

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu kondisi yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan. Tingkat persaingan yang dihadapi oleh perusahaan – perusahaan saat ini dapat dikatakan sangatlah tinggi dan ketat. Setiap perusahaan tentunya akan selalu berusaha untuk dapat mencapai tujuannya dengan berbagai cara agar dapat menjadi pemimpin di bidangnya atau di pasarnya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaingnya. Dengan demikian, hanya perusahaan berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Persaingan yang ketat dalam dunia usaha ini tidak hanya terjadi pada perusahaan manufaktur, tetapi juga terjadi pada perusahaan jasa. Bagi perusahaan jasa, kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dengan adanya kepuasan konsumen maka akan tercipta loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Bisnis rumah makan merupakan bisnis yang tergolong ke dalam bisnis yang menawarkan produk dan juga jasa, dikarenakan dalam bisnis rumah makan pengusaha menawarkan produk yang berupa makanan dan juga minuman serta perusahaan pun menawarkan jasa berupa pelayanan terhadap konsumennya. Bisnis rumah makan dewasa ini semakin banyak kita temui, ini dikarenakan pada saat ini gaya kehidupan masyarakat telah berubah. Pada jaman sekarang tuntutan kehidupan semakin tinggi sehingga banyak orang – orang yang menjadi sangat sibuk dan menginginkan segala sesuatu yang serba praktis untuk

menghemat waktu mereka. Banyak orang yang sudah tidak memiliki waktu untuk memasak makanan mereka sendiri di rumah, khususnya bagi para pekerja kantoran. Maka dari itulah melihat situasi seperti ini banyak bermunculan bisnis rumah makan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan.

Selain dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat yang telah berubah, faktor lain yang menyebabkan semakin banyaknya bisnis rumah makan yang berdiri adalah faktor pariwisata. Setiap minggunya banyak wisatawan baik dari luar negeri maupun dalam negeri mengunjungi kota Bandung. Pada tahun 2010 kemarin, jumlah wisatawan dari luar negeri meningkat pesat hingga melampaui target. Di Tahun 2010, target kunjungan wisatawan mancanegara yaitu sebanyak 800 ribu orang, sementara jumlah kunjungan mencapai 1,2 juta orang wisatawan. Angka tersebut naik pesat dari jumlah wisatawan mancanegara tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 700 ribu orang wisatawan. (Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jabar, Ing Herdiwan; dikutip dari <http://bandung.detik.com/read/2011/02/11/165553/1569581/486>). Disamping wisatawan mancanegara, wisatawan lokal pun tak kalah banyak yang mengunjungi kota Bandung pada saat akhir pekan dan hari libur. Dapat kita lihat bahwa setiap akhir pekan dan hari libur ruas – ruas jalan di kota Bandung semakin penuh, seperti yang dikutip dari Harian Umum Pikiran Rakyat No. 30 pada hari Sabtu, 23/4/2011.

Selain dikarenakan kebudayaan, keadaan alam, serta factory outlet yang dapat menarik wisatawan berkunjung ke kota Bandung, wisata kuliner merupakan daya tarik utama wisata kota Bandung saat ini. Kota Bandung telah diposisikan sebagai sentra kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia (sumber [www.bandung-tourism.com](http://www.bandung-tourism.com)). Berikut ini merupakan data mengenai jumlah rumah makan yang terdapat di Bandung :

Tahun	Jenis			Jumlah
	Restoran	Rumah Makan	Bar	
2006	138	157	13	308
2007	175	257	25	457
2009	121	177	20	318
2010	184	272	30	486

Sumber : DISBUDPAR Kota Bandung ([www.bandungtourism.com/gov\\_i.php](http://www.bandungtourism.com/gov_i.php))

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Rumah Makan di Bandung Tahun 2006-2010**

Dari data tersebut diketahui bahwa adanya pertumbuhan jumlah restoran, rumah makan, dan café di kota Bandung yang cukup tinggi dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dikatakan bahwa tingkat persaingan pada bisnis rumah makan menjadi semakin ketat.


Pada prinsipnya setiap perusahaan ketika menjual produk – produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga produk yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal – hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal – hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kita ketahui bisnis rumah makan merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa, oleh sebab itu manajemen rumah makan harus mampu mengetahui kebutuhan serta keinginan yang mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Dalam hal ini peranan pemasaran jasa menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk rumah makan. Ini diperketat dengan semakin tingginya persaingan pada bisnis rumah makan.

Rumah makan Mye Hoppe merupakan sebuah rumah makan yang menyediakan berbagai jenis macam makanan berupa mie sebagai makanan utamanya. Selain makanan berupa mie, Mye Hoppe juga menyediakan berbagai macam makanan lainnya seperti, kuo tie, ebi furai, sandwich, baso goreng, dan juga berbagai macam aneka minuman. Rumah makan Mye Hoppe telah berdiri sejak tahun 2007. Konsep rumah makan Mye Hoppe merupakan konsep rumah makan *open kitchen*. Yang dimaksud dengan rumah makan *open kitchen* ini adalah bahwa rumah makan Mye Hoppe memiliki dapur di bagian depan rumah makan sehingga para konsumen dapat melihat secara langsung proses memasak di rumah makan Mye Hoppe. Konsep ini memiliki nilai tambah tersendiri bagi rumah makan Mye Hoppe karena konsumen dapat melihat secara langsung bahan – bahan yang digunakan dan bagaimana proses memasak di rumah makan Mye Hoppe ini sehingga konsumen dapat menilai sendiri kualitas keamanan dan kebersihan makanan di rumah makan Mye Hoppe.

Namun pada saat ini rumah makan Mye Hoppe harus menghadapi kenyataan bahwa banyak pesaing yang memiliki usaha yang serupa. Apalagi pada saat ini berdiri sebuah

rumah makan baru yang berlokasi dekat dengan rumah makan Mye Hoppe. Hal ini menjadi salah satu penyebab menurunnya pangsa pasar rumah makan Mye Hoppe. Selain itu omset yang diterima oleh rumah makan Mye Hoppe pun mengalami penurunan, ini dapat kita lihat dari data di bawah ini :

 <b>DATA OMZET</b> <b>RUMAH MAKAN MYE HOPPE</b> <b>PER JANUARY – DESEMBER 2010</b>		
Tahun	Bulan	Omzet
2010	January	Rp. 28.259.000
2010	February	Rp. 27.825.000
2010	Maret	Rp. 28.490.000
2010	April	Rp. 26.125.000
2010	Mei	Rp. 26.378.000
2010	Juny	Rp. 26.225.000
2010	July	Rp. 26.315.000
2010	Agustus	Rp. 25.820.000
2010	September	Rp. 26.137.000
2010	Oktober	Rp. 25.770.000
2010	November	Rp. 26.293.000
2010	Desember	Rp. 26.575.000
	<b>Total</b>	<b>Rp. 320.212.000</b>

Sumber : Rumah Makan Mye Hoppe

**Tabel 1.2**

**Data Omzet Rumah Makan Mye Hoppe Tahun 2010**

Menghadapi kenyataan ini rumah makan Mye Hoppe harus memikirkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memenangkan dan bahkan mengembangkan pangsa pasar mereka.

Seperti yang telah kita ketahui, untuk dapat bertahan atau bahkan berhasil memenangkan persaingan tersebut, rumah makan Mye Hoppe disamping harus memperhatikan kualitas makanan mereka, satu hal yang sangat penting juga pada bisnis rumah makan pada saat ini adalah kualitas pelayanannya atau *service quality*-nya agar dapat memenuhi harapan konsumen. Kepuasan konsumen adalah mutlak bagi rumah makan yang

ingin mempertahankan konsumen dalam jangka waktu panjang, karena dengan memenuhi perasaan puas dan menghindari perasaan kecewa konsumen berarti proses bisnis telah berjalan dengan baik dan konsumen akan terus datang kembali atau menjadi loyal. Apabila konsumen mendapatkan pelayanan yang baik maka akan memunculkan perasaan senang dan puas dalam diri mereka sehingga mereka pun akan lebih menikmati makanan yang mereka santap.

Melihat pentingnya faktor kualitas pelayanan dalam bisnis rumah makan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang hal tersebut dengan topik “Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus pada Rumah Makan Mye Hoppe di Bandung)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Semakin ketatnya persaingan yang terjadi pada bisnis rumah makan pada saat ini menyebabkan setiap pengusaha rumah makan harus menerapkan strategi pemasaran terbaik mereka agar dapat bertahan bahkan memenangkan persaingan ini. Bagi perusahaan jasa seperti rumah makan, salah satu strategi dalam menghadapi persaingan ini adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan / *service quality*-nya. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap rumah makan sehingga akan tercipta loyalitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka beberapa masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan rumah makan Mye Hoppe?
2. Atribut kualitas pelayanan mana yang menjadi prioritas perbaikan di rumah makan Mye Hoppe?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan rumah makan Mye Hoppe.
2. Mendapatkan informasi mengenai atribut kualitas pelayanan rumah makan Mye Hoppe yang menjadi prioritas perbaikan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kegunaan :

1. Bagi perusahaan

Dapat sebagai bahan masukan bagi perusahaan dan sebagai sumbangan pemikiran yang dapat bermanfaat bagi kelancaran dan kemajuan perusahaan.

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman penulis khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran yang berhubungan dengan masalah kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang serupa.