Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TENAN UMKM DI REST AREA KM 207A CIREBON: PERSPEKTIF KONSUMEN DAN PELAKU USAHA

Komala Sari[1*], Feri Fauzi[2], Mualif Ismail[3]
[1,2,3]Universitas Catur Insan Cendekia
komalasari.mj.23@cic.ac.id, feri.fauzi@cic.ac.id,
mualif.ismail@cic.ac.id
*Penulis Korespondensi

Informasi Artikel

Pengajuan	:	05-09-2026
Peninjauan	:	11-09-2026
Revisi	:	21-10-2026
Dietrima	:	27-10-2026
Diterbitkan	:	30-10-2026

Kata Kunci
Daya Tanggap, Empati, Keandalan, Kualitas Pelayanan, Tenant UMKM

AbstraK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan tenant UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon berdasarkan perspektif konsumen dan pelaku usaha dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 10 informan, yang terdiri atas 5 konsumen dan 5 pelaku UMKM. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, studi pustaka, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi empati dan daya tanggap menjadi keunggulan pelayanan, terutama dalam hal keramahan dan kesigapan karyawan dalam melayani konsumen. Namun, dimensi keandalan dan bukti fisik masih memerlukan perbaikan, terutama terkait ketepatan pesanan, konsistensi kebersihan saat terjadi lonjakan pengunjung, serta belum tersedianya standar operasional prosedur (SOP) tertulis. Penelitian ini juga menemukan adanya kesenjangan persepsi antara pelaku usaha yang menilai pelayanan telah berjalan dengan baik dan konsumen yang masih merasakan beberapa kekurangan dalam pelaksanaannya. Simpulan penelitian ini adalah kualitas pelayanan tenant UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon secara umum telah memenuhi harapan dasar konsumen, tetapi belum optimal dan konsisten sehingga diperlukan peningkatan standar pelayanan, ketepatan pesanan, kebersihan, dan kompetensi karyawan

How To Cite: Sari, K., Fauzi, F., & Ismail, M. (2026). Analisis kualitas pelayanan tenan UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon: Perspektif konsumen dan pelaku usaha. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE), 3*(4), 334–344. https://doi.org/10.70248/jdedte.v3i4.5017

DOI: https://doi.org/10.70248/jdedte.v3i4.5017
This is an open access article under https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri

PENDAHULUAN

Perkembangan infrastruktur jalan tol di Indonesia telah mendorong peningkatan mobilitas masyarakat sekaligus menciptakan kebutuhan terhadap fasilitas pendukung perjalanan, salah satunya Tempat Istirahat dan Pelayanan (TIP) atau *rest area*. Keberadaan rest area tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat bagi pengguna jalan tol, tetapi juga berkembang menjadi ruang aktivitas ekonomi yang mempertemukan konsumen dengan berbagai penyedia barang dan jasa. Perkembangan jalan tol juga memiliki keterkaitan dengan perubahan aksesibilitas, perdagangan, dan investasi di wilayah yang dilaluinya (Ardiyono et al., 2018). Dalam konteks tersebut, rest area memiliki potensi ekonomi melalui aktivitas komersial yang melibatkan

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

berbagai jenis usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM menjadi bagian penting dalam perekonomian karena berperan dalam kegiatan produksi, perdagangan, serta penyerapan tenaga kerja (Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, n.d.). Dengan demikian, keberadaan tenant UMKM di rest area tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan pengunjung, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas ekonomi pada kawasan jalan tol.

Aktivitas ekonomi di rest area memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pusat perdagangan pada umumnya. Konsumen yang datang umumnya sedang melakukan perjalanan sehingga memiliki keterbatasan waktu untuk beristirahat, membeli makanan dan minuman, maupun memenuhi kebutuhan lainnya. Kondisi tersebut menjadikan kecepatan, ketepatan, kenyamanan, dan keamanan pelayanan sebagai aspek penting dalam membentuk pengalaman konsumen. Irawan dan Alversia (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan pada rest area jalan tol berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, Makmur (2021) menunjukkan bahwa persepsi pengguna jalan tol terhadap pelayanan berkaitan dengan pemenuhan aspek keselamatan, keamanan, dan kenyamanan. Penelitian Prastiyo et al. (2025) juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan jalan tol mencakup berbagai aspek, termasuk keandalan, aksesibilitas, keselamatan, kenyamanan rest area, dan daya tanggap pelayanan. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan merupakan bagian penting dalam pengelolaan fasilitas jalan tol, termasuk aktivitas pelayanan yang diberikan oleh tenant UMKM kepada pengunjung.

Dalam perspektif manajemen pemasaran jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian konsumen terhadap pengalaman yang diterimanya. Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir berupa produk atau jasa, tetapi juga mencakup proses interaksi antara penyedia layanan dan konsumen. Parasuraman et al. (1988) mengembangkan model SERVQUAL yang mengidentifikasi kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut dapat digunakan untuk memahami aspek pelayanan yang dirasakan konsumen, mulai dari kondisi fasilitas dan kebersihan lingkungan, ketepatan dalam memenuhi pesanan, kecepatan merespons kebutuhan, kemampuan memberikan rasa aman, hingga perhatian dan keramahan kepada pelanggan. Dalam konteks usaha berskala kecil, penerapan kualitas pelayanan perlu mempertimbangkan karakteristik operasional dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki pelaku usaha. Polyakova dan Mirza (2016) menekankan pentingnya penyesuaian penyampaian kualitas pelayanan dengan karakteristik sektor usaha kecil dan menengah, terutama berkaitan dengan perhatian personal dan kemampuan merespons kebutuhan konsumen.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji kualitas pelayanan pada sektor UMKM dan usaha kuliner. Suranto et al. (2023), misalnya, mengevaluasi kualitas pelayanan pada UMKM Restaurant Yoi dan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian Wahyuningsih et al. (2024) pada usaha mikro Tahu Walik Ahjib juga memperlihatkan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan memiliki keterkaitan dengan kepuasan konsumen, dengan daya tanggap sebagai dimensi yang paling berpengaruh. Hasil penelitian tersebut memperkuat pemahaman bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan usaha mikro dan kecil. Meskipun demikian, kajian

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

mengenai kualitas pelayanan UMKM masih perlu dikembangkan pada lingkungan usaha yang memiliki karakteristik konsumen berbeda, terutama tenant UMKM yang beroperasi di kawasan rest area jalan tol.

Berdasarkan pengamatan awal di Rest Area KM 207A Cirebon, masih ditemukan sejumlah persoalan dalam pelaksanaan pelayanan tenant UMKM, antara lain kebersihan lingkungan yang belum terjaga secara konsisten ketika jumlah pengunjung meningkat, kekeliruan dalam memenuhi pesanan, serta pengelolaan pelayanan yang belum didukung standar operasional prosedur (SOP) tertulis. Kondisi tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga konsistensi pelayanan, khususnya ketika pelaku usaha menghadapi peningkatan jumlah konsumen dalam waktu bersamaan. Selain itu, penilaian pelaku usaha terhadap pelayanan yang telah diberikan belum tentu sepenuhnya sama dengan pengalaman konsumen sebagai penerima layanan. Perbedaan sudut pandang tersebut penting dikaji karena evaluasi yang hanya didasarkan pada penilaian konsumen belum sepenuhnya menggambarkan kendala operasional yang dihadapi pelaku usaha. Sebaliknya, penilaian dari pelaku usaha saja belum cukup untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman konsumen.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu, terdapat ruang kajian yang masih dapat dikembangkan. Penelitian mengenai kualitas pelayanan pada rest area telah membahas hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas pengguna jalan tol (Irawan & Alversia, 2024), sedangkan penelitian pada sektor UMKM lebih banyak menempatkan konsumen sebagai sumber utama penilaian kualitas pelayanan (Suranto et al., 2023; Wahyuningsih et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan sudut pandang yang berbeda dengan mengkaji kualitas pelayanan tenant UMKM di rest area melalui keterlibatan dua kelompok informan, yaitu konsumen sebagai penerima layanan dan pelaku UMKM sebagai penyedia layanan. Penggunaan kedua perspektif tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai praktik pelayanan, kesesuaian antara upaya pelayanan dan pengalaman konsumen, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam mempertahankan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan tenant UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, dengan memperhatikan perspektif konsumen dan pelaku usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian kualitas pelayanan pada UMKM yang beroperasi di kawasan rest area, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pelaku UMKM dan pengelola rest area dalam meningkatkan mutu pelayanan secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Mutu pelayanan menjadi elemen krusial dalam operasional bisnis sektor jasa, tidak terkecuali bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada prinsipnya, mutu pelayanan diukur dari tingkat kesesuaian antara layanan yang disajikan dengan ekspektasi serta kebutuhan konsumen. Evaluasi terhadap mutu ini tidak sekadar menitikberatkan pada produk akhir layanan, melainkan juga mencakup seluruh rangkaian interaksi yang terjadi selama proses pemberian layanan. Pengukuran kualitas pelayanan yang modern pada sektor bisnis kecil didukung kuat oleh studi

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

komparatif oleh Polyakova dan Mirza (2016), yang menyoroti pentingnya penyesuaian indikator SERVQUAL agar relevan dengan karakteristik UMKM. Mereka berargumen bahwa efektivitas penyampaian layanan pada bisnis skala mikro dipengaruhi secara simultan oleh persepsi subyektif konsumen atas perhatian yang personal dan kapasitas tanggap dari pemilik usaha.

Model SERVQUAL dalam Konteks UMKM. Model SERVQUAL telah banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, termasuk pada sektor UMKM. Model ini bekerja dengan mengidentifikasi kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Semakin minimal celah perbedaan tersebut, maka mutu pelayanan yang disajikan dinilai semakin tinggi. Dimensi seperti empati dan daya tanggap sering kali menjadi faktor dominan dalam konteks UMKM karena interaksi antara penjual dan pembeli berlangsung secara lebih personal dibandingkan perusahaan besar. Namun demikian, model ini perlu disesuaikan dengan konteks lokal dan jenis usaha agar hasil pengukuran lebih akurat, termasuk dalam sektor kuliner dan rest area. Perspektif Konsumen dan Pelaku Usaha. Dari sudut pandang konsumen, kualitas pelayanan dinilai berdasarkan pengalaman langsung selama berinteraksi dengan penyedia layanan, yang dipengaruhi oleh kecepatan, keramahan, kebersihan, dan kualitas produk. Konsumen UMKM cenderung lebih sensitif terhadap aspek interpersonal seperti keramahan dan perhatian dibandingkan aspek formal seperti prosedur pelayanan. Di sisi lain, dari sisi pelaku usaha, kualitas pelayanan dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis di tengah keterbatasan sumber daya. Sering kali terdapat perbedaan penilaian, di mana penyedia layanan memiliki evaluasi yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan mereka dibandingkan persepsi yang dirasakan konsumen. Perbedaan ini menunjukkan adanya gap yang perlu diidentifikasi dan diperbaiki.

METODE PENELITIAN

Untuk menyajikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai mutu pelayanan *tenant* UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon, studi ini menerapkan metode deskriptif tanpa memanipulasi variabel di dalamnya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang berfokus pada upaya menggali pemahaman mendalam terkait fenomena pelayanan berdasarkan persepsi serta pengalaman langsung para informan. Penelitian ini dilangsungkan pada tahun 2026. Pemilihan subjek penelitian (informan) dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria kesesuaian dengan tujuan penelitian. Jumlah informan yang terlibat terdiri dari 5 orang konsumen (yang pernah bertransaksi dan memiliki pengalaman langsung di lokasi) serta 5 orang pelaku UMKM (pemilik tenan yang terlibat langsung dalam operasional pelayanan). Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunderMelalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) bersama informan dan observasi langsung terhadap proses pelayanan di *tenant* UMKM, peneliti berhasil menghimpun data primer. Sedangkan untuk data sekunder, pengumpulannya dilakukan melalui studi pustaka dan dokumentasi, seperti artikel jurnal relevan, buku referensi, literatur ilmiah, catatan di lapangan, serta foto aktivitas. Inti analisis dalam penelitian ini berpijak pada lima dimensi utama SERVQUAL, yang kemudian dijabarkan ke dalam indikator operasional sebagaimana tercantum pada Tabel 1 di bawah ini:

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

Tabel 1.
Aspek dan Parameter Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

No	Aspek	Parameter	Pertanyaan Wawancara Mendalam
1	Tangibles (Bukti Fisik)	Kondisilingkungan, Fasilitas, Penampilan karyawan	Bagaimana kondisi kebersihan, kenyamanan, ketersediaan fasilitas tenan, serta kerapihan karyawan saat melayani?
2	Reliability (Keandalan)	Ketepatan pelayanan, Konsistensi layanan, Kepercayaan	Apakah pelayanan yang diterima sesuai pesanan, bagaimana konsistensinya, dan sejauh mana tingkat kepercayaan konsumen?
3	Responsiveness (Daya Tanggap)	Kecepatan pelayanan, Kesigapan, Penanganan keluhan	Bagaimana pengalaman terkait kecepatan pelayanan, kesigapan membantu konsumen, dan respon terhadap keluhan?
4	Assurance (Jaminan)	Rasa aman, Kompetensi karyawan, Etika pelayanan	Apakah konsumen merasa aman, bagaimana pengetahuan produk karyawan, dan bagaimana sikap sopan santunnya?
5	Empathy (Empati)	Perhatian personal, Keramahan, Pemahaman kebutuhan	Apakah konsumen mendapat perhatian pribadi, bagaimana keramahan pelayanan, dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan?

Proses analisis data dalam penelitian ini menerapkan model interaktif dari Miles dan Huberman, yang terdiri atas tiga alur kegiatan utama: reduksi data untuk menyederhanakan temuan lapangan, penyajian data (*data display*) secara sistematis, serta penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi, berikut dipaparkan intisari perspektif dari pihak konsumen dan pelaku usaha.

Tabel 2.
Hasil Wawancara Perspektif Konsumen

Kutipan Wawancara	Perspektif Awal	Kategori	Aspek
"Tempatnya bersih, tapi kadang saat ramai apalagi libur panjang jadi kurang terjaga, kadang kotor banget."	Kebersihan tidak konsisten	Kondisi fisik	Tangibles

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

Kutipan Wawancara	Perspektif Awal	Kategori	Aspek
"Pelayanannya cepat, dan tidak perlu menunggu lama pesanan."	Kecepatan dalam pelayanan	Kecepatan layanan	Responsiveness
"Karyawannya ramah dan sopan saat melayani konsumen."	Sikap ramah	Interaksi pelayanan	Empathy
"Pesanan pernah tertukar saat kondisi ramai, dan lupa pesanan konsumen."	Kesalahan pesanan	Ketepatan pelayanan	Reliability
"Kalau ada komplain dari konsumen, langsung ditanggapi dengan baik."	Respon terhadap komplain	Penanganan masalah	Responsiveness

Berdasarkan Tabel 2, hasil wawancara terhadap konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tenant UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon secara umum telah memberikan pengalaman yang cukup baik, khususnya dalam aspek kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, dan penanganan keluhan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kekurangan yang dirasakan konsumen, terutama berkaitan dengan konsistensi kebersihan lingkungan dan ketepatan pemenuhan pesanan. Temuan tersebut menggambarkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya berjalan secara konsisten pada seluruh kondisi operasional.

Pada aspek tangibles (bukti fisik), konsumen menilai bahwa kondisi tempat pada dasarnya bersih, tetapi kebersihan belum selalu terjaga ketika jumlah pengunjung meningkat, khususnya pada saat libur panjang. Hal ini terlihat dari pernyataan informan, "Tempatnya bersih, tapi kadang saat ramai apalagi libur panjang jadi kurang terjaga, kadang kotor banget." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kebersihan lingkungan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan konsumen dalam menilai kenyamanan pelayanan. Ketika jumlah pengunjung meningkat, aktivitas transaksi dan penggunaan fasilitas juga bertambah sehingga kebersihan lebih sulit dipertahankan. Kondisi ini mengindikasikan perlunya pengawasan kebersihan secara berkala agar lingkungan tenant tetap nyaman, baik pada kondisi normal maupun ketika terjadi lonjakan pengunjung. Dengan demikian, kualitas bukti fisik tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh kemampuan tenant menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan secara berkelanjutan.

Pada aspek responsiveness (daya tanggap), konsumen memberikan penilaian positif terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Hal tersebut ditunjukkan melalui pernyataan, "Pelayanannya cepat, dan tidak perlu menunggu lama pesanan." Temuan ini memperlihatkan bahwa karyawan telah mampu memberikan pelayanan dalam waktu yang relatif singkat sehingga konsumen tidak harus menunggu terlalu lama untuk memperoleh pesanan. Kecepatan tersebut menjadi penting karena

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

pengunjung rest area umumnya memiliki waktu istirahat yang terbatas sebelum melanjutkan perjalanan. Pelayanan yang cepat dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan selama perjalanan sekaligus mengurangi potensi antrean. Namun, kecepatan pelayanan tetap perlu diimbangi dengan ketelitian agar pesanan yang diberikan sesuai dengan permintaan konsumen. Penilaian positif terhadap daya tanggap juga terlihat pada kemampuan karyawan dalam menangani keluhan. Konsumen menyampaikan, "Kalau ada komplain dari konsumen, langsung ditanggapi dengan baik." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa karyawan memiliki kesediaan untuk merespons permasalahan yang disampaikan konsumen. Respons yang baik terhadap keluhan merupakan bentuk tanggung jawab penyedia layanan dalam menjaga kenyamanan pelanggan. Ketika keluhan ditanggapi secara langsung, konsumen dapat merasa diperhatikan dan memperoleh kepastian bahwa permasalahan yang dialami tidak diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada penyelesaian transaksi, tetapi juga memperhatikan pengalaman konsumen ketika menghadapi kendala.

Pada aspek empathy (empati), konsumen memberikan penilaian positif terhadap sikap karyawan yang ramah dan sopan selama proses pelayanan. Hal ini tercermin dalam pernyataan, "Karyawannya ramah dan sopan saat melayani konsumen." Temuan tersebut menunjukkan bahwa interaksi antara karyawan dan konsumen telah mencerminkan sikap menghargai serta memberikan perhatian kepada pelanggan. Keramahan dan kesopanan dapat menciptakan suasana transaksi yang lebih nyaman, sehingga konsumen merasa dihargai ketika melakukan pembelian. Dalam kegiatan usaha UMKM, interaksi langsung menjadi bagian penting dari pengalaman pelayanan. Oleh karena itu, sikap ramah dan sopan perlu dipertahankan sebagai salah satu bentuk perhatian tenant terhadap kebutuhan dan kenyamanan konsumen.

Sementara itu, pada aspek reliability (keandalan), konsumen masih menemukan permasalahan terkait ketepatan pesanan. Hal tersebut terlihat dari pernyataan, "Pesanan pernah tertukar saat kondisi ramai, dan lupa pesanan konsumen." Pernyataan ini menunjukkan bahwa kemampuan tenant dalam memenuhi pesanan secara tepat belum sepenuhnya konsisten, terutama ketika jumlah konsumen meningkat dalam waktu bersamaan. Kesalahan dalam menerima, mencatat, maupun menyerahkan pesanan dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketepatan pelayanan perlu mendapatkan perhatian lebih serius karena konsumen tidak hanya mengharapkan pelayanan yang cepat, tetapi juga kesesuaian antara pesanan yang diminta dan produk yang diterima. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan pesanan yang lebih teratur, seperti pencatatan transaksi, pemeriksaan ulang pesanan, dan pembagian tugas karyawan secara jelas.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa konsumen menilai keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan sebagai aspek yang telah berjalan dengan baik. Sebaliknya, konsistensi kebersihan dan ketepatan pesanan masih menjadi bagian yang perlu diperbaiki. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan karyawan, tetapi juga oleh kemampuan tenant dalam menjaga kualitas operasional. Dengan demikian, peningkatan pelayanan perlu diarahkan pada keseimbangan antara kecepatan, keramahan, kebersihan, dan ketepatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

Tabel 3.
Hasil Wawancara Perspektif Pelaku UMKM

Kutipan Wawancara	Perspektif Awal	Kategori	Aspek
"Kami konsisten menjaga kebersihan, namun adakalanya kewalahan saat lonjakan pengunjung."	Kendala menjaga kebersihan	Pengelolaan fasilitas	Tangibles
"Kami berupaya menyajikan layanan yang sigap untuk menghindari antrean yang panjang."	Upaya pelayanan cepat	Kecepatan layanan	Responsiveness
"Kekeliruan pesanan disebabkan oleh intensitas kunjungan yang meningkat pada saat itu."	Kekeliruan saat ramai	Ketidakkonsistenan	Reliability
"Kami mewajibkan seluruh karyawan untuk menerapkan sikap ramah sebagai bagian dari standar layanan."	Penekanan keramahan	Sikap pelayanan	Empathy
"Kami belum memiliki SOP tertulis, tapi seluruh tim sudah menjalankan budaya kerja yang konsisten."	Tidak ada SOP formal	Standar pelayanan	Reliability
"Pihak kami akan segera mengatasi dan mencari solusi atas ketidaknyamanan konsumen."	Penanganan keluhan langsung	Respon masalah	Responsiveness

Berdasarkan Tabel 3, hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa penyedia layanan telah memiliki upaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan, terutama melalui pemeliharaan kebersihan, pemberian pelayanan secara cepat, penerapan sikap ramah, dan penanganan keluhan konsumen. Namun, pelaku usaha juga menghadapi sejumlah kendala dalam pelaksanaan pelayanan, khususnya ketika terjadi peningkatan jumlah pengunjung. Kendala tersebut berkaitan dengan keterbatasan dalam menjaga kebersihan, potensi kekeliruan pesanan, serta belum tersedianya standar operasional prosedur (SOP) tertulis. Pada aspek *tangibles* (bukti fisik), pelaku UMKM menyampaikan bahwa kebersihan merupakan salah satu hal yang berusaha dijaga dalam kegiatan operasional. Akan tetapi, peningkatan jumlah pengunjung terkadang membuat mereka kewalahan dalam mempertahankan kondisi lingkungan. Hal ini terlihat dari pernyataan, "Kami konsisten menjaga kebersihan, namun adakalanya kewalahan saat lonjakan pengunjung." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memahami pentingnya kebersihan sebagai bagian dari kualitas pelayanan. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan operasional yang memadai ketika aktivitas pelayanan meningkat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa menjaga kebersihan tidak cukup hanya mengandalkan kesadaran karyawan, tetapi juga membutuhkan pengaturan tugas dan jadwal pembersihan yang terencana. Dengan demikian, pelaku UMKM perlu

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

memastikan bahwa kegiatan pemeliharaan kebersihan tetap berjalan meskipun jumlah konsumen mengalami peningkatan.

Pada aspek *responsiveness* (daya tanggap), pelaku UMKM menjelaskan bahwa mereka berupaya memberikan pelayanan secara cepat untuk menghindari antrean panjang. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan, "Kami berupaya menyajikan layanan yang sigap untuk menghindari antrean yang panjang." Pernyataan tersebut mencerminkan adanya kesadaran pelaku usaha terhadap kebutuhan konsumen akan pelayanan yang praktis dan efisien. Upaya mempercepat pelayanan juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM berusaha menyesuaikan proses operasional dengan karakteristik pengunjung rest area yang memiliki keterbatasan waktu. Pelayanan yang sigap dapat membantu memperlancar transaksi dan mengurangi waktu tunggu konsumen. Namun, upaya tersebut perlu disertai pengaturan proses kerja yang baik agar kecepatan pelayanan tidak mengurangi ketelitian dalam memenuhi pesanan. Selain berupaya memberikan pelayanan secara cepat, pelaku UMKM juga menyatakan kesediaannya untuk menangani keluhan konsumen secara langsung.

Hal ini terlihat dari pernyataan, "Pihak kami akan segera mengatasi dan mencari solusi atas ketidaknyamanan konsumen." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki perhatian terhadap permasalahan yang dialami konsumen dan berupaya memberikan penyelesaian ketika terjadi ketidaknyamanan. Penanganan keluhan secara langsung merupakan bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga hubungan dengan pelanggan. Tindakan tersebut juga dapat membantu mencegah permasalahan berkembang menjadi ketidakpuasan yang lebih besar. Oleh karena itu, kemampuan merespons keluhan perlu dipertahankan sebagai bagian dari standar pelayanan tenant UMKM.Pada aspek *reliability* (keandalan), pelaku UMKM mengakui bahwa kekeliruan pesanan dapat terjadi ketika intensitas kunjungan meningkat. Hal tersebut ditunjukkan melalui pernyataan, "Kekeliruan pesanan disebabkan oleh intensitas kunjungan yang meningkat pada saat itu." Pernyataan ini memberikan gambaran mengenai kendala yang dihadapi pelaku usaha ketika harus melayani banyak konsumen dalam waktu bersamaan. Peningkatan jumlah transaksi dapat menambah beban kerja karyawan sehingga risiko kesalahan dalam menerima, mencatat, maupun menyerahkan pesanan menjadi lebih besar. Temuan ini sejalan dengan pengalaman konsumen yang juga menyampaikan adanya pesanan tertukar atau terlupakan ketika kondisi ramai. Kesamaan informasi dari kedua pihak memperlihatkan bahwa permasalahan ketepatan pesanan merupakan kendala nyata dalam pelaksanaan pelayanan, bukan sekadar penilaian sepihak dari konsumen. Oleh sebab itu, diperlukan perbaikan dalam sistem pengelolaan pesanan agar ketepatan pelayanan tetap terjaga meskipun terjadi peningkatan jumlah transaksi. Permasalahan keandalan juga berkaitan dengan belum tersedianya SOP tertulis sebagai pedoman pelayanan. Hal tersebut tercermin dalam pernyataan, "Kami belum memiliki SOP tertulis, tapi seluruh tim sudah menjalankan budaya kerja yang konsisten." Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan selama ini lebih banyak didasarkan pada kebiasaan dan kesepahaman antaranggota tim daripada pedoman operasional yang terdokumentasi. Budaya kerja yang konsisten memang dapat membantu menjaga kelancaran aktivitas sehari-hari, tetapi belum sepenuhnya menjamin keseragaman pelayanan pada setiap kondisi. Tanpa SOP tertulis, pelaksanaan tugas berpotensi bergantung pada pemahaman masing-masing karyawan, sehingga dapat menimbulkan perbedaan dalam proses penerimaan pesanan, penyajian produk, dan penanganan keluhan. Oleh karena

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 334-344

itu, penyusunan SOP sederhana diperlukan sebagai pedoman bersama agar setiap karyawan memahami prosedur dan tanggung jawabnya dalam memberikan pelayanan.

Pada aspek *empathy* (empati), pelaku UMKM menegaskan bahwa keramahan merupakan bagian dari standar perilaku yang harus diterapkan oleh seluruh karyawan. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan, "Kami mewajibkan seluruh karyawan untuk menerapkan sikap ramah sebagai bagian dari standar layanan." Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pelaku usaha telah menempatkan keramahan sebagai salah satu unsur penting dalam membangun hubungan dengan konsumen. Sikap ramah tidak hanya dimaknai sebagai perilaku yang baik, tetapi juga sebagai bentuk penghargaan terhadap pelanggan selama proses transaksi. Temuan ini sejalan dengan penilaian konsumen yang menyatakan bahwa karyawan bersikap ramah dan sopan ketika melayani. Kesesuaian tersebut menunjukkan bahwa kebijakan atau arahan yang diterapkan oleh pelaku usaha telah tercermin dalam pengalaman pelayanan yang dirasakan konsumen. Dengan demikian, keramahan menjadi salah satu aspek pelayanan yang telah berjalan relatif baik dan perlu dipertahankan melalui pembinaan karyawan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Bahwa kualitas pelayanan tenant UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon berdasarkan perspektif konsumen dan pelaku usaha secara umum telah berjalan cukup baik, tetapi belum sepenuhnya optimal dan konsisten. Dimensi daya tanggap dan empati menjadi aspek yang relatif kuat, ditunjukkan melalui kecepatan pelayanan, kesigapan dalam menangani keluhan, serta keramahan dan kesopanan karyawan. Sementara itu, dimensi bukti fisik dan keandalan masih memerlukan perbaikan, terutama dalam menjaga kebersihan ketika terjadi lonjakan pengunjung, memastikan ketepatan pesanan, serta menyediakan standar operasional prosedur (SOP) tertulis sebagai pedoman pelayanan. Perspektif konsumen dan pelaku usaha menunjukkan kesesuaian dalam mengidentifikasi kendala kebersihan dan ketepatan pesanan, meskipun pelaku usaha lebih menekankan upaya pelayanan yang telah dilakukan, sedangkan konsumen menilai berdasarkan pengalaman yang diterima secara langsung. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan perlu diarahkan pada penguatan pengelolaan operasional, penyusunan SOP, perbaikan sistem pencatatan dan pemeriksaan pesanan, serta pemeliharaan kebersihan secara berkala agar pelayanan tenant UMKM dapat berlangsung lebih konsisten dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Pernyataan mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

Kami menggunakan perangkat kecerdasan buatan (AI) secara terbatas untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, dan penyuntingan naskah guna meningkatkan kejelasan serta keterbacaan tulisan. Kami tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan seluruh konten akademik dalam naskah ini. Seluruh bagian naskah yang memperoleh bantuan AI telah kami tinjau dan verifikasi sebelum diserahkan.

Konflik Kepentingan

Kami menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik finansial maupun nonfinansial, dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

Kontribusi Penulis

Konseptualisasi: Komala Sari, Feri Fauzi, dan Mualif Ismail; metodologi: Komala Sari dan Feri Fauzi; pengumpulan data: Komala Sari, Feri Fauzi, dan Mualif Ismail; analisis formal: Komala Sari dan Feri Fauzi; interpretasi hasil: Komala Sari, Feri Fauzi, dan Mualif Ismail; penulisan dan penyusunan draf awal: Komala Sari; peninjauan dan penyuntingan naskah: Feri Fauzi dan Mualif Ismail. Kami bertiga telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan, baik konsumen maupun pelaku UMKM di Rest Area KM 207A Cirebon, yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi selama proses penelitian. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiyono, S. K., Parenrengi, N. P. A., & Faturachman. (2018). How does toll road impact accessibilities, trades, and investments in short term? A case study of Cipali toll road in West Java, Indonesia. Journal of Infrastructure, Policy and Development, 2(2), Artikel 673. https://doi.org/10.24294/jipd.v2i2.673

Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan. (n.d.). Defis XLII. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. https://djpk.kemenkeu.go.id/?portfolio=defis-xlii

Irawan, D. C., & Alversia, Y. (2024). Factors affecting customer loyalty: An empirical evidence from the toll road industry in Indonesia. Binus Business Review, 15(1), 1–13. https://doi.org/10.21512/bbr.v15i1.10045

Makmur, A. (2021). Evaluation of toll road users in Indonesia on the services received. Jurnal Jalan Jembatan, 38(1), 47–58. https://binamarga.pu.go.id/jurnal/index.php/jurnaljalanjembatan/article/view/962

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Polyakova, O., & Mirza, M. T. (2016). Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the SME sector. International Journal of Quality & Service Sciences, 8(3), 359–375. https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2015-0035

Prastiyo, I. B., Raharjo, E. P., & Maimunah, S. (2025). Updating the toll road service quality (TRSQ) model through the integration of AI-based technological innovations. Jurnal Jalan Jembatan, 42(2). https://doi.org/10.58499/jatan.v42i2.1386

Suranto, S., Marimin, A., Kusuma, I. L., & Pratiwi, D. N. (2023). Evaluation of service quality to increase customer satisfaction at UMKM Restaurant Yoi. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 7(2), 743–750. https://doi.org/10.29040/ijebar.v7i2.9274

Wahyuningsih, S., E, S. P., Marlini, W., & Alwi, M. T. (2024). Small micro enterprises: A review of service quality and customer satisfaction. Jurnal E-Bis, 8(2), 903–918. https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.2251