

## DAMPAK RATING DAN ULASAN TERHADAP PERKEMBANGAN KEDAI TEMPO DOLOE KOTA BENGKULU

### *THE IMPACT OF RATINGS AND REVIEWS ON THE DEVELOPMENT OF KEDAI TEMPO DOELOE IN BENGKULU CITY*

Andri Kurniawan<sup>1\*</sup>, Elta Putri Setia Nengsi<sup>1</sup>, Ardeya Wulandari<sup>1</sup>, Cintia Novita Lorensya<sup>1</sup>,  
Rama Iqbal Wicaksono<sup>1</sup>, Fitriah<sup>1</sup>, RG Guntur Alam<sup>1</sup>

<sup>1)</sup> Tenik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

\*Email korespondensi: [andrikrnw1000@gmail.com](mailto:andrikrnw1000@gmail.com)

#### *Abstract*

*The development of the culinary business in the digital era demands business actors to optimize online platforms in building brand image and increasing competitiveness. One of the important elements in this digital ecosystem is customer ratings and reviews, which can influence prospective consumers' perceptions and business sustainability. This study aims to analyze the impact of customer ratings and reviews on the development of Kedai Tempoe Doloe in Bengkulu City. This research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 40 customers and semi-structured interviews with the shop manager. The data obtained were analyzed using thematic analysis and frequency distribution percentage calculations. The results showed that the majority of customers gave positive ratings in aspects of service (55% very satisfied), food taste (62.5% very satisfied), shop atmosphere (45% very satisfied), cleanliness (50% very satisfied), and facilities (42.5% very satisfied), with an overall satisfaction rate (Very Satisfied + Satisfied) of 84%. Customers' favorite menus were Cuanki Doeloe (37.5%), Bakmi Ayam (25%), Ubi Brullee (17.5%), Teh Solo (12.5%), and Cireng (7.5%). These findings were supported by interview results indicating the need for improvements in complementary facilities and seating comfort during peak hours. In conclusion, customer ratings and reviews play a strategic role in the evaluation process, decision-making, and service development of culinary businesses at Kedai Tempoe Doloe.*

**Keywords:** Rating, Customer Review, Satisfaction, Culinary Business, Bengkulu City.

#### **Abstrak**

Perkembangan bisnis kuliner di era digital menuntut pelaku usaha untuk memanfaatkan platform daring dalam membangun citra dan meningkatkan daya saing. Salah satu elemen penting dalam ekosistem digital tersebut adalah rating dan ulasan pelanggan yang dapat memengaruhi persepsi calon konsumen dan keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak rating dan ulasan pelanggan terhadap perkembangan Kedai Tempoe Doloe di Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 40 orang pelanggan dan wawancara semi-terstruktur dengan kepala kedai. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik dan persentase distribusi frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan memberikan penilaian positif terhadap aspek pelayanan (55% sangat puas), cita rasa makanan (62,5% sangat puas), suasana kedai (45% sangat puas), kebersihan tempat (50% sangat puas), dan fasilitas kedai (42,5% sangat puas), dengan akumulasi tingkat kepuasan (Sangat Puas + Puas) sebesar 84%. Menu favorit pelanggan adalah Cuanki Doeloe (37,5%), Bakmi Ayam (25%), Ubi Brullee (17,5%), Teh Solo (12,5%), dan Cireng (7,5%). Temuan ini juga diperkuat hasil wawancara yang menyatakan perlunya peningkatan fasilitas dan kenyamanan saat jam sibuk. Kesimpulannya, rating dan ulasan pelanggan memiliki peran strategis dalam proses evaluasi, pengambilan keputusan, dan pengembangan layanan usaha kuliner di Kedai Tempoe Doloe.

**Kata kunci:** Kepuasan, Kota Bengkulu, Rating, Ulasan Pelanggan, Usaha Kuliner.



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 7 Juli 2025; Disetujui: 8 Agustus 2025; Terbit: 12 Agustus 2025

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat industri kuliner di Indonesia, khususnya di kota-kota seperti Bengkulu, menciptakan persaingan bisnis yang sangat kompetitif, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Menurut Harjadi *et al.*, (2015), untuk memulai sebuah bisnis memang membutuhkan taktik dan strategi. Dalam merencanakan bisnis aktivitas menggali inovasi dan kreativitas harus dikembangkan dengan pengelolaan interaksi dari berbagai proses dan didukung budaya untuk selalu bertanya. Menurut Mudayat, *et al.* (2019), Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam suatu lembaga organisasi atau perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor internal dan eksternal. Di era digital, faktor eksternal seperti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. *Rating* dan ulasan pelanggan di *platform* daring, meskipun merupakan *feedback* dari konsumen (eksternal), mempengaruhi faktor internal seperti strategi pemasaran dan citra merek kedai.

*Rating* adalah salah satu bentuk e-WOM (*Electronic Word of Mouth*) yang berfungsi untuk memberikan *rating* berupa bintang dengan skala 1 bintang hingga 5 bintang. Semakin tinggi bintang yang diberikan maka semakin baik produk yang dirating. Biasanya *rating* yang diberikan oleh konsumen akan diolah menjadi rata-rata *rating* sebuah toko atau produk sehingga konsumen dapat mengetahui kredibilitas toko atau produk yang diberi *rating* dan selanjutnya mengambil keputusan pembelian. (Wijaya *et al.*, 2023). Menurut Ramadhani *et al.*, (2021), semakin tinggi nilai *rating* maka semakin meningkat pula minat beli konsumen. Ulasan *online* adalah salah satu hal penting bagi konsumen untuk menarik minat pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Fachruraza (2018) yang menyatakan bahwa ulasan daring merupakan salah satu bentuk *word of mouth* yang menyediakan informasi serta rekomendasi pelanggan, sekaligus menjadi media penting bagi pelaku bisnis untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan berdasarkan pengalaman pelanggan. Survei dari BrightLocal menyatakan bahwa 93% konsumen membaca

ulasan *online* untuk membuat minat pembelian dan 85% konsumen mempercayai ulasan tersebut. Kepercayaan yang muncul dari konsumen menunjukkan bahwa keinginan mereka telah terpenuhi, sehingga munculnya minat beli konsumen. Dalam kegiatan berbelanja *online* konsumen perlu mencari informasi lebih mengenai produk yang akan dibelinya untuk menekan dampak negatif yang didapat. Biasanya *rating* toko *online* yaitu dalam bentuk bintang di mana lebih banyak bintang maka menunjukkan nilai yang lebih baik. Banyaknya *rating* dan *review* yang dibuat berlebihan dapat mempengaruhi kepercayaan dan memungkinkan mempengaruhi minat pembelian (Ramadhani *et al.*, 2021). Pentingnya ulasan *online* sudah akhir-akhir ini. Dengan keberadaannya di mana-mana dan keluasannya, sekarang dapat melihat tingkat kepuasan pelanggan di satu sisi tanpa banyak kesulitan, dan bahkan terus menerapkan umpan balik untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan (Aryadi *et al.*, 2023).

Dari hasil wawancara dengan kepala *manager* kedai tempoe doeloe, diketahui bahwa tempat tersebut berdiri sejak 2023 lalu. Kedai tempoe doeloe terletak di jalan Panjaitan, Kampung Cina, Kota Bengkulu. Di tempat tersebut, pengunjung akan disugahi dengan suasana zaman dulu. Di bagian depan, ada jendela dengan arsitektur lama berwarna hijau. Masuk ke dalam kafe, pengunjung akan melihat banyak sekali barang-barang antik tempo dulu yang menemani kehidupan di tahun 90-an (Juniandra 2025). Observasi lebih lanjut, kedai tempoe doeloe merupakan salah satu tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat umum terutama kalangan remaja. Tempat ini biasanya ramai pada malam hari terutama hari libur. Untuk memastikan keberlanjutan usaha, Kedai Tempoe Doeloe perlu memahami dan mengelola dampak *rating* dan ulasan online secara efektif. Ulasan positif dapat menjadi aset berharga dalam menarik pelanggan baru dan memperkuat citra merek, sementara ulasan negatif, jika tidak ditangani dengan baik, dapat berdampak negatif terhadap reputasi dan keberhasilan usaha kedai tempoe doeloe.

Penelitian mengenai *rating* dan ulasan pernah dilakukan oleh (Effendi *et al.*, 2022) yaitu “Dampak *Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada Di Kecamatan Saguling

Kabupaten Bandung Barat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *Rating* (X1) maupun *Online Customer Review* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *marketplace* Lazada wilayah Kecamatan Saguling. Secara parsial, *Rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien sebesar 0,260 dan nilai signifikansi yang menunjukkan signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 168,485 dan signifikansi 0,000. Selain itu, dari analisis regresi berganda, diperoleh persamaan  $Y = 7,031 + 0,260X1 + 0,491X2$ , yang menunjukkan bahwa peningkatan *rating* dan *review* secara bersamaan akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Lazada.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Ramadhani *et al.*, 2021) tentang “Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *rating* maupun *online consumer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di *marketplace* Shopee. Selain itu, *rating* dan ulasan pengguna juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan ini berperan sebagai variabel mediasi yang memediasi hubungan antara *rating* dan ulasan dengan minat beli, sehingga semakin tinggi *rating* dan ulasan yang dianggap kredibel dan positif, maka kepercayaan konsumen meningkat, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka untuk melakukan pembelian. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa penilaian dan ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli, serta menunjukkan pentingnya kualitas ulasan dan *rating* dalam proses pengambilan keputusan konsumen di era digital ini. Adapun perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian ini berfokus pada suatu tempat kuliner ternama di Kota Bengkulu yaitu kedai Tempoe Doeloe Kota Bengkulu.

Dari uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Dampak Rating Dan Ulasan Terhadap Perkembangan Kedai Tempoe Doeloe Kota Bengkulu.**” Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

secara menyeluruh dan mendalam dampak *rating* dan ulasan *online* terhadap perkembangan kedai Tempoe Doeloe di Kota Bengkulu. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga bagi perkembangan bisnis kuliner di Bengkulu, memberikan rekomendasi strategis bagi kedai Tempoe Doeloe, dan menjadi referensi bagi usaha kuliner lain dalam memanfaatkan *platform* daring untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam peran customer dalam memberikan penilaian dan ulasan terhadap Kedai Tempoe Doeloe di Kota Bengkulu. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa fenomena sosial berupa perilaku dan pandangan *customer* terhadap sebuah kedai makanan lebih tepat digambarkan melalui deskripsi verbal berdasarkan pengalaman langsung informan tanpa menggunakan data kuantitatif atau uji statistik. Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Tempoe Doeloe, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Kota Bengkulu. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* karena kedai ini aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menerima serta menampilkan ulasan pelanggan. Salahuddin *et al.*, (2024) menyebutkan bahwa *feedback* pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas dan mutu layanan di usaha kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada *customer* dan wawancara semi-terstruktur dengan kepala kedai untuk memperoleh informasi langsung terkait penilaian dan ulasan yang diberikan *customer*. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 1 Juli 2025.

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari *customer* Kedai Tempoe Doeloe dan kepala kedai sebagai informan kunci. *Customer* berperan sebagai responden yang mengisi kuesioner yang disusun oleh peneliti, dengan kriteria pernah berkunjung ke kedai dan bersedia memberikan penilaian. Jumlah responden sebanyak 40 orang dengan latar belakang yang bervariasi. Sementara itu, kepala Kedai Tempoe Doeloe diwawancarai secara

langsung untuk mengetahui tanggapan dan kebijakan kedai terhadap ulasan *customer*. Pada saat wawancara, peneliti juga menunjukkan hasil rekapitulasi kuesioner yang telah diperoleh dari customer kepada kepala kedai, guna memperoleh respons dan klarifikasi lebih lanjut terkait hasil penilaian tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada *customer* dan wawancara semi-terstruktur dengan kepala kedai. Hal serupa dilakukan oleh Supriyati *et al.*, (2023), yang menggunakan observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner dalam penelitian mengenai kualitas layanan di usaha kuliner. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 4 pilihan jawaban. Kuesioner disusun berdasarkan lima aspek penilaian, yaitu pelayanan, cita rasa makanan, suasana kedai, kebersihan tempat, dan fasilitas kedai, dengan beberapa butir pertanyaan. Beberapa contoh pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1:** Contoh Butir Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Bagaimana penilaian anda terhadap keramahan pelayanan di Kedai Tempoe Doeloe?
2	Bagaimana penilaian anda terhadap kelezatan dan cita rasa menu yang disajikan?
3	Apakah suasana kedai nyaman untuk bersantai atau berkumpul bersama teman dan keluarga?
...	.....
5	Bagaimana kenyamanan fasilitas tempat duduk dan meja tersedia?

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yaitu dengan cara mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah diperoleh. Analisis tematik dipilih karena fleksibel, mudah diterapkan, dan sesuai untuk menganalisis data kualitatif berupa hasil kuesioner terbuka dan wawancara. Sebagaimana dijelaskan oleh Dwi Kristanto & Sri Padi (2020), analisis tematik merupakan metode kualitatif yang bertujuan membangun tema-tema dari sekumpulan data melalui proses membaca data secara berulang, melakukan pengkodean, serta mengelompokkan hasil kode menjadi tema yang merepresentasikan data

tersebut. Selain itu, menurut Rozali (2022), analisis tematik merupakan metode yang efektif dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti menemukan pola atau tema penting dari data hasil wawancara dan kuesioner melalui proses pengelompokan dan analisis mendalam terhadap data yang dikumpulkan. Untuk data kuesioner, selain dianalisis secara deskriptif tematik, hasilnya juga dihitung dalam bentuk persentase untuk memudahkan pembacaan kecenderungan jawaban responden. Persentase dihitung dengan menggunakan rumus distribusi frekuensi sederhana sebagaimana digunakan dalam penelitian Hulukati *et al.*, (2018) Persamaan 1.

$$P = \frac{S}{N} \times 100\% \quad (1)$$

Keterangan:

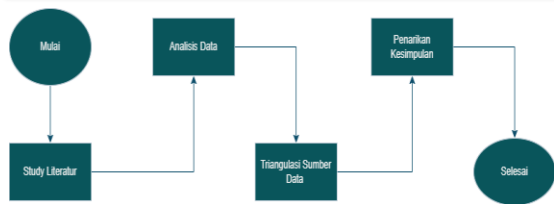
P = nilai persentase hasil perhitungan,

S = jumlah responden yang memberikan jawaban pada kategori tertentu,

N = jumlah keseluruhan responden.

Hasil perhitungan persentase tersebut kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi untuk menggambarkan persebaran penilaian pelanggan terhadap lima aspek layanan yang diteliti, yaitu pelayanan, cita rasa makanan, suasana kedai, kebersihan tempat, dan fasilitas.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil kuesioner, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh data yang konsisten dan valid. Menurut Susanto *et al.*, (2023), triangulasi sumber merupakan salah satu teknik uji keabsahan data kualitatif yang dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek ulang data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh. Penelitian ini akan dilakukan sebagaimana alur Penelitian pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Flowchart Prosedur Pelaksanaan Penelitian

Pada Gambar 1, alur penelitian diawali dengan tahap Mulai, kemudian dilanjutkan dengan Studi Literatur untuk mengumpulkan teori, konsep, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan sebagai dasar dalam pelaksanaan penelitian. Setelah itu, dilakukan proses Analisis Data terhadap data yang diperoleh dari hasil kuesioner dan wawancara. Hasil analisis ini kemudian diverifikasi melalui Triangulasi Sumber Data, yaitu dengan membandingkan data dari kuesioner, wawancara, dan dokumentasi guna memastikan keabsahan informasi. Tahap selanjutnya adalah Penarikan Kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan triangulasi yang telah dilakukan, sebelum akhirnya penelitian dinyatakan selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



**Gambar 2.** Proses Penyampaian Materi

Pada gambar 2, dilakukan proses penyampaian materi oleh tim peneliti kepada pihak Kedai Tempoe Doloe sebelum pelaksanaan kegiatan penelitian. Proses ini dilakukan sebagai bentuk koordinasi awal untuk menjelaskan tujuan, ruang lingkup, serta metode yang akan digunakan dalam penelitian, termasuk penyebaran kuesioner kepada pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada 40 orang *customer* Kedai Tempoe Doloe serta

wawancara semi-terstruktur dengan kepala kedai. Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, mayoritas pelanggan memberikan penilaian positif terhadap aspek pelayanan, cita rasa makanan, suasana kedai, kebersihan, dan fasilitas. Meskipun demikian, terdapat beberapa catatan yang disampaikan pelanggan terkait kenyamanan pengunjung pada waktu-waktu tertentu.



**Gambar 3.** Pembagian Kuesioner

Persentase pada tabel diperoleh dari hasil perhitungan jumlah responden dalam setiap kategori dibagi dengan jumlah total responden, kemudian dikalikan 100%, sesuai dengan rumus persentase yang telah dijelaskan pada bagian metode

Rekapitulasi hasil penilaian *customer* terhadap lima aspek utama tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

**Tabel 2:** Rekapitulasi Penilaian Customer Terhadap Kedai Tempoe Doloe

No	Aspek yang Dinilai	Sangat Puas	Puas	Cukup	Tidak Puas
1	Pelayanan	22	13	5	0
2	Cita Rasa Makanan	25	11	4	0
3	Suasana Kedai	18	15	6	1
4	Kebersihan Tempat	20	13	6	1
5	Fasilitas Kedai	17	14	8	1

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa pada aspek pelayanan, sebanyak 22 orang (55%) menyatakan sangat puas, 13 orang (32,5%) puas, dan 5 orang (12,5%) cukup puas.

Tidak terdapat responden yang menyatakan tidak puas terhadap pelayanan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan di Kedai Tempoe Doeloe dinilai sangat baik oleh mayoritas pelanggan.

Selanjutnya, pada aspek cita rasa makanan, sebanyak 25 orang (62,5%) menyatakan sangat puas, 11 orang (27,5%) puas, dan 4 orang (10%) cukup puas. Tingginya persentase kepuasan ini mengindikasikan bahwa kualitas rasa makanan menjadi salah satu faktor utama yang menarik pelanggan untuk berkunjung. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas makanan yang disajikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen.

Pada aspek suasana kedai, sebanyak 18 orang (45%) menyatakan sangat puas, 15 orang (37,5%) puas, 6 orang (15%) cukup puas, dan 1 orang (2,5%) tidak puas. Walaupun sebagian besar pelanggan memberikan nilai positif, adanya responden yang merasa tidak puas menunjukkan perlunya perbaikan kenyamanan di saat jam sibuk atau situasi tertentu.

Aspek kebersihan tempat memperoleh hasil 20 orang (50%) menyatakan sangat puas, 13 orang (32,5%) puas, 6 orang (15%) cukup puas, dan 1 orang (2,5%) tidak puas. Sementara itu, pada aspek fasilitas kedai, terdapat 17 orang (42,5%) sangat puas, 14 orang (35%) puas, 8 orang (20%) cukup puas, dan 1 orang (2,5%) tidak puas. Hasil ini memperlihatkan bahwa fasilitas dan kebersihan telah mendapat penilaian baik dari pelanggan, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan. Jika dilihat secara keseluruhan dari 200 tanggapan yang diperoleh dari lima aspek penilaian (5 aspek  $\times$  40 responden), terdapat 102 tanggapan (51%) dalam kategori Sangat Puas, 66 tanggapan (33%) dalam kategori Puas, 29 tanggapan (14,5%) dalam kategori Cukup, dan hanya 3 tanggapan (1,5%) dalam kategori Tidak Puas. Persentase ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan Kedai Tempoe Doeloe merasa puas terhadap layanan, makanan, suasana, kebersihan, dan fasilitas yang tersedia, dengan tingkat kepuasan (Sangat Puas + Puas) mencapai 84%. Capaian ini dapat menjadi indikator bahwa kedai ini berhasil memenuhi ekspektasi mayoritas pelanggannya.

Selain lima aspek layanan, penelitian ini juga mengidentifikasi menu favorit pelanggan di Kedai Tempoe Doeloe.

Berdasarkan hasil kuesioner, preferensi pelanggan terhadap menu yang tersedia disajikan dalam Tabel 3 berikut.

**Tabel 3:** Preferensi Menu Favorit Pelanggan di Kedai Tempoe Doeloe

No	Nama Menu	Jumlah Responden	Presentase(%)
1	Cuanki Doeloe	15	37,5%
2	Bakmi Ayam	10	25%
3	Ubi Brullee	7	17,5%
4	Teh Solo	5	12,5%
5	Cireng	3	7,5%
	Jumlah	40	100%

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa menu Cuanki Doeloe menjadi menu yang paling banyak dipilih oleh pelanggan, dengan total 15 orang (37,5%) responden. Menu ini menempati posisi teratas sebagai hidangan favorit yang banyak diminati. Selanjutnya, Bakmi Ayam dipilih oleh 10 orang (25%), diikuti Ubi Brullee sebanyak 7 orang (17,5%), Teh Solo sebanyak 5 orang (12,5%), dan Cireng sebanyak 3 orang (7,5%).

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pihak pengelola menyadari beberapa catatan pelanggan terkait kenyamanan area makan saat waktu ramai serta keterbatasan fasilitas pelengkap. Hasil rekapitulasi data kuesioner yang ditunjukkan peneliti kepada kepala kedai diterima dengan baik dan akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan, menjaga konsistensi cita rasa, serta memperbaiki fasilitas kedai. Secara umum, penelitian ini memperlihatkan bahwa pelanggan Kedai Tempoe Doeloe memberikan penilaian positif terhadap layanan, makanan, suasana, kebersihan, dan fasilitas yang tersedia. Pada aspek pelayanan, mayoritas pelanggan merasa puas terhadap keramahan dan kecepatan pelayanan. Cita rasa makanan dinilai memuaskan karena konsisten dan sesuai dengan konsep menu tempo dulu yang ditawarkan. Suasana kedai pun dinilai cukup baik, meskipun beberapa pelanggan menyampaikan keluhan terkait kenyamanan saat jam sibuk. Kebersihan tempat dan fasilitas kedai secara umum mendapat penilaian baik, tetapi pelanggan berharap adanya perbaikan

fasilitas tambahan serta peningkatan kebersihan saat waktu ramai.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa peran pelanggan dalam memberikan ulasan dan penilaian memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan layanan usaha kuliner. Masukan pelanggan, baik melalui kuesioner, wawancara langsung, maupun ulasan di media sosial, menjadi sumber informasi penting dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan manajemen usaha.

## KESIMPULAN

Penilaian Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai peran *customer* dalam memberikan penilaian dan ulasan terhadap Kedai Tempo Doeloe di Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa secara umum pelanggan memberikan penilaian positif terhadap layanan yang disediakan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap aspek pelayanan, cita rasa makanan, suasana kedai, kebersihan tempat, dan fasilitas tergolong tinggi, dengan akumulasi nilai kepuasan (kategori Sangat Puas dan Puas) mencapai 84% dari total tanggapan. Cita rasa makanan menjadi aspek yang memperoleh tingkat kepuasan tertinggi, disusul pelayanan, kebersihan, suasana kedai, dan fasilitas.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa Cuanki Doeloe merupakan menu favorit pelanggan, diikuti Bakmi Ayam, Ubi Brullee, Teh Solo, dan Cireng. Data ini memperlihatkan bahwa menu tradisional menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Hasil wawancara dengan kepala kedai menunjukkan adanya kesesuaian dengan hasil kuesioner. Pihak pengelola menyadari catatan pelanggan terkait kenyamanan saat jam ramai serta fasilitas pelengkap yang masih perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa ulasan dan penilaian pelanggan memberikan kontribusi penting dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan manajemen usaha, serta menjadi acuan dalam perbaikan dan peningkatan kualitas layanan di Kedai Tempo Doeloe.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada manajemen Kedai Tempo Doloe Kota Bengkulu atas segala bantuan dan kontribusi yang diberikan selama proses penelitian dan penulisan jurnal ini. Kerja

sama yang baik dari pihak Kedai Tempo Doloe telah sangat membantu dalam memperoleh data dan informasi yang akurat, sehingga memungkinkan penyusunan jurnal ini dengan hasil yang memuaskan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran proses penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryadi., Akram, J., Basith, Y.A.A., Munawir., Agustini, D.A.R. (2023). Analisis Data Review Hotel Di Google Maps Melalui Text Mining (Studi Kasus : Kabupaten Bandung). *Jurnal Informatika Dan Komputer* 7 (2): 312. <https://doi.org/10.26798/jiko.v7i2.938>.
- Dwi, K., Yosep., Padmi, R.S. (2020). Analisis Data Kualitatif: Penerapan Analisis Jejaring Untuk Analisis Tematik Yang Cepat , Transparan , Dan Teliti. *Jurnal Koridor* 1 (5): 1–21.
- Effendi., Djatnika, A., Sutanto, H., Purnamasari, D. (2022). Dampak Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada Di Kecamatan Saguling Kabupaten Bandung Barat. *Distingsi: Journal Of Digital Society* 1 (1). <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.616>.
- Fachrureza., Dewanta. (2018). A RTI PENTING TINGKAT KEPUASAN PARA PELANGGAN, no. September, 5–6.
- Harjadi., Dikdik., Fatmasari, D. (2015). *Pengantar Bisnis*. Kuningan: Uniko Press.
- Hulukati., Wenny., Djibran, M.R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)* 2 (1): 73. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>.
- Juniandra., Romi. (2025). Antik Dan Instagramable, Nikmati Vibes Nostalgia Masa Kecil Di Kedai Tempo Doeloe

- Bengkulu. Tribun Bengkulu.
- Mudayat., Arisanti, D., Fail, M. (2019). *PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS Author : Design Cover : Surabaya: Scopindo.*
- Ramadhani., Tiara., Budimansyah., Sanjaya, V. F. (2021). "Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoppee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)." *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2 (2): 143–62. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>.
- Rozali., Asmi, Y. (2022). "Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik."
- Salahuddin., Sabila, I., Amirullah. (2024). "Analisis Dan Implementasi Sistem Penilaian Ulasan Dengan Teknik Sentiment Analysis Berbasis Machine Learning Untuk Peningkatan Feedback Pemilik Cafe." *Jurnal Infomedia: Teknik Informatika, Multimedia, Dan Jaringan* 9:68–79.
- Supriyati., Putra, F. E., Widya, A. R. (2023). "Design of Service Quality and Analysis of Customer Satisfaction in SME Culinary Products with the Quality Function Deployment Method." *Journal of Applied Industrial Engineering* 15 (2): 142–53. <https://doi.org/10.22441/oe.2023.v15.i2.080>.
- Susanto., Dedi., Risnita., Jailani, M. S. (2023). "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah" 1 (1): 53–61.
- Wijaya., Evelyn., The, S., Santoso, P. H., Chandra, J., Suyono. (2023). "Dampak Harga, Ulasan Online, Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia." *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen* 11 (2): 225–33. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i2.3461>.
- Wijaya & Willy. (2017). "KEPUASAN KONSUMEN DI YOSHINOYA