

ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN OPERASIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTO BUMI SEMBOJA KOTA BOGOR

Enung Susilawati¹, Triyani Hayati²

Universitas Sali Al – Aitaam, Jl. Aceng Ciganitri, Kec. Bojongsoang, Kab. Bandung, Jawa Barat 40287, Indonesia¹
Universitas Sangga Buana, YPKP, Jl. PHH. Hasan Mustopa No.68 Cikutra, Bandung, Jawa Barat, Indonesia²

Email: esusilawati1357@gmail.com¹, triyahayati@gmail.com²

Abstrak

Industri kuliner di wilayah perkotaan, khususnya Kota Bogor, terus berkembang dengan pesat sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat, sehingga berdampak pada persaingan usaha yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat tersebut memaksa setiap penyedia usaha kuliner untuk mengimplementasikan manajemen operasional yang efektif dan efisien guna mempertahankan eksistensi serta pertumbuhan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey eksplanatori dengan sifat penelitian verifikatif, jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Penentuan sampel menggunakan teknik *random sampling* dari Slovin dari populasi sebanyak 456 pelanggan, sehingga dengan tingkat kesalahan 10% maka sampel penelitian adalah 82 responden. Teknik analisis data untuk mengukur variabel penelitian digunakan *path analysis* untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Bogor. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang diterima variabel kepuasan pelanggan dari variabel strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku, serta dari variabel *implisit exogenous* adalah sebesar 1, artinya seluruh pengaruh adalah 100 %. Dimana pengaruh terbesar berasal dari variabel fasilitas yaitu sebesar 38,0%, selanjutnya pengaruh dari variabel pengelolaan SDM sebesar 19,3%, dan terakhir pengaruh dari variabel bahan baku sebesar 15,0% sehingga pengaruh yang terwujud dari tiga variabel tersebut secara bersama-sama adalah sebesar 72,3%, dan sisanya sebesar 27,7% adalah pengaruh dari *implisit exogenous*. Pengujian hipotesis menunjukkan, baik secara simultan maupun secara parsial, strategi manajemen operasional yang diterapkan melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor dalam persaingan bisnis kuliner.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Operasional, Kepuasan Pelanggan.

1. Pendahuluan

Kota Bogor sebagai kota destinasi wisata dan kuliner di Jawa Barat memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi di bidang usaha restoran. Hal ini setiap pelaku usaha kuliner dituntut untuk memilih strategi manajemen operasional yang tepat agar bertahan di tengah persaingan yang ketat.

Resto Bumi Semboja Bogor merupakan salah satu usaha kuliner yang menyediakan sajian makanan dan minuman bagi pengunjung, berlokasinya strategis, hanya berjarak sekitar lima menit dari Stasiun Kota

Bogor. Resto Bumi Semboja memiliki kapasitas tempat yang cukup luas hingga 130 orang, suasana tenang dan nyaman, serta konsep interior unik dengan tema “ala rumah nenek” yang memberikan nuansa klasik dan bernilai historis. Banyak sudut ruang yang ditata menarik juga menjadikan resto ini sebagai tempat yang diminati untuk berfoto, sehingga memiliki daya tarik tersendiri di kalangan pelanggan.

Keunikan konsep dan lokasi strategis tersebut merupakan peluang besar bagi pengelola Resto Bumi Semboja untuk mempertahankan eksistensinya sekaligus

mengembangkan usaha secara berkelanjutan dengan diimbangi pengelolaan operasional yang efektif dan efisien dengan berbagai strategi manajemen operasional yang antara lain melengkapi fasilitas yang diperlukan, seperti penambahan meja dan kursi berkapasitas kecil agar pelanggan tetap merasa nyaman meskipun dalam kondisi ramai.

Aspek pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) juga menjadi fokus utama melalui proses rekrutmen tenaga kerja secara selektif melalui berbagai media, pengaturan jadwal kerja pegawai, pembagian tugas yang jelas antara tim dan individu pegawai serta pelatihan pelayanan, dan kerja sama tim. Upaya tersebut bertujuan untuk menciptakan pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dari sisi operasional lainnya, Resto Bumi Semboja juga menerapkan pengelolaan bahan baku melalui *vendor* tetap, pasar, dan *platform* daring, serta melakukan pengendalian persediaan dengan cara menghubungi pemasok ketika stok menipis. Evaluasi kepuasan pelanggan dilakukan melalui ulasan di media sosial dan *platform digital*, seperti *Instagram*, *Tiktok*, dan *Google Review*, serta melalui umpan balik langsung dari pelanggan yang berkunjung. Hasil evaluasi tersebut menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, yang tercermin dari perolehan bintang lima pada *Google Review*.

Berdasarkan kondisi tersebut, strategi manajemen operasional yang diterapkan oleh Resto Bumi Semboja Bogor dalam mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif kuncinya adalah memprioritaskan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengelolaan sumber daya manusia, fasilitas, dan bahan baku dalam mendukung kelancaran operasional Resto Bumi Semboja Kota Bogor?

2. Sejauhmana pengaruh strategi manajemen operasional melalui pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui :

1. Pengelolaan sumber daya manusia, fasilitas, dan bahan baku dalam mendukung kelancaran operasional Resto Bumi Semboja Bogor.
2. Pengaruh strategi manajemen operasional melalui pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis
Penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian ilmu manajemen, operasional serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pengelola Resto Bumi Semboja Bogor
Penelitian ini menjadi bahan masukan dalam meningkatkan efektivitas serta efisiensi manajemen operasional dalam mengembangkan usaha.
 - b. Bagi Pelaku UMKM Kuliner
Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dalam praktik manajemen operasional dalam usaha kuliner untuk meningkatkan daya saing.
 - c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik yang sama.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Manajemen Operasional

2.1.1 Pengertian Manajemen Operasional

Menurut Heizer dan Render (2009: 1–10) manajemen operasional didefinisikan sebagai : “serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui proses transformasi *input* menjadi *output*”.

Proses ini mencakup pengelolaan sumber daya seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan teknologi agar mampu menghasilkan produk atau jasa yang bernilai bagi pelanggan. Definisi ini menekankan pentingnya proses konversi sumber daya sebagai inti dari kegiatan operasional organisasi.

Selanjutnya, Stevenson (2009) menyatakan bahwa manajemen operasional merupakan : “suatu sistem manajemen atau serangkaian proses yang dirancang untuk menciptakan barang dan menyediakan jasa yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien dan efektif”. Menekankan bahwa manajemen operasional tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada bagaimana sistem dan sumber daya dikelola secara terintegrasi untuk mendukung kelancaran proses operasional perusahaan (Stevenson, 2009).

2.1.2 Strategi Manajemen Operasional

Strategi manajemen operasional merupakan bagian penting dari strategi organisasi secara keseluruhan karena berkaitan langsung dengan bagaimana perusahaan mengelola aktivitas operasionalnya untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Menurut Heizer dan Render (2009: 1–10), strategi operasional adalah cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai misinya melalui pengelolaan operasi yang efektif. Mereka mengemukakan tiga pendekatan utama dalam strategi operasional, yaitu diferensiasi (keunikan produk atau layanan), kepemimpinan biaya rendah (*cost leadership*), dan respons atau kecepatan layanan. Strategi tersebut diwujudkan melalui sepuluh keputusan pokok manajemen operasional, seperti desain produk, kualitas, proses, tata letak fasilitas, penjadwalan, manajemen persediaan, dan pengelolaan sumber daya manusia

Selanjutnya, Slack dan Lewis (2021) menjelaskan bahwa strategi operasi merupakan bagian integral dari strategi perusahaan yang harus diselaraskan dengan tujuan jangka panjang organisasi. Mereka menekankan bahwa strategi manajemen

operasional berfungsi sebagai penghubung antara sumber daya internal perusahaan dengan tuntutan eksternal pasar. Dengan demikian, operasi tidak hanya berperan sebagai fungsi pendukung, tetapi juga sebagai sumber utama keunggulan kompetitif organisasi.

Berdasarkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen operasional merupakan pendekatan sistematis dalam pengambilan keputusan operasional jangka panjang yang bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara berkelanjutan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (dalam R. Ruheli, 2022) kepuasan pelanggan adalah : “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Menurut Tjiptono (dalam R. Ruheli, 2019) kepuasan pelanggan adalah : “suatu persepsi konsumen terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya”. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi hal ini pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang hal yang diterima. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.

2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Supranto J. (dalam R. Ruheli, 2022) mengemukakan indikator kepuasan sebagai berikut :

1. Bila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa.
2. Bila kinerja sama dengan harapan, pelanggan akan puas.
3. Bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Irawan (2003) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance, reliability, conformance, durability, dan consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep *servqual* meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

3. Faktor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

3. Objek dan Metodologi Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Resto Bumi Semboja Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Semboja No. 10 Kebon Kelapa, Kota Bogor Jawa Barat yang merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan

makanan dan minuman. Adapun objek yang diteliti adalah strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei eksplanatori serta sifat penelitian adalah verifikatif, karena ingin mencari penyebab dan menguji kebenaran dari hipotesis melalui pengumpulan data untuk meneliti suatu fenomena pada satu kurun waktu tertentu (*cross sectional*). Penelitian kuantitatif diarahkan untuk menjawab permasalahan melalui teknik *path analysis* (R. Ruheli, 2024).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor sebanyak 456 pelanggan. Adapun penentuan sampel menggunakan rumus *random sampling* dari Slovin dengan hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} = \frac{456}{1 + 456(0.1)^2}$$

$$= \frac{456}{1 + 456(0.01)} = \frac{456}{1 + 4.56} = \frac{456}{5.56}$$

$$= 82$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 82 responden.

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh dari ulasan di media sosial dan *platform digital*, seperti *Instagram, TikTok*, dan *Google Review*, serta melalui umpan balik langsung dari pelanggan dengan kuisisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari rangkuman kegiatan yang ada pada Resto Bumi Semboja Kota Bogor.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, ulasan pada media sosial, dan kuisisioner.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk mengukur pengaruh antar variabel digunakan analisis jalur (*path analysis*) yaitu untuk mengukur

pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel yang diteliti (R. Ruheli, 2024).

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen X_1 , X_2 dan X_3 , dan variabel dependen (Y). Kemudian menentukan skala/bobot dari masing-masing alternatif jawaban.
2. Menguji hubungan kausal antara variabel independen dan menguji besaran hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen menggunakan koefisien korelasi *Product Moment Pearson*.

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product moment*

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

N = Jumlah responden

Untuk melihat hubungan antar variabel, digunakan kriteria Guilford atau *Guilford Empirical Rule* (Jalaludin Rahmat dalam R. Ruheli, 2024) yaitu :

- a. $\geq 0,00 - < 0,20$: Hubungan sangat kecil
- b. $\geq 0,20 - < 0,40$: Hubungan yang kecil
- c. $\geq 0,40 - < 0,60$: Hubungan moderat
- d. $\geq 0,60 - < 0,80$: Hubungan kuat
- e. $\geq 0,80 - < 1,00$: Hubungan sangat kuat

3. Selanjutnya dibuat matriks korelasi yang membentuk sub struktur, dan kemudian dicari matriks invers korelasi yang membentuk sub struktur tersebut, dengan rumus :

$$\begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ \begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{matrix} & \begin{pmatrix} 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} \\ r_{X_2X_1} & 1 & r_{X_2X_3} \\ r_{X_3X_1} & r_{X_3X_2} & 1 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

4. Dicari matriks invers korelasi yang membentuk sub struktur tersebut, dengan rumus :

$$R^{-1} = \begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ \begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{matrix} & \begin{pmatrix} C_{11} & C_{12} & C_{13} \\ C_{21} & C_{22} & C_{23} \\ C_{31} & C_{32} & C_{33} \end{pmatrix} \end{matrix}^{-1}$$

5. Setelah diketahui matriks invers korelasi tersebut, selanjutnya dihitung koefisien jalur dari masing-masing variabel :

$$\begin{pmatrix} Py_{X_1} \\ Py_{X_2} \\ Py_{X_3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} C_{11} & C_{12} & C_{13} \\ C_{21} & C_{22} & C_{23} \\ C_{31} & C_{32} & C_{33} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} ry_{X_1} \\ ry_{X_2} \\ ry_{X_3} \end{pmatrix}$$

6. Dilanjutkan dengan mencari koefisien jalur secara bersamaan, dengan rumusan :

$$R^2 y(x_1 x_2 x_3) = (Py_{X_1} \cdot Py_{X_2} \cdot Py_{X_3}) \begin{pmatrix} ry_{X_1} \\ ry_{X_2} \\ ry_{X_3} \end{pmatrix}$$

7. Serta dicari koefisien jalur dari variabel *implisit exogenous*/variabel yang tidak diteliti (ε), dengan langkah :

$$Py_{\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(x_1 x_2 x_3)}$$

8. Struktur pengaruh antar variabel diuji secara simultan melalui analisis jalur :

$$H_0 = Py_{X_i} = Py_{X_j} = 0$$

H_1 = sekurang-kurangnya ada sebuah Py_{X_i}

Uji statistik yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1) \sum Py_{X_i}^F y_{X_i}}{k(1 - \sum y_{X_i}^F y_{X_i})}$$

- a. Jika $F > F(1-\alpha)$; $(n-k-1)$, maka H_0 ditolak dan pengujian dapat dilanjutkan.
- b. Jika $F < F(1-\alpha)$; $(n-k-1)$, maka H_0 diterima dan pengujian dihentikan.

9. Struktur pengaruh antar variabel diuji secara parsial, hipotesis operasionalnya adalah :

$$H_0 = Py_{X_i} \leq 0 \text{ untuk } i = 1 \text{ dan } 2$$

$$H_1 = Py_{X_i} > 0$$

Uji statistik yang digunakan adalah uji t :

$$t_l = \frac{Py_{X_1}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 Y X_1 \dots X_k)}{(n-k-1)(1 - R_y X_1 \dots X_k)}}}$$

Kriteria pengujian :

- a. H_0 ditolak apabila $t_l > t(1-\alpha); (n-1-k)$, artinya koefisien jalur signifikan dan ada kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. H_0 diterima apabila $t_l < t(1-\alpha); (n-1-k)$, artinya koefisien jalur non signifikan dan tidak ada kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Fasilitas, dan Bahan Baku dalam Mendukung Kelancaran Operasional Resto Bumi Semboja Bogor

Salah satu faktor pendukung utama perkembangan Resto Bumi Semboja adalah lokasi yang strategis, hanya berjarak sekitar lima menit dari Stasiun Kota Bogor. Resto ini memiliki area yang cukup luas dengan kapasitas hingga 130 orang, suasana yang tenang dan nyaman, serta banyak sudut ruang yang ditata menarik. Konsep interior yang mengusung tema nuansa klasik dan historis menjadi keunikan tersendiri yang membedakan dari restoran lainnya.

Dalam rangka mempertahankan keberadaan dan mengembangkan usahanya, Resto Bumi Semboja Kota Bogor menerapkan berbagai strategi manajemen operasional yang terencana dan berkelanjutan. Strategi tersebut antara lain dengan tetap mempertahankan keunikan suasana resto yang tenang, nyaman, dan unik sesuai dengan tema “ala rumah nenek”. Selain itu, pengelola secara rutin melakukan penataan ulang pada beberapa sudut ruang agar tetap menarik dan memberikan pengalaman visual yang menyenangkan bagi pelanggan, khususnya sebagai *spot foto*.

Pengelola juga berupaya melengkapi fasilitas yang ada, seperti penambahan meja dan kursi berkapasitas dua orang. Upaya ini dilakukan agar pelanggan tetap merasa nyaman meskipun kondisi resto sedang ramai. Penataan ruang di dalam resto ditunjukkan

pada gambar 1 dan gambar 2, yang menggambarkan suasana interior yang tertata rapi dan estetik.



Gambar 1. Penataan Ruang di dalam Resto



Gambar 2. Penataan Ruang di dalam Resto

1. Pengelolaan Sumber Daya Manusia
Seleksi dan pengelolaan tenaga kerja menjadi salah satu fokus utama dalam manajemen operasional Resto Bumi Semboja. Proses perekrutan karyawan dilakukan melalui penyebaran informasi lowongan kerja di media sosial seperti *Instagram* dan *website*. Tahapan seleksi meliputi seleksi administrasi atau dokumen yang dikirimkan melalui email, wawancara, serta pemilihan calon karyawan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, seperti usia di bawah 25 tahun dan memiliki pengalaman minimal 6 tahun di bidang *Food and Beverage*.
Pengaturan jadwal kerja karyawan juga menjadi prioritas penting. Resto Bumi Semboja memiliki 12 karyawan *full time* dan 10 karyawan *part time*, dengan sistem

dua *shift* kerja, yaitu *shift* pagi pukul 06.30–15.30 dan *shift* siang pukul 12.00–21.00, masing-masing dengan durasi kerja 9 jam. Pembagian tugas dilakukan secara jelas, meliputi tim bar (minuman dan *dessert*), tim dapur, pramusaji, dan kasir.

Untuk mengatasi hambatan dalam pelaksanaan tugas, pihak pengelola secara rutin mengadakan pelatihan pemahaman menu dan pelayanan . agar, karyawan mampu bekerja sama dalam tim, memiliki keterampilan memasak dan meracik minuman, serta memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan konsisten. Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pemanfaatan Fasilitas Teknologi

Dalam mendukung kegiatan operasional, Resto Bumi Semboja memanfaatkan berbagai fasilitas teknologi, seperti mesin kopi, telepon genggam untuk kegiatan pemasaran, serta tablet untuk sistem kasir. Tim yang terlibat dalam penggunaan fasilitas tersebut antara lain tim bar, kasir, dan *owner*.

3. Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku dilakukan melalui lima vendor tetap, pasar tradisional, serta *platform* daring seperti *Shopee*. Secara umum, ketersediaan bahan baku dinilai mencukupi, kecuali bahan tertentu seperti *matcha* impor dari Jepang yang masih tergolong langka. Pengelolaan persediaan dilakukan dengan cara menghubungi pemasok ketika stok bahan baku tersisa kurang dari 20%, melakukan survei harga, serta membandingkan kualitas dan harga bahan baku untuk memperoleh bahan dengan kualitas terbaik dan harga yang kompetitif.

4. Evaluasi Kepuasan Pelanggan

Evaluasi kepuasan pelanggan di Resto Bumi Semboja dilakukan melalui berbagai media, seperti ulasan di *Instagram*, *TikTok*, *Google Review*, serta umpan balik langsung dari pelanggan yang datang ke lokasi resto. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang sangat

memuaskan, yang tercermin dari perolehan *rating* bintang lima di *Google Review* dengan lebih dari 1.300 ulasan. Seperti yang terlihat pada gambar 3 berikut :



Gambar 3. Perolehan *Rating* Bintang Lima di *Google Review*

Rating bintang lima pada *Google Review* menunjukkan bahwa Resto Bumi Semboja memiliki kualitas produk dan layanan yang sangat baik, terpercaya, serta memiliki reputasi yang tinggi di mata konsumen. Hal ini juga berperan sebagai *social proof* yang dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan baru, visibilitas pencarian, serta potensi peningkatan penjualan.

4.1.2 Pengaruh Strategi Manajemen Operasional melalui Pengelolaan SDM, Fasilitas, dan Bahan Baku terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor

Penelitian menganalisis strategi manajemen operasional (X) melalui dimensi pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y), baik secara parsial maupun secara simultan serta pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis operasional yang diajukan adalah: “Strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”. Analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel menggunakan analisis jalur (*path*

analysis). Adapun indikator dari variabel penelitian sebagai berikut :

1. Strategi Manajemen Operasional (X) melalui dimensi
 - a. Pengelolaan SDM (X_1)
 - b. Fasilitas (X_2)
 - c. Bahan baku (X_3)
2. Kepuasan pelanggan (Y)

Untuk mengetahui hubungan pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) dengan kepuasan pelanggan (Y) menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

Adapun hasil pengujian korelasi melalui *software SPSS (Statistical Program for Social Science)*, adalah :

Tabel 1.
Pengujian Korelasi antar Variabel Penelitian

		SDM	Fasilitas	Bahan	Kepuasan
SDM	Pearson Correlation	1	,717**	,653**	,739**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82
Fasilitas	Pearson Correlation	,717**	1	,671**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82
Bahan	Pearson Correlation	,653**	,671**	1	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	82	82	82	82
Kepuasan	Pearson Correlation	,739**	,803**	,701**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Hasil pengujian korelasi antara variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,739, hasil pengujian korelasi antara variabel fasilitas (X_2) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,803, dan hasil pengujian korelasi antara variabel bahan baku (X_3) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,701. Kemudian nilai tersebut diinterpretasikan dengan berkonsultasi pada harga kritik *r Product Moment* (r_{tabel}) dengan $n = 82$ pada interval kepercayaan 95 % (taraf signifikansi 5 % atau $\alpha 0,05$) adalah sebesar 0,220, dan pada interval kepercayaan 99 % (taraf signifikansi 1 % atau $\alpha 0,01$) adalah

sebesar 0,286. Dengan demikian hasil pengujian korelasi variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y), pengujian korelasi antara variabel fasilitas (X_2) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y), dan hasil pengujian korelasi antara variabel bahan baku (X_3) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) diketahui lebih besar dari nilai r_{tabel} , baik pada interval kepercayaan 95 % maupun interval kepercayaan 99 % (0,739, 0,803, dan 0,701 > 0,220) dengan *p-value* 0,000. Artinya antara pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai hubungan yang signifikan.

Nilai korelasi 0,739, dan 0,701 pada kriteria Guilford (*Guilford Empirical Rule*) berada pada rentang interval 0,60 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan SDM dan bahan baku mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas pada kriteria Guilford (*Guilford Empirical Rule*) berada pada rentang interval 0,80 – 1,00, hal tersebut menunjukkan hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian korelasi antara variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel fasilitas (X_2) nilai sebesar 0,717, hasil pengujian korelasi antara variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel bahan baku (X_3) diperoleh nilai sebesar 0,653, dan hasil pengujian korelasi antara variabel variabel fasilitas (X_2) dengan variabel variabel bahan baku (X_3) diperoleh nilai sebesar 0,671. Nilai tersebut setelah diinterpretasikan dengan berkonsultasi pada harga kritik *r Product Moment* (r_{tabel}) dengan $n = 82$ pada interval kepercayaan 95 % (taraf signifikansi 5 % atau $\alpha 0,05$) adalah sebesar 0,220, dan pada interval kepercayaan 99 % (taraf signifikansi 1 % atau $\alpha 0,01$) adalah sebesar 0,286. Dengan demikian hasil pengujian korelasi variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel fasilitas (X_2), pengujian korelasi antara variabel pengelolaan SDM (X_1) dengan variabel bahan baku (X_3), dan hasil pengujian korelasi antara variabel variabel

fasilitas (X_2) dengan variabel bahan baku (X_3) diketahui lebih besar dari nilai r_{tabel} , baik pada interval kepercayaan 95 % maupun interval kepercayaan 99 % (0,717, 0,653, dan 0,671 > 0,220) dengan $p\text{-value}$ 0,000. Artinya antara pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) mempunyai hubungan kausal yang signifikan.

Nilai korelasi 0,717, 0,653, dan 0,671 pada kriteria Guilford (*Guilford Empirical Rule*) berada pada rentang interval 0,60 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku mempunyai hubungan kausal yang kuat.

Selanjutnya dari matriks korelasi yang membentuk struktur di atas, dipisahkan variabel yang membentuk sub struktur, yaitu pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), bahan baku (X_3) dari variabel kepuasan pelanggan (Y), seperti berikut di bawah ini :

Tabel 2.

Sub Struktur Matriks Korelasi antar Pengelolaan SDM (X_1), Fasilitas (X_2), dan Bahan Baku (X_3)

		SDM	Fasilitas	Bahan
Correlation	SDM	1,000	,717	,653
	Fasilitas	,717	1,000	,671
	Bahan	,653	,671	1,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan sub struktur matriks korelasi pada tabel di atas, kemudian dihitung matriks inversnya seperti terlihat dalam tabel berikut di bawah ini :

Tabel 3.

Matriks Invers Korelasi Pengelolaan SDM (X_1), Fasilitas (X_2), dan Bahan Baku (X_3)

	SDM	Fasilitas	Bahan
SDM	2,316	-1,176	-,724
Fasilitas	-1,176	2,416	-,853
Bahan	-,724	-,853	2,045

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan matriks invers korelasi kemudian dicari koefisien jalur dari variabel pengelolaan SDM (Pyx_1), fasilitas (Pyx_2), bahan baku (Pyx_3) serta koefisien jalur dari variabel *implisit exogenous*/variabel yang

tidak diteliti (ε) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) secara parsial (individual) dengan langkah :

Maka perhitungan untuk mencari koefisien jalur adalah sebagai berikut :

$$\begin{bmatrix} Pyx_1 \\ Pyx_2 \\ Pyx_3 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,316 & -1,176 & -0,724 \\ -1,176 & 2,416 & -0,853 \\ -0,724 & -0,185 & 2,045 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 0,739 \\ 0,803 \\ 0,701 \end{bmatrix}$$

$$Pyx_1 = 0,261$$

$$Pyx_2 = 0,473$$

$$Pyx_3 = 0,214$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh koefisien jalur dari variabel pengelolaan SDM (X_1) = 0,261, fasilitas (X_2) = 0,473, dan dari bahan baku (X_3) = 0,214, terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien jalur secara simultan variabel pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

$$R^2 y(x_1 x_2 x_3) = (Pyx_1 \cdot Pyx_2 \cdot Pyx_3) \begin{bmatrix} ryx_1 \\ ryx_2 \\ ryx_3 \end{bmatrix}$$

$$= (0,261 \times 0,473 \cdot 0,214) \begin{bmatrix} 0,739 \\ 0,803 \\ 0,701 \end{bmatrix}$$

$$= 0,723$$

Koefisien jalur simultan pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0,723.

Selanjutnya dicari koefisien jalur dari variabel *implisit exogenous* :

$$Py\varepsilon = \sqrt{1 - R^2 y(x_1 x_2 x_3)}$$

$$= \sqrt{1 - 0,723}$$

$$= 0,526$$

Pengaruh langsung dan tidak langsung variabel pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y), dicari dengan langkah sebagai berikut ini :

1. Pengaruh Pengelolaan SDM (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Pengaruh langsung variabel pengelolaan SDM (X_1) :

$$P^2_{yx_1} (0,261)^2 = 0,069$$

b. Melalui fasilitas (X_2) :

$$Pyx_1 \cdot rx_1x_2 \cdot Pyx_2 \\ (0,261)(0,717)(0,473) = 0,088$$

c. Melalui bahan baku (X_3) :

$$Pyx_1 \cdot rx_1x_3 \cdot Pyx_3 \\ (0,261)(0,653)(0,214) = 0,036$$

$$\text{Pengaruh pengelolaan SDM (X)} = 0,193$$

Pengaruh yang diterima oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) dari variabel pengelolaan SDM (X_1) adalah sebesar 0,193. Dimana pengaruh langsung dari variabel pengelolaan SDM (X_1) sebesar 0,069, pengaruh tidak langsung melalui variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,088, dan pengaruh tidak langsung melalui variabel bahan baku (X_3) sebesar 0,036.

2. Pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

a. Pengaruh langsung variabel fasilitas (X_2)

$$P^2_{yx_2} (0,473)^2 = 0,224$$

b. Melalui pengelolaan SDM (X_1) :

$$Pyx_2 \cdot rx_2x_1 \cdot Pyx_1 \\ (0,473)(0,717)(0,261) = 0,088$$

c. Melalui bahan baku (X_3) :

$$Pyx_2 \cdot rx_2x_3 \cdot Pyx_3 \\ (0,473)(0,671)(0,214) = 0,069$$

$$\text{Pengaruh dari fasilitas (X}_2\text{)} = 0,380$$

Pengaruh yang diterima oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) dari variabel fasilitas (X_2) adalah sebesar 0,380 atau 18,75 %. Dimana pengaruh langsung dari variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,224, pengaruh tidak langsung melalui variabel pengelolaan SDM (X_1) sebesar 0,088, dan pengaruh tidak langsung melalui variabel bahan baku (X_3) sebesar 0,087.

3. Pengaruh Bahan Baku (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Pengaruh langsung bahan baku (X_3) :

$$P^2_{yx_3} (0,214) = 0,046$$

b. Melalui pengelolaan SDM (X_1) :

$$Pyx_3 \cdot rx_3x_1 \cdot Pyx_1 \\ (0,214)(0,653)(0,261) = 0,036$$

c. Melalui fasilitas (X_2) :

$$Pyx_3 \cdot rx_3x_2 \cdot Pyx_2 \\ (0,214)(0,671)(0,473) = 0,068$$

$$\text{Pengaruh dari bahan baku (X}_3\text{)} = 0,150$$

Pengaruh yang diterima oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) dari variabel bahan baku (X_3) adalah sebesar 0,150. Dimana pengaruh langsung dari variabel bahan baku (X_3) sebesar 0,046, pengaruh tidak langsung melalui variabel pengelolaan SDM (X_1) sebesar 0,036, dan pengaruh tidak langsung melalui variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,068.

4. Pengaruh *Implisit Exogenous*/Variabel yang Tidak Diteliti (ϵ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengaruh yang diterima kepuasan pelanggan dari implisit *exogenous* :

$$P^2_{y\epsilon} (0,525)^2 = 0,277$$

5. Pengaruh yang Diterima Kepuasan Pelanggan (Y).

Total pengaruh yang diterima variabel kepuasan pelanggan (Y) dari variabel :

$$\text{a. Peng. SDM (X}_1\text{)} : 0,193 = 19,3\%$$

$$\text{b. Fasilitas (X}_2\text{)} : 0,380 = 38,0\%$$

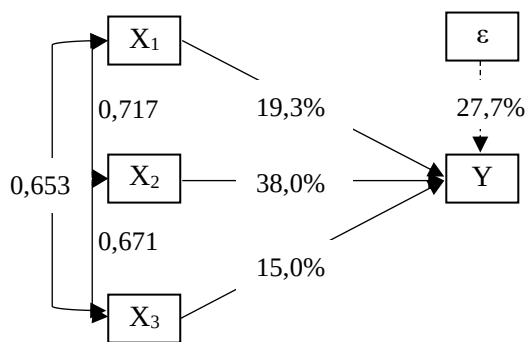
$$\text{c. Bahan Baku (X}_3\text{)} : 0,150 = 15,0\%$$

$$X_1, X_2, X_3 \text{ terhadap Y} : 0,723 = 72,3\%$$

$$\text{d. Exogenous } 0,526^2 : 0,277 = 27,7\%$$

$$\text{Total Pengaruh} \quad \quad \quad 1 = 100 \%$$

Pengaruh yang diterima variabel kepuasan pelanggan dari seluruh variabel yang diteliti yaitu pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku, serta dari variabel *implisit exogenous* adalah sebesar 1, artinya seluruh pengaruh adalah 100 %. Dimana pengaruh pengaruh dari variabel pengelolaan SDM sebesar 19,3%, pengaruh dari fasilitas sebesar 38,0%, pengaruh dari bahan baku sebesar 15,0% sehingga pengaruh yang terwujud dari tiga variabel tersebut secara simultan adalah sebesar 72,3%, dan sisanya sebesar 27,7% adalah pengaruh dari *implisit exogenous*.



Gambar 1. Pengaruh antar Variabel

Pengujian hipotesis pengaruh pengelolaan SDM, fasilitas bahan baku terhadap kepuasan pelanggan digunakan untuk menguji perbedaan koefisien jalur dalam sebuah struktur yang sama. Sebelum itu, hipotesis diuji dulu secara simultan, dengan hipotesis operasionalnya adalah :

1. Jika $H_0 = \beta_{X_1} = \beta_{X_2} = \beta_{X_3} = 0$: maka

”Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, bahan baku, terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

2. Jika H_1 = sekurang-kurangnya ada sebuah β_{X_1} : maka :

”Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, bahan baku, terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

Uji statistik yang digunakan adalah uji F (F-test) dari Fisher. Hasil pengujian melalui *software* SPSS terlihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.

Pengujian Hipotesis secara Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5611,822	3	1870,607	67,730	,000 ^a
	Residual	2154,239	78	27,618		
	Total	7766,061	81			

a. Predictors: (Constant), Bahan, SDM, Fasilitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 67,730, kemudian nilai tersebut diinterpretasikan dengan pada nilai persentil distribusi *F-snedecor* (f_{tabel}) pada interval $F_{0,05:3(n-k-1)} = F_{0,05}(78)$ adalah sebesar 2,72, dan pada interval $F_{0,01:3(n-k-1)} = F_{0,01}(78)$ adalah sebesar 4,04, dengan demikian nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} , baik pada taraf signifikansi 0,05 maupun pada taraf signifikansi 0,01 ($2,72 < 67,730 > 4,04$) dengan *p-value* 0,000. maka hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima karena teruji kebenarannya, artinya secara simultan strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, bahan baku, dan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. dikarenakan H_1 diterima, maka pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis selanjutnya secara parsial.

Struktur pengaruh variabel pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), dan bahan baku (X_3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) diuji menggunakan analisis jalur secara parsial (individual). pengujian yang digunakan *t-test* (uji-t) dari Gosset. Berdasarkan hasil perhitungan melalui *software* SPSS didapatkan hasil seperti dalam tabel berikut :

Tabel 5.

Pengujian Hipotesis secara Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,783	4,123		4,071	,000
	SDM	,220	,077	,261	2,871	,005
	Fasilitas	,452	,089	,473	5,102	,000
	Bahan	,168	,067	,214	2,508	,014

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial (individual) antara variabel pengelolaan SDM (X_1), fasilitas (X_2), bahan baku (X_3), terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebagai berikut.

1. Pengujian Hipotesis Pengelolaan SDM (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hipotesis operasionalnya adalah sebagai berikut :

a. $H_0 : \rho_{yx_1} = 0$

”Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengelolaan SDM terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

b. $H_1 : \rho_{yx_1} \neq 0$

”Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengelolaan SDM terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

Nilai t_{hitung} pengujian hipotesis pengaruh variabel pengelolaan SDM (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 2,871. Nilai tersebut kemudian diinterpretasikan dengan berkonsultasi kepada nilai persentil distribusi t (t_{tabel}) dengan ukuran sampel sebanyak $n = 82$ dengan $df : n-k-1 (82 - 3 - 1) = 78$ pada interval kepercayaan 95 % (taraf signifikansi 5 % atau $\alpha 0,05$) adalah sebesar 1,980. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis lebih besar dari harga kritis distribusi-t pada interval kepercayaan 95 % ($2,871 > 1,980$) dengan $p-value 0,005$. Maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima karena teruji kebenarannya, artinya bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengelolaan SDM terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor.

2. Pengujian Hipotesis Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis operasionalnya adalah sebagai berikut :

a. $H_0 : \rho_{yx_2} = 0$

”Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

b. $H_1 : \rho_{yx_2} \neq 0$

”Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

Nilai t_{hitung} pengujian hipotesis pengaruh variabel fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 5,102. Nilai tersebut kemudian diinterpretasikan dengan berkonsultasi kepada nilai persentil distribusi-t (t_{tabel}) dengan ukuran sampel sebanyak $n = 82$ dengan $df : n-k-1 (82 - 3 - 1) = 78$ pada interval kepercayaan 95 % (taraf signifikansi 5 % atau $\alpha 0,05$) adalah sebesar 1,980. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis lebih besar dari harga kritis distribusi-t, baik pada interval kepercayaan 95 % ($5,102 > 1,980$) dengan $p-value 0,000$. Maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima karena teruji kebenarannya, artinya bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor.

3. Uji Hipotesis Bahan Baku (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis operasionalnya adalah sebagai berikut :

a. $H_0 : \rho_{yx_3} = 0$

”Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

b. $H_1 : \rho_{yx_3} \neq 0$

”Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor”.

Nilai t_{hitung} pengujian hipotesis pengaruh variabel bahan baku (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 2,508. Nilai tersebut kemudian diinterpretasikan dengan berkonsultasi kepada nilai persentil distribusi t (t_{tabel}) dengan ukuran sampel sebanyak $n = 82$ dengan $df : n-k-1 (82 - 3 - 1) = 78$ pada interval kepercayaan 95 % (taraf signifikansi 5 % atau $\alpha 0,05$) adalah sebesar 1,980. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis lebih besar dari harga kritis distribusi t, pada interval kepercayaan 95 % ($2,508 < 1,980$) dengan $p-value 0,014$. Berdasarkan hasil pengujian nilai hitung statistik bahan baku (X_3) jatuh di daerah penolakan H_0 , dengan demikian pengujian

signifikan maka hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak karena teruji kebenarannya, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bahan baku terhadap kepuasan pelanggan.

4.2 Pembahasan

Strategi manajemen operasional yang diterapkan, seperti pengelolaan sumber daya manusia dilakukan melalui proses rekrutmen yang selektif, pembagian tugas yang jelas, pengaturan jadwal kerja yang terstruktur, serta pelatihan karyawan secara berkala. Pemanfaatan teknologi operasional telah dilakukan secara efektif dan efisien. Penggunaan mesin kopi, sistem kasir berbasis tablet, serta media digital untuk pemasaran turut mendukung kelancaran kegiatan operasional dan pengembangan usaha Resto Bumi Semboja Bogor. Pengadaan bahan baku dilakukan melalui lima *vendor* tetap, pasar tradisional, serta *platform* daring seperti *Shopee*. Evaluasi kepuasan pelanggan yang dilakukan melalui berbagai *platform* digital dan umpan balik langsung pelanggan yang berkesan.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang diterima variabel kepuasan pelanggan dari variabel strategi manajemen operasional melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku, serta dari variabel *implisit exogenous* adalah sebesar 1, artinya seluruh pengaruh adalah 100 %. Dimana pengaruh terbesar berasal dari variabel fasilitas yaitu sebesar 38,0%, selanjutnya pengaruh dari variabel pengelolaan SDM sebesar 19,3%, dan terakhir pengaruh dari variabel bahan baku sebesar 15,0% sehingga pengaruh yang terwujud dari tiga variabel tersebut secara bersama-sama adalah sebesar 72,3%, dan sisanya sebesar 27,7% adalah pengaruh dari *implisit exogenous*. Pengujian hipotesis menunjukkan, baik secara simultan maupun secara parsial, strategi manajemen operasional yang diterapkan melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor dalam persaingan bisnis kuliner.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi manajemen operasional yang diterapkan, seperti pengelolaan sumber daya manusia dilakukan melalui proses rekrutmen yang selektif. Pemanfaatan teknologi operasional telah dilakukan dengan perlengkapan modern, serta pengadaan bahan baku telah dilakukan melalui lima *vendor* tetap.
2. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh terbesar berasal dari variabel fasilitas yaitu sebesar 38,0%, selanjutnya pengaruh dari variabel pengelolaan SDM sebesar 19,3%, dan terakhir pengaruh dari variabel bahan baku sebesar 15,0% sehingga pengaruh yang terwujud dari tiga variabel tersebut secara bersama-sama adalah sebesar 72,3%. Pengujian hipotesis baik secara simultan maupun secara parsial, strategi manajemen operasional yang diterapkan melalui dimensi pengelolaan SDM, fasilitas, dan bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Bumi Semboja Kota Bogor dalam persaingan bisnis kuliner.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Pengelola diharapkan dapat terus mempertahankan keunikan konsep dan kualitas pelayanan yang telah menjadi keunggulan utama. Selain itu, disarankan untuk meningkatkan inovasi menu secara berkala serta memperkuat pelatihan karyawan agar kualitas pelayanan tetap konsisten seiring dengan perkembangan usaha.
2. Resto Bumi Semboja dapat mempertimbangkan penerapan sistem manajemen persediaan yang lebih terstruktur dan berbasis teknologi untuk meminimalkan risiko kekurangan bahan

baku, terutama untuk bahan impor yang memiliki tingkat ketersediaan terbatas.

Daftar Pustaka

- Heizer, J., & Render, B. 2009. *Manajemen Operasi* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan, Handy. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Elex Media Computindo.
- Ruheli, R. 2022. Pengukuran Kinerja Layanan Pemberian Kredit pada Bank Cipatujah Jabar (Cij) Kantor Cabang Rancah dengan Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 70-80.
- Ruheli, R., & Nurhayaty, M. 2024. Analisis Bauran Promosi dan Pengaruhnya terhadap Omzet Penjualan Minyak Goreng pada PT. HG. *Jurnal Media Teknologi*, 10(2), 140-153.
- Slack, N., & Lewis, M. 2021. *Operations Strategy* (6th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Stevenson, W. J. 2009. *Operations Management* (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.