudian saya minta menjelaskan menu produk. Kalo dirasa sudah cukup mengenal produk bisa kita coba untuk <i>handle</i> customer sembari kita yang udah lama mendampingi. Kita bisa melihat apakah mereka bisa menjawab pertanyaan tamu dengan percaya diri dan memberikan informasi yang tepat. Ini jua menjadi Gambaran kita seberapa baik mereka menguasai <i>Product knowledge</i> dalam situasi sebenarnya.</p>	<p>tertulis atau tanya jawab, diikuti dengan pengamatan saat mereka <i>handle</i> pelanggan untuk menilai kemampuan menjawab pertanyaan dengan tepat dan percaya diri.</p>
<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalau didapur sini biasanya kita untuk mengukur Tingkat pemahaman karyawan baru itu dengan melihat konsistensi dia dalam menyiapkan makanan. Jika mereka bisa mengikuti resep dengan tepat dan memahami bahan bahan apa saja yang digunakan tanpa banyak bertanya bisa kita asumsikan dia sudah mulai paham.</p>	<p>Tingkat pemahaman karyawan baru di dapur diukur melalui konsistensi dalam menyiapkan makanan sesuai resep dan pemahaman bahan yang digunakan.</p>

<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Di bar, biasanya kami mengukur <i>Product knowledge</i> karyawan baru dengan praktek secara langsung. Karyawan baru diminta untuk membuat minuman atau menjelaskan berbagai jenis minuman kepada tamu. Selain itu, saya juga sering melakukan <i>role play</i> untuk melihat apakah mereka bisa menjelaskan perbedaan antara berbagai jenis minuman dan merekomendasikan <i>pairing</i> yang tepat.</p>	<p><i>Product knowledge</i> karyawan baru di bar diukur melalui praktek langsung membuat minuman, menjelaskan kepada tamu, dan <i>role play</i> untuk mengevaluasi kemampuan mereka dalam merekomendasikan <i>pairing</i> dan menjelaskan perbedaan jenis minuman.</p>
<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Kalo dari sisi manajemennya tuh mas kita biasanya tuh sebelum kita kontrak kerja disini kita adain masa percobaan 6 hari untuk dia mengenal lingkungan kerja dan juga memahami proses bisnisnya yang mana setelah itu ada juga yang namanya tes tertulis <i>Product knowledge</i>. Kalo diadakan tertulis itukan kita juga bisa melihat</p>	<p>Sebelum kontrak kerja, manajemen memberikan masa percobaan 6 hari dan tes tertulis <i>Product knowledge</i> untuk mengukur pemahaman karyawan baru tentang lingkungan kerja dan produk yang ada.</p>

	seberapa jauh perkembangan dia memahami produk kita disini.	
--	---	--

Dari jawaban keenam informan, terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mengukur pemahaman *product knowledge* karyawan baru. Salah satu metode yang umum adalah melalui observasi langsung, di mana kinerja karyawan diperhatikan saat berinteraksi dengan pelanggan. Jika karyawan dapat memberikan penjelasan produk dengan jelas dan percaya diri, itu menandakan pemahaman yang baik. Selain itu, simulasi atau *role-play* juga menjadi metode penting untuk menilai kemampuan karyawan dalam situasi pelayanan pelanggan yang beragam. Hal ini juga didukung oleh Einstein (2020) bahwa simulasi dan *role playing* menjadi metode penting untuk menilai kemampuan karyawan saat menghadapi kondisi tertentu dalam bekerja. Dengan metode tersebut memungkinkan para karyawan baru mendapatkan pengalaman berbagai peran dalam situasi tertentu yang mencerminkan sebuah tim (Pratama, 2018).

Kata kunci: “pemahaman produk, observasi langsung, *roleplay*”

Tabel 4. 13 tahapan karyawan baru dalam memahami produk *knowledge*

Pertanyaan	Bagaimana tahapan karyawan baru dalam memahami <i>Product knowledge</i> ?	Kata kunci
------------	---	------------

<p>Informan 1 (Inisial Y)</p>	<p>Kalo tahapan karyawan baru dalam memahami produk disini kan ada <i>step by stepnya</i> yah itu juga gak 1 hari 2 hari bisa tapi yah ada kayak masa <i>training</i>, ada masa percobaan 3 bulan dll. Nah di waktu waktu itu karyawan baru belajar produk kita, yang sudah lama disini ngajarin apa saja yang harus dilakukan seperti pas mengantarkan makanan minuman semakin sering melakukan itu dan terbiasa mengantarkan mungkin akan lebih cepat orang tersebut menghafal produk produk kita di samping juga belajar dari buku menu.</p>	<p>Tahapan pemahaman produk oleh karyawan baru melibatkan masa <i>training</i>, percobaan 3 bulan, dan pembelajaran langsung dari rekan kerja, yang membantu mereka menghafal produk dan memahami prosedur melalui pengalaman dan buku menu.</p>
<p>Informan 2 (Inisial E)</p>	<p>Ada <i>step by step</i> diawal kita ngarahin karyawan baru dalam memahami cara kerja timnya termasuk nanti kemudian belajar produk. Kita ada buku menu disitu komplit ada produk kita, tapi sebelum ke <i>Product knowledge</i> kita kasih tau SOP nya gimana, nanti kalo sudah beberapa hari sudah mulai</p>	<p>Karyawan baru diarahkan langkah demi langkah untuk memahami SOP dan cara kerja tim, lalu secara bertahap belajar produk melalui buku menu setelah mereka</p>

	<p>adaptasi dengan lingkungan kerja mungkin baru bisa sambil belajar buku menu mengenal produk. Tapi yang pasti tidak langsung kita lepas untuk <i>handle customer</i> di tahap awal.</p>	<p>beradaptasi, sebelum akhirnya diperbolehkan menangani pelanggan.</p>
<p>Informan 3 (Inisial O)</p>	<p>Tahap pertama adalah pengenalan dasar ini meliputi seperti bagaimana kerja sama tim, belanja buku menu pengenalan jenis makanan minuman. Karyawan baru diperkenalkan dengan seluruh menu dan produk utama restoran. Mereka diberi materi tentang bahan, cara penyajian dan konsep umum restoran. Kemudian selanjutnya adalah melihat langsung bagaimana produk disajikan dan bagaimana <i>waiters</i> ataupun bartender menjelaskan produk kepada tamu. Setelah itu, karyawan masuk ke tahap praktik. Dimana, mereka harus mulai menyajikan makanan ke customer sesuai SOP yang telah diajarkan.</p>	<p>Tahap pertama pengenalan bagi karyawan baru meliputi pembelajaran tentang kerja sama tim, buku menu, bahan, penyajian, dan praktik langsung menyajikan makanan sesuai SOP.</p>

<p>Informan 4 (Inisial R)</p>	<p>Kalo karyawan dapur sini, pertama yang harus dilakukan ialah menghafal resep dan bahan makanan yang digunakan di setiap hidangan. Setelah itu, mereka diajak untuk mendampingi chef atau yang senior disini dalam proses memasak. Sehingga mereka dapat melihat langsung bagaimana Teknik memasak diterapkan. Tahap selanjutnya biasanya adalah praktek langsung. Dimana mereka mulai menyiapkan hidangan sendiri dibawah pengawasan.</p>	<p>Karyawan dapur mulai dengan menghafal resep dan bahan, kemudian mendampingi chef senior untuk melihat teknik memasak, dan akhirnya mempraktikkan langsung di bawah pengawasan.</p>
<p>Informan 5 (Inisial I)</p>	<p>Kalau di bar, yang pertama adalah mengenal bahan bahan dan alat yang digunakan.karyawan baru harus tahu tentang berbagai jenis minuman dan bahan bakunya. Setelah itu, mereka belajar meracik minuman sederhana dibawah bartender senior. Selanjutnya adalah Latihan praktek langsung Dimana mereka diminta menjelaskan berbagai minuman kepada tamu.</p>	<p>Karyawan bar mulai dengan mengenal bahan dan alat, belajar meracik minuman sederhana di bawah pengawasan bartender senior, lalu berlatih menjelaskan berbagai minuman kepada tamu.</p>

<p>Informan 6 (Inisial I)</p>	<p>Tahapan yang pertama adalah pengenalan secara teori mulai dari produk produk hingga ke SOP. Selanjutnya mereka masuk ke tahap praktek Dimana mereka bekerja secara langsung dilapangan dengan bimbingan yang senior. Ini dianggap <i>efektif</i> untuk melatih karyawan baru dalam memahami <i>Product knowledge</i>. Kemudian secara bertahap kita evaluasi kita lihat perkembangannya gimana progresnya seperti apa berdiskusi dengan karyawan senior. Untuk melihat apakah karyawan tersebut sudah mulai memahami <i>Product knowledge</i> dengan baik apa belum Ketika melayani pelanggan.</p>	<p>Tahapan pelatihan karyawan baru dimulai dengan pengenalan teori tentang produk dan SOP, dilanjutkan dengan praktik langsung di lapangan, diikuti evaluasi bertahap untuk menilai pemahaman <i>Product knowledge</i> mereka.</p>
-----------------------------------	---	--

Dari jawaban keenam informan, tahapan karyawan baru dalam memahami *product knowledge* mengikuti pola yang relatif konsisten. Tahap pertama adalah pelatihan teori atau pengenalan dasar tentang produk, seperti mempelajari menu, bahan, teknik memasak, atau alat yang digunakan. Ini menjadi pondasi awal bagi karyawan baru untuk memahami informasi inti yang dibutuhkan. Tahap berikutnya

adalah pendampingan atau observasi dengan karyawan senior, di mana karyawan baru melihat secara langsung bagaimana produk dijelaskan kepada pelanggan dan bagaimana standar operasional diterapkan. Tahap terakhir adalah praktek langsung, di mana karyawan baru mulai melayani pelanggan atau menyiapkan produk secara mandiri, tetapi masih dalam pengawasan senior untuk memastikan mereka dapat menerapkan *product knowledge* dengan benar. Evaluasi oleh supervisor atau feedback dari senior juga berperan penting di tahap ini untuk memastikan karyawan memahami dan dapat menerapkan *product knowledge* secara konsisten dalam pekerjaan sehari-hari. Dengan mengikuti serangkaian metode pelatihan tersebut akan memberikan dampak positif pada kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh wahyuningsih (2019) yang mengatakan bahwa pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja. Hal ini berarti bahwa semakin baik pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan maka produktivitas kerja akan semakin meningkat (Wahyuningsih, 2019)

Kata kunci: “pendampingan senior, observasi, praktek langsung, evaluasi”

4.2.2.1 Peran *Product knowledge* bagi karyawan mediterranea Yogyakarta.

Product knowledge atau pengetahuan produk adalah kemampuan karyawan untuk memahami secara mendalam informasi tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan, termasuk fitur, manfaat, keunikan, dan penggunaannya. Menurut Kotler dan Keller (2016), *product knowledge* merupakan elemen penting dalam pemasaran karena memungkinkan penyedia layanan memberikan informasi yang relevan kepada pelanggan, sehingga membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan. *Product knowledge* menjadi landasan utama dalam memberikan

pelayanan berkualitas. Menurut (Parasuraman et al., 1998)), kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, yang salah satunya didukung oleh pemahaman mendalam terhadap produk yang ditawarkan. Ketika karyawan memiliki pengetahuan produk yang baik, mereka mampu memberikan informasi yang akurat, menjawab pertanyaan pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang relevan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil wawancara dengan informan (chef, barista, waiter, HR, dan manajer) menunjukkan bahwa *product knowledge* dipandang sebagai aspek yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan. Berikut adalah beberapa temuan utama berdasarkan wawancara:

A. Chef: Pengetahuan tentang Resep dan Proses Penyajian

Chef menekankan pentingnya memahami resep, bahan baku, dan teknik memasak. Menurutnya, kemampuan untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas makanan sangat bergantung pada seberapa baik seorang karyawan memahami produk yang dibuat. Selain itu, pengetahuan ini juga berperan dalam memberikan pengalaman kuliner yang positif kepada pelanggan, yang mendorong mereka untuk kembali. Konsistensi dalam penyajian makanan menjadi bukti penerapan *product knowledge* yang baik, sebagaimana disebutkan oleh (Parasuraman *et al.*, 1998) tentang memenuhi ekspektasi pelanggan.

B. Barista: Pemahaman tentang Minuman dan *Pairing*

Barista menjelaskan bahwa mereka harus memahami berbagai jenis minuman, bahan baku, dan teknik pembuatan, serta mampu menjelaskan

kepada pelanggan dengan percaya diri. Pengetahuan tentang pairing makanan dan minuman juga dianggap penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung upselling. Pengetahuan detail tentang produk mendukung strategi yang efektif .

C. Waiters

menyatakan bahwa *product knowledge* memungkinkan mereka memberikan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Mereka juga mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan meyakinkan, yang meningkatkan kenyamanan pelanggan selama makan di restoran.

D. HR: Pengembangan dan Evaluasi *Product Knowledge*

HR melihat *product knowledge* sebagai salah satu kompetensi utama yang harus dimiliki karyawan baru. Oleh karena itu, pelatihan dan evaluasi rutin dilakukan untuk memastikan karyawan memahami produk dengan baik sebelum diberi tanggung jawab langsung untuk melayani pelanggan.

E. Manajer: Strategi dan Implementasi *Product Knowledge*

Manajer menekankan bahwa *product knowledge* bukan hanya tentang pemahaman teknis, tetapi juga bagaimana karyawan dapat menyampaikan informasi tersebut dengan cara yang menarik dan relevan bagi pelanggan. Selain itu, manajer juga mengatur strategi pelatihan bertahap untuk membantu karyawan baru memahami produk dan SOP restoran secara menyeluruh.

Dari definisi teoritis dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa *product knowledge* merupakan pondasi penting dalam memberikan pelayanan berkualitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Mediterranea Restaurant. Semua informan sepakat bahwa pemahaman produk yang mendalam tidak hanya mempengaruhi pengalaman pelanggan, tetapi juga mendukung tujuan bisnis restoran, seperti peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

4.2.2.2 Proses Pelatihan Karyawan Baru dan metode evaluasi

A. Pengenalan Awal

Tahap pertama pelatihan karyawan baru adalah pengenalan dasar tentang lingkungan kerja, SOP, dan budaya kerja tim. Pada tahap ini, karyawan diperkenalkan pada hal-hal berikut:

a. SOP Restoran

Karyawan baru mempelajari tata cara kerja yang berlaku, seperti alur komunikasi antar-departemen (dapur, bar, dan waiter), standar kebersihan, dan prosedur penanganan tamu.

b. Pengenalan Struktur Organisasi

Karyawan dikenalkan kepada tim dan peran masing-masing, termasuk siapa yang bertanggung jawab dalam setiap bagian kerja.

Hasil Wawancara Manajer dan HR menyebutkan bahwa pengenalan SOP adalah prioritas utama untuk memastikan karyawan baru memahami alur kerja

sebelum mempelajari detail produk. HR juga menekankan pentingnya adaptasi dengan budaya kerja agar karyawan baru dapat bekerja selaras dengan tim.

B. Pengenalan Produk dan Menu

Setelah pengenalan SOP, karyawan mulai belajar tentang menu dan produk yang ditawarkan restoran. Proses ini meliputi:

a. Penggunaan Buku Menu

Karyawan diminta untuk mempelajari daftar menu secara mandiri dengan bimbingan dari senior. Buku menu berisi informasi lengkap tentang jenis makanan, bahan baku, metode memasak, hingga pairing makanan dan minuman.

b. Observasi Langsung

Karyawan baru diajak mengamati bagaimana produk disiapkan dan disajikan. Contohnya, barista belajar tentang bahan baku minuman, sedangkan chef junior mendampingi senior dalam proses memasak.

c. Diskusi dan Tanya Jawab

Karyawan didorong untuk aktif bertanya tentang menu yang belum dipahami.

Hasil Wawancara Chef dan barista menjelaskan bahwa pemahaman menu dilakukan secara bertahap, mulai dari pengenalan bahan baku hingga praktek langsung. Waiters menyebutkan bahwa mereka membantu karyawan baru menghafal nama-nama produk dengan sering melibatkan mereka dalam proses penyajian makanan atau minuman.

C. Praktek Langsung

Tahap berikutnya adalah memberikan pengalaman langsung kepada karyawan baru melalui simulasi dan pekerjaan lapangan. Pada pelaksanaannya ada beberapa cara yang dapat dilakukan diantaranya: (1) Simulasi dan *Role Play*: Karyawan diminta mempraktikkan skenario pelayanan, seperti menjelaskan menu kepada tamu atau meracik minuman sederhana. (2) Pendampingan Senior: Selama masa praktek, karyawan baru selalu didampingi oleh senior untuk memastikan standar pelayanan tetap terjaga. (3) Tugas Bertahap: Karyawan baru diberikan tugas yang sederhana terlebih dahulu, seperti mengantarkan makanan atau membersihkan meja, sebelum dipercaya untuk langsung menangani pelanggan.

Hasil Wawancara Barista dan waiter menyebutkan bahwa praktek langsung adalah metode pelatihan yang efektif. Dengan melakukan tugas di lapangan, karyawan baru lebih cepat memahami produk dan alur kerja. Chef juga menambahkan bahwa karyawan dapur diajak langsung membantu menyiapkan makanan untuk memahami proses produksi.

Proses pelatihan karyawan baru diakhiri dengan evaluasi untuk menilai sejauh mana mereka memahami SOP, produk, dan keterampilan yang dibutuhkan. Metode evaluasi yang digunakan meliputi:

a. Uji Pengetahuan Tertulis

HR menjelaskan bahwa uji tertulis sering digunakan untuk mengukur pengetahuan dasar karyawan tentang menu dan SOP. Tes ini biasanya

mencakup pertanyaan tentang nama nama makanan, bahan baku, cara memasak, dan pairing makanan.

Tujuan uji tertulis adalah memastikan bahwa karyawan memahami informasi produk sebelum mereka diberi tanggung jawab langsung terhadap pelanggan.

b. Observasi Lapangan

Karyawan baru dinilai berdasarkan kemampuan mereka dalam melayani tamu. Manajer dan senior memperhatikan bagaimana karyawan baru menjawab pertanyaan tamu, memberikan rekomendasi menu, dan mengikuti SOP dalam melayani pelanggan.

Observasi ini dilakukan secara langsung selama karyawan baru mulai berinteraksi dengan tamu, tetapi tetap dalam pengawasan senior untuk meminimalkan kesalahan.

c. Feedback dan Diskusi

Setelah observasi, manajer atau senior memberikan *feedback* kepada karyawan baru. Diskusi ini berfokus pada area yang perlu diperbaiki, seperti cara berbicara dengan tamu, kecepatan pelayanan, atau kemampuan menghafal menu.

Hasil Wawancara Manajer dan HR menegaskan pentingnya evaluasi secara bertahap untuk memastikan bahwa karyawan baru siap menghadapi pelanggan. Waiters dan barista menyebutkan bahwa feedback dari senior membantu karyawan baru memperbaiki kesalahan dan meningkatkan kepercayaan diri mereka.

4.2.2.3 Peran *Product Knowledge* dalam meningkatkan kualitas pelayanan

A. Penguasaan Pengetahuan produk meningkatkan kepercayaan diri

Penguasaan *product knowledge* menjadi fondasi utama bagi karyawan dalam menjalankan tugas mereka, khususnya dalam melayani tamu. Karyawan yang memahami produk dengan baik cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi saat menjelaskan menu, menjawab pertanyaan pelanggan, atau memberikan rekomendasi. Hasil wawancara dengan *waiters* menyebutkan bahwa *product knowledge* memungkinkan mereka untuk memberikan rekomendasi pairing makanan dan minuman yang tepat, yang membantu tamu merasa yakin dengan pilihan mereka. Hal ini meningkatkan kepuasan tamu, karena mereka merasa dilayani oleh seseorang yang kompeten. Hal ini dipertegas oleh pernyataan manajer dalam wawancaranya yang menyebutkan bahwa penguasaan produk membuat karyawan lebih percaya diri dalam mengambil inisiatif, seperti menawarkan menu special atau melakukan *upselling*.

B. Kemampuan menjelaskan secara profesional

Karyawan yang memahami detail produk dapat memberikan informasi yang akurat dan menarik kepada pelanggan. Mereka mampu menjelaskan bahan, proses memasak, hingga nilai atau keistimewaan dari menu yang ditawarkan. Kemampuan ini tidak hanya meningkatkan pelayanan tetapi juga memberikan edukasi kepada pelanggan, yang menjadi nilai tambah dalam pengalaman mereka. *Waiter* mengungkapkan bahwa tamu sering mengandalkan rekomendasi mereka. Ketika mereka mampu memberikan

saran yang tepat, tamu lebih percaya untuk memesan menu yang ditawarkan, yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan. Penguasaan *product knowledge* oleh karyawan memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Karyawan yang percaya diri dan mampu menjelaskan produk secara profesional tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat citra restoran sebagai tempat makan yang berkualitas. Dengan pengetahuan produk yang baik, karyawan dapat memberikan pelayanan yang proaktif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, sekaligus membuka peluang untuk meningkatkan penjualan.

4.2.2.4 pengaruh pemahaman produk terhadap pengalaman positif pelanggan.

A. Pemahaman produk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan tamu

Karyawan yang memahami produk dengan baik menciptakan kesan bahwa mereka kompeten dan dapat dipercaya. Ketika tamu mendapatkan penjelasan yang jelas dan detail tentang menu, mereka merasa lebih yakin dengan pilihan mereka. Kepercayaan ini berkontribusi pada pengalaman makan yang positif, yang mendorong tamu untuk kembali atau memberikan ulasan baik. Waiter menyebutkan bahwa tamu sering mengandalkan mereka untuk memberikan rekomendasi makanan atau pairing minuman. Ketika rekomendasi tersebut tepat dan sesuai ekspektasi tamu, mereka merasa puas dan lebih mungkin untuk datang kembali.

B. Pelayanan informatif menciptakan pengalaman yang berkesan

Karyawan yang mampu memberikan informasi menarik tentang menu, seperti bahan, metode memasak, atau cerita di balik hidangan, menciptakan pengalaman yang berkesan. Informasi ini tidak hanya membuat pelanggan menikmati makanannya, tetapi juga memberikan nilai tambah yang unik dalam pelayanan. Chef menyoroti bahwa *waiters* yang memahami bahan dan teknik masak dapat menjelaskan keistimewaan menu spesial. Ini membuat tamu merasa menu tersebut eksklusif dan istimewa, yang meningkatkan kepuasan mereka. Manajer juga menyebutkan bahwa pengalaman berkesan seperti ini sering kali mendorong tamu untuk meninggalkan ulasan positif atau merekomendasikan restoran kepada orang lain.

C. Kepercayaan diri karyawan meningkatkan interaksi positif

Karyawan yang percaya diri dalam menjelaskan menu mampu berinteraksi dengan tamu secara lebih profesional dan ramah. Hal ini menciptakan suasana nyaman dan hangat bagi tamu, yang menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. HR menekankan bahwa karyawan yang memahami produk lebih percaya diri dalam melayani tamu, sehingga dapat memberikan kesan pertama yang baik. Kesan ini sering kali menentukan apakah tamu akan kembali atau tidak.

Pemahaman produk yang baik oleh karyawan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif melalui pelayanan yang informatif, personal, dan berkesan. Hal ini meningkatkan kepercayaan tamu terhadap kualitas restoran dan mendorong

mereka untuk kembali atau memberikan ulasan positif. Hal ini selaras dengan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang melakukan observasi di lokasi penelitian Mediterranean Restaurant Yogyakarta. Peneliti menambahkan, kepuasan pelanggan tidak selalu hanya dapat diukur secara langsung dari pelanggan, melainkan juga dapat dilihat melalui respons dan interaksi pelanggan terhadap pelayan (waiters) yang melayani mereka. Beberapa indikator diantaranya terkait kepuasan pelanggan yang tercermin dari sudut pandang pelayan adalah sebagai berikut:

A. Keluhan Terhadap Ketidaktahuan Waiters

Ketika seorang pelayan tidak memahami dengan baik produk yang ditawarkan oleh restoran, seperti menu, bahan, atau cara penyajian, pelanggan seringkali menunjukkan ketidakpuasannya dengan mengajukan keluhan kepada manajemen. Ketika pelanggan mendapati waiters yang kurang faham tentang produknya, pelanggan merasa kurang nyaman terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, menurut teori model disconfirmation ini disebut dengan Negative Confirmation dimana Ketika kinerja *actual* tidak memenuhi harapan pelanggan. Contohnya, Seseorang ketika ingin berkunjung ke sebuah tempat terkadang mencari terlebih dahulu di internet informasi tentang lokasi tersebut. Ketika review di internet akan lokasi tersebut bagus, kemudian muncullah expectation dari pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang bagus seperti apa yang dia lihat di internet. Akan tetapi, sesampainya di lokasi justru tidak

mendapatkan apa yang dia harapkan seperti pelayanan yang kurang ramah, pelayanan tidak sesuai yang diharapkan maka akan muncul negative disconfirmation dari pelanggan. Begitu pula sebaliknya, ketika mendapatkan pelayanan sesuai apa yang diharapkan seperti pelayanan yang ramah, pelayannya menguasai buku menu, maka yang muncul adalah positive disconfirmation yaitu Ketika kinerja aktual layanan atau produk melampaui harapan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa tingkat product knowledge pelayan secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, sehingga dapat menjadi indikator awal ketidakpuasan pelanggan.

B. Permintaan Pelanggan untuk Dilayani oleh Pelayan Tertentu

Sebaliknya, ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh seorang pelayan tertentu, mereka cenderung mengingat dan secara khusus meminta untuk kembali dilayani oleh orang yang sama di kunjungan berikutnya, dia minta dilayani lagi oleh waiters yg dulu pernah memberi layanan yang memuaskan. Ini menjadi salah satu fenomena dimana ketika seorang customer merasa puas dengan pelayanan seorang pelayan

C. Pujian dan Pemberian Tip sebagai Tanda Kepuasan Langsung

Bentuk lain dari kepuasan pelanggan adalah pemberian tip atau pujian secara langsung kepada pelayan. Meskipun bukan data formal, tindakan ini merupakan ekspresi nyata dan tulus dari pelanggan yang merasa sangat puas terhadap pelayanan yang mereka terima. Pelayan yang sering mendapat

pujian atau tip dari pelanggan dapat dianggap sebagai indikator bahwa pelayanan yang diberikan telah melampaui ekspektasi pelanggan.

D. Review Positif di Platform Digital

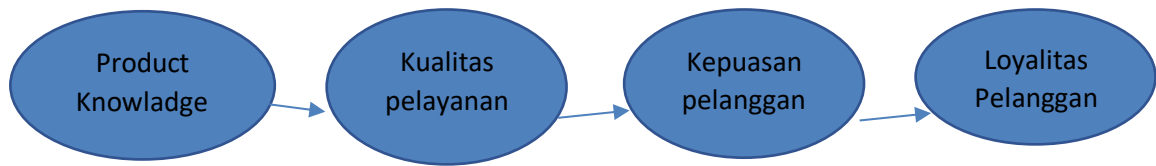
Dalam era digital seperti sekarang, indikator lain yang semakin relevan adalah ulasan atau review pelanggan di platform daring, seperti Google Review, TripAdvisor, atau media sosial. Uniknya, beberapa pelanggan yang merasa puas tidak hanya menuliskan pengalaman mereka secara umum, tetapi juga menyebutkan nama pelayan yang melayani mereka dengan baik. Dalam banyak kasus, review positif yang disertai dengan pujian terhadap pelayan menunjukkan bahwa pelayan tidak hanya sebagai penyampai layanan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman merek (brand experience) yang dinilai dan diapresiasi oleh pelanggan. Oleh karena itu, pelayan menjadi bagian penting dari citra dan reputasi restoran di mata publik. Ini menjadi bentuk data tidak langsung tapi autentik yang mencerminkan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat dilihat dan diukur dari perspektif pelayan melalui berbagai bentuk interaksi dan respons pelanggan. Baik itu melalui keluhan, permintaan khusus, pemberian tip, pujian langsung, atau review online, semua itu dapat menjadi indikator bahwa pelayanan yang diberikan telah membentuk pengalaman positif atau negatif bagi pelanggan. Oleh karena itu, pelayan tidak hanya sebagai pelaksana tugas, tetapi juga sebagai representasi kualitas layanan restoran yang mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan pengalaman positif yang konsisten, restoran tidak hanya

memperkuat loyalitas pelanggan tetapi juga membangun reputasi yang baik di pasar. Penguasaan produk knowledge yang dimiliki karyawan menjadi faktor kunci yang dapat mempengaruhi siklus pengalaman pelanggan:

- a. **Penguasaan produk** memberikan dasar untuk pelayanan yang baik
- b. **Pelayanan berkualitas** meningkatkan kepuasan pelanggan melalui informasi yang jelas, personalisasi dan interaksi yang percaya diri.
- c. **Kepuasan pelanggan** menciptakan pengalaman yang berkesan dan juga mendorong tamu untuk datang kembali di kemudian hari dan memberikan ulasan yang positif
- d. **Loyalitas pelanggan** yang terbentuk memperkuat keberlanjutan bisnis dan reputasi restoran di pasar.

Dengan demikian terjawab sudah rumusan masalah penelitian ini “**bagaimana peran *product knowledge* karyawan dan peranya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di mediterranea restaurant Yogyakarta?**” bahwasanya penguasaan produk (*Product knowledge*) memiliki andil dan merupakan pondasi penting bagi karyawan dalam memberikan pelayanan berkualitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Mediterranea Restaurant. tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan akan tetapi juga berkontribusi langsung pada kesuksesan jangka Panjang restoran. Sehingga terbentuklah hubungan kausalitas sebagai berikut



Gambar 4. 2 Hubungan kausalitas

4.2.3 Ringkasan Temuan Penelitian

- A. Produk knowledge merupakan komponen penting yang harus dimiliki oleh seorang karyawan di restoran. Pengetahuan yang mendalam tentang menu dapat memberikan informasi yang mendalam bagi customer dalam menentukan pembelian. Tidak hanya itu, penguasaan buku menu atau pengetahuan produk juga dapat meminimalisir terjadinya komplain customer. Dengan begitu, akan menciptakan sebuah kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian produk/makan di restoran tersebut.
- B. Penguasaan product knowledge oleh karyawan memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Karyawan yang percaya diri dan mampu menjelaskan produk secara profesional tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat citra restoran sebagai tempat makan yang berkualitas. Dengan pengetahuan produk yang baik, karyawan dapat memberikan pelayanan yang proaktif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, sekaligus membuka peluang untuk meningkatkan penjualan.
- C. Pelatihan karyawan memegang peran penting dalam melatih karyawan cepat atau lambatnya karyawan tersebut memahami jobdesk dan juga penguasaan produk. Penelitian ini membuktikan dengan melibatkan karyawan baru dalam proses pelaksanaannya akan mempercepat karyawan memahami jobdesk dan juga produk.
- D. Proses pelatihan karyawan baru di Mediterranean Restaurant dilakukan secara bertahap, mulai dari pengenalan SOP dan produk hingga praktek langsung di bawah pengawasan senior. Metode evaluasi seperti uji tertulis dan observasi lapangan membantu manajemen menilai kemampuan karyawan baru dalam memahami produk dan memberikan pelayanan. Pendekatan ini memastikan karyawan tidak hanya menguasai pengetahuan produk, tetapi juga mampu menyampaikannya dengan baik kepada pelanggan.

- E. Pelatihan yang efektif untuk karyawan ada 2 yaitu pelatihan On the Job Training dan Off the Job Training, penerapan On the Job Training dalam melatih karyawan yaitu dengan memberikan tugas dan tanggung jawab sambil praktik langsung dapat membantu karyawan cepat memahami tugas dan tanggung jawabnya. Pelatihan Off the Job Training juga dapat membantu karyawan tersebut mempelajari apa yang sudah dipraktikkan dan memperdalam pengetahuan melalui sebuah teori seperti pembelajaran buku menu, pembelajaran sop, test produk knowledge dan pembelajaran Bahasa asing.
- F. Penelitian ini membuktikan bahwa produk knowledge seorang karyawan memiliki peran krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pemahaman produk yang baik dapat karyawan menunjukkan kinerja yang lebih efektif, baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang responsif dan juga memiliki knowledge dalam menangani keluhan pelanggan (kinerja karyawan). kinerja karyawan dapat berkontribusi pada kualitas pelayanan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Penguasaan *product knowledge* yang dimiliki karyawan menjadi faktor kunci yang dapat mempengaruhi siklus pengalaman pelanggan dimana **Penguasaan produk** memberikan dasar untuk pelayanan yang baik, **Pelayanan berkualitas** meningkatkan kepuasan pelanggan, **Kepuasan pelanggan** menciptakan pengalaman yang berkesan dan juga mendorong tamu untuk datang kembali di kemudian hari dan memberikan ulasan yang positif, **Loyalitas pelanggan** yang terbentuk memperkuat keberlanjutan bisnis dan reputasi restoran di pasar. Hal ini menjawab rumusan masalah diawal “**bagaimana peran *product knowledge* karyawan dan peranya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di mediterranea restaurant Yogyakarta?**” bahwasanya penguasaan produk (*Product knowledge*) memiliki andil dan merupakan pondasi penting bagi karyawan dalam memberikan pelayanan berkualitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Mediterranea Restaurant. tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan akan tetapi juga berkontribusi langsung pada kesuksesan jangka Panjang restoran

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pentingnya product knowledge bagi karyawan restoran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan studi kasus di Mediterranea Restaurant Yogyakarta adalah sebagai berikut: Bagi manajemen restoran:

1. Bagi Manajemen Restoran
 - a. Manajemen restoran disarankan untuk mengadakan pelatihan product knowledge secara berkala agar karyawan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai menu dan layanan yang ditawarkan.
 - b. Penyusunan panduan produk yang lengkap dan mudah diakses oleh karyawan dapat membantu dalam mempercepat pemahaman dan penerapan product knowledge.
 - c. Evaluasi kinerja karyawan berdasarkan pemahaman mereka terhadap produk restoran dapat menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas pelatihan yang diberikan.

2. Bagi karyawan
 - a. Karyawan perlu meningkatkan inisiatif dalam memahami menu dan layanan restoran agar dapat memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan.
 - b. Karyawan perlu mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik agar product knowledge yang dimiliki dapat disampaikan dengan jelas dan efektif kepada pelanggan.

- c. Karyawan perlu menggunakan pengalaman pelanggan sebagai bahan pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman mengenai preferensi pelanggan dan cara terbaik dalam memberikan pelayanan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan pendekatan yang lebih luas, seperti membandingkan penerapan product knowledge di beberapa restoran berbeda untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif.

Dengan adanya saran-saran ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengelola restoran, karyawan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen restoran dan pelayanan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. A. K. K. A. (2022). Penerapan SOP (Standard Operating Procedure) Butler di Villa Massilia. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dana Bisnis*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/paris.v1i1.3>
- Amin, N. Fadillah, Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.
- Andayani, N. R., & Makian, P. (2016). Pengaruh pelatihan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian PT. PCI Elektronik international. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 4, 41–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaemb.v4i1.83>
- Ansani, & H. Muhammad Samsir. (2022). Teori Pemodelan Bandura. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(7), 3067–3080. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i7.692>
- A Sulistyawati, N. Made, & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran industri ubud gianyar. *E Journal Manajemen Unud*, 4.
- Baba, M. (2017). *Analisis data penelitian kualitatif*. Penerbit Aksara Timur : Makassar.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga.
- Earlike, F. (2016). PENTINGNYA PERANAN SKILL DAN MENU KNOWLEDGE WAITER/WAITRESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI FOOD AND BEVERAGE SERVICE DEPARTMENT. *Atalina, Tutut Mega Mukti*, 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jpp.v1i1.373>
- Endayani, F., Hamid, D., & Djudi Mochamad. (2015). PENGARUH PELATIHAN KERJA TERHADAP KEMAMPUAN KERJA DAN KINERJA KARYAWAN (Studi kasus PT. BPRS Bumi rinjani Kepanjen). Academia. edu.
- Engel, B., & Blackwell, R. D. (1995). Perilaku konsumen. *Miniard*.
- Fasihuddin, Didin, & Firmansyah, A. (2019). PEMASARAN JASA (Strategi Mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan) (H. Rahmadhani & A. D. Nabila, Eds.). Grup penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Fatimah, E. N. (2015). *Strategi pintar menyusun SOP*. Pustaka Baru Press.

- Gofur, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* , 4, 37–44.
- Handayani, S. Wahyuningsih, Manafe, L. A., & Muslikhun. (2023). *Peranan Waitress dalam menjaga kepuasan pelanggan tamu di alamanda resto sofia hotel*. 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/ef.v5i2.759>
- Harahap, N. (2020). *BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DR. NURSAPIA HARAHAP, M.HUM (3)*. 1–199.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Fauser, S. (2017). Hospitality Revenue Management and Pricing Strategies . *International Journal Of Hospitality Management*, 56–64.
- Hasibuan, M. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR INDIHOME GEGERKALONG DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1479>
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber daya manusia (Teori & praktik)* . PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, & Roharto, T. (2017). PENGARUH KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3), LINGKUNGAN KERJA, DAN PELATIHAN KERJA PADA PT PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) JAKARTA (Studi kasus pada proyek pengerukan pembangunan TPK Kalibaru. *Jurnal SWOT, VII*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/swot.v7i1.5452>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip prinsip pemasaran (Edisi 12)*. Erlangga.
- Kotler, p, & Keller, K. L. . (2008). *Marketing manajemen (13th editions)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Gestion de Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson Education.
- Kurniasari, R., Oktiani, N., & Ramadhanti, G. (2018). PELATIHAN KERJA DALAM USAHA MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN BARU PADA PT KUSUMA MITRA SELARAS JAKARTA. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen* , 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4140>

- Kusumastuti, A. & M. A. (2019). *Metode penelitian Kualitatif* (F. Annisya & Sukarno, Eds.). LEMBAGA PENDIDIKAN SUKARNO PRESS (LPSP).
- Lawalu, E. M. (2019). Pentingnya kualitas pelayanan seorang waiters dalam meningkatkan kepuasan tamu restoran hotel grand mentari banjarmasin. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 1.
- Mangkunegara, A. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rosda.
- Martini, Anwar, R. S., & Masshitah, S. (2022). Analisis Decision Tree untuk menentukan jadwal kerja karyawan restoran pada hari libur. *Jurnal Petisi*, 3.
- Maulana, A. S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT.POI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul* .
- Nugroho, A. R. A., & Setyawan, A. A. (2015). *ANALISIS PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE, SIKAP PADA PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ZANDILAC (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)* [Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/37085>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dan harga kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal Of Retailing*.
- Pengetahuan (Knowledge)* . (2020, June 15). Online.Binus.Ac.Id.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (Ninth Edition). McGraw-Hill.
- Pratama, R. A. (2018). PENGARUH METODE PELATIHAN DAN MATERI PELATIHAN TERHADAP KEMAMPUAN KERJA KINERJA KARYAWAN . *Skripsi*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162144>
- Rahmawati, A. N., & Susilowati, L. (2021). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN . *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2.

- Rasyid, G. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 7. <https://doi.org/10.62383>
- Resmara, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention dengan Greenpeace Sebagai Moderating Variabel Pada Produk the Body Soap di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Robbins, S. P. , & Coulter, M. (2016). *Management* (13 th Edition).
- Saragih, L., Muhammad, L. F., Korosando, F., Nur Komariah, S., Mutiasari, A. I., Andayani, S. U., Nurchayati, Herdiansyah, R., Amruddin, & Hartono, R. (2023). *KONSEP DASAR MANAJEMEN PEMASARAN* (P. T. Cahyono, Ed.). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1.
- Saviera, A. Z. E., Sutapa, I. K., & Dewi, D. M. P. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada restoran BBCO di hotel JW MARRIOTT bangkok . *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.51713/jotis.v3i1.96>
- Sri Wiyati, L., Prabawati Tirta Dharma, Y., Lina Dwi Nursanti, A., Hartono, M., & Santoso, B. (2023). HUBUNGAN PELAKSANAAN ORIENTASI KERJA DENGAN KEMAMPUAN ADAPTASI KARYAWAN BARU. *KOSALA : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 11(1), 65–74. <https://doi.org/10.37831/kjik.v11i1.271>
- Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian*. repository.radenfatah,ac,id.
- Suparyadi. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Andi Offset.
- Swasto, B. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). UB Press.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Penerbit Andi.
- Wahyuningsih, S. (2019). PENGARUH PELATIHAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KINERJA KARYAWAN . *Jurnal Warta Edisi*, 13.

- Winarta, R. C., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh kualitas layanan rumah makan bromo asri terhadap kepuasan . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1.
- Zakaria, D. G. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*.
- Zakariah, A., Afriani, V., & Zakariah, M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (RnD)*. Yayasan Pondok pesantren Al-Mawaddah Warrahmah.
- Zeithaml, Bitner, M. jo, & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. jo. (2008). *Service Marketing*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi





Lampiran 2 Daftar pertanyaan wawancara:

- A. Apa pentingnya *produk knowledge* bagi karyawan ?
- B. Bagaimana kaitan produk *knowledge* yang dimiliki karyawan dalam melayani customer?
- C. Apa saja jenis *knowledge* yang harus dimiliki karyawan?
- D. Bagaimana *handover* pekerjaan ke karyawan baru dalam menerapkan produk *knowledge*
- E. Bagaimana penerapan produk karyawan baru?
- F. Bagaimana strategi penerapan produk *knowledge* karyawan baru?
- G. Faktor apa saja yang membantu karyawan baru mempercepat pemahaman produk *knowledge*
- H. Bagaimana pengaruh produk *knowledge* terhadap *complaint customer*?
- I. Bagaimana produk *knowledge* dapat mempengaruhi keputusan pembelian?
- J. Apa dampak dari kurangnya pengetahuan produk terhadap kinerja penjualan?
- K. Bagaimana perilaku karyawan baru dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja baru memahami produk *knowledge*?
- L. Bagaimana cara mengukur tingkat produk *knowledge* karyawan baru?
- M. Bagaimana tahapan karyawan baru dalam memahami produk *knowledge*?

