

IV. HASIL WAWANCARA

Untuk mendapatkan informasi lebih lengkap, penulis melakukan wawancara dengan Manajer Operasional dari PT Excelso Multirasa yang memegang kendali atas seluruh outlet *cafe* Excelso yang ada di Surabaya pada tanggal 6 - 9 Juni 2002.

1. HASIL PENELITIAN BERDASARKAN WAWANCARA DENGAN PT EXCELSON MULTIRASA

Dari jawaban hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa *cafe* Excelso dalam membuka usaha *cafe* mereka melihat dari semua aspek bisnis. Pihak Excelso melaksanakan kriteria-kriteria yang baik yang harus dirasakan oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori C. Gronross dalam bukunya yang berjudul *Service Management and Marketing* yang dapat dilihat dalam landasan teori Bab II halaman: 8 - 10. Pihak Excelso menyatakan, tempat yang strategis sangat penting dalam bisnis *cafe* sebab untuk meraup pengunjung dibutuhkan lokasi yang mudah dilihat dan diakses dan menurut mereka letak *cafe* Excelso di Plaza Tunjungan III sudah sesuai dengan kriteria mereka.

Setelah lokasi maka langkah berikutnya adalah dekorasi tempat yang menarik dan nyaman dimana pengunjung dapat merasa nyaman sambil menikmati menu yang disediakan. Menu yang disediakan oleh *cafe* Excelso juga banyak ragamnya dan setiap menu dibuat semenarik mungkin tanpa meninggalkan mutu dan rasa.

Hal ini sesuai dengan salah satu kriteria pelayanan yang baik yaitu *Accessibily and Flexibility* yang penjelasannya dapat dilihat pada halaman: 9 no:3.

Sekitar dua tahun lalu Excelso mengadakan program keanggotaan (*membership*), hal ini dilakukan untuk mendorong penjualan *cafe* Excelso sebab fasilitas dari keanggotaan ini adalah mendapatkan potongan harga sebanyak 10% dan untuk mendapatkan keanggotaan clari *cafe* Excelso ini cukup mudah hanya dengan biaya tujuh puluh lima ribu rupiah maka pengunjung sudah bisa menjadi anggota, sedangkan jika ingin memperbaharui keanggotaannya, cukup dengan membayar lima puluh ribu rupiah.

Menurut pihak Excelso, service juga merupakan faktor yang penting. Oleh karena itu mereka selalu melayani pengunjung dengan sebaik mungkin. Manajemen perusahaan telah menanamkan kepada para pegawainya bahwa pengunjung itu adalah raja sehingga hairus dilayani sebaik mungkin. Hal ini sesuai dengan landasan teori di Bab II halaman: 9 no: 4 mengenai *Reliability and Trustworthiness*. Pihak Excelso juga selalu berusaha melayani permintaan para pelanggannya selama permintaan tersebut tidak merubah rasa asal dari menu tersebut. Contoh: Kopi X merupakan salah satu menu di Excelso, kopi tersebut rnemakai *ice cream* rasa coklat di menu aslinya tapi konsumen tidak menyukainya dan ia meminta agar *ice creamnya*. diganti degan rasa *vcinilla*, maka pihak Excelso dengan senang hati akan melayaninya. Lain halnya apabila permintaan tersebut mengubah rasa asal menu yang ada, maka pihak Excelso tidak bisa melayani peraiintaan tersebut, tapi pihak Excelso akan berusaha menawarkan menu lain yang sekiranya sesuai dengan selera permintaan sebelumnya. Hal ini sesuai

dengan landasan teori di Bab II halaman: 9 no 1 mengenai *Professionalism and skill*.

Untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik, apabila ada pegawai yang melakukan kesalahan kepada pelanggan maka pegawai tersebut diharuskan meminta maaf kepada pelanggan tersebut tapi apabila permasalahan tetap belum dapat diselesaikan maka atasan atau siapapun pada waktu itu yang mempunyai wewenang akan turun tangan. Hal ini sesuai dengan kriteria pelayanan yang baik yaitu *Recovery* yang dapat dilihat pada landasan teori Bab II halaman: 9 no: 5. Apabila terdapat pelanggan yang mengeluh mengenai menu yang dipesan, pihak Excelso bersedia mengganti produk yang dipesan dengan yang baru.

Untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada *customer* mereka menyesuaikan sumber daya manusianya dengan kapasitas meja yang ada. Apabila terjadi penambahan kapasitas meja seperti yang terjadi pada saat ini maka akan ada pula penambahan sumber daya manusianya.

Selain itu Pihak Excelso juga menyatakan bahwa untuk memasukkan produk baru ke dalam menu di Excelso memerlukan proses yang cukup panjang. Pertama-tama mereka akan menguji coba produk baru tersebut ke beberapa orang dari dalam perusahaan sendiri. Setelah sekiranya mendapatkan respon yang baik dari beberapa orang tersebut, maka produk baru tersebut akan diuji coba lagi dalam suatu group tetapi masih orang dalam perusahaan juga. Setelah mendapat respon yang baik pula dari group tersebut, iriaka mereka mulai memasarkan di pasaran untuk melihat apa reaksi pasar. Setelah mereka melihat bahwa produk tersebut mendapat respon yang baik dan dapat diterima dalam masyarakat maka mereka baru memasukkan produk tersebut dalam daftar menu di Excelso. Pihak

Excelso benar - benar memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan oleh karena itu dalam membuat suatu menu mereka benar-benar melakukan penelitian terlebih dahulu mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen. Karena jika pelanggan merasa puas dan terpenuhi segala keinginannya maka akan tertanam *image* yang kuat tentang *cafe* Excelso. Pelanggan percaya bahwa bila mereka pergi ke Excelso maka mereka akan mendapatkan kepuasan. Hal ini sesuai dengan landasan teori di Bab II halaman: 10 no: 6 mengenai *Reputation and Credibility*.

Cafe Excelso di Plaza Tunjungan III merupakan salah satu outlet dari PT. Excelso Multirasa yang merupakan anak perusahaan dari Pabrik Kopi Kapal Api. *Cafe* Excelso di Plaza Tunjungan III mulai dibuka tahun 1993 berlokasi di lantai dua dengan sistem menyewa stand.

2. TUJUAN ORGANISASI

Suatu Perusahaan yang ingin sukses tentunya harus memiliki tujuan yang jelas, agar semua aktivitas perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan dari *cafe* Excelso adalah :

1. Tujuan jangka pendek, perusahaan adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman khususnya kopi dari Excelso serta penyediaan tempat yang nyaman dimana mereka dapat bersantai sambil menikmati menu lain yang ada.
2. Tujuan jangka panjang, yaitu menjadi *cafe* terdepan di Surabaya disamping mempertahankan konsumen yang telah ada. Selain itu juga

meningkatkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan mutu layanan dan fasilitas yang sudah disediakan.

3. KEBIJAKAN PEMASARAN

Kebijakan Pemasaran yang dilakukan *Cafe Excelso* meliputi beberapa hal, sebagai berikut:

1. Produk, menyediakan berbagai macam menu khususnya kopi produk Excelso.
2. Harga, oleh *cafe Excelso* harga makanan dan minuman ditetapkan untuk kalangan menengah keatas sesuai dengan market dari *cafe Excelso*.
3. Lokasi, Plaza Tunjungan III lantai dua dipilih karena lokasi ini dianggap sangat strategis karena terletak di tengah dan bisa dilihat langsung begitu memasuki Plaza Tunjungan III.
4. Promosi, dilakukan oleh konsumen dari mulut ke mulut. Sampai dengan saat ini pihak *Excelso* belum merasa perlu untuk mengiklankan diri di media promosi yang ada, mengingat jumlah pelanggan yang ada.

4. JAM KERJA PERUSAHAAN

Sebagai suatu organisasi, perusahaan haruslah memiliki jam kerja.

Jam kerja operasional *Cafe Excelso Plaza Tunjungan III* terbagi menjadi 3 *shift*. *Shift* pertama dimulai pada pukul 10.00 - 13.00. *Shift* kedua dimulai pada pukul 13.00 - 17.00. *Shift* ketiga dimulai pada pukul 17.00 sampai Plaza

Tunjungan III ditutup. Sebagai keterangan : *Cafe* Excelso buka setiap hari bahkan pada hari Minggu atau hari raya (Kecuali Idul Fitri).