

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar, dimana pada Tahun 2005 Badan Kependudukan PBB (BPP) menetapkan bahwa penduduk Indonesia mencapai 241.973.879 jiwa dan menjadi salah satu indikator pasarnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Hal ini di gunakan oleh para perusahaan-perusahaan untuk memasarkan produk perusahaan tersebut, keberbagai perusahaan asing maupun perusahaan dalam negeri dan berusaha mendirikan usaha bisnis dan akan menciptakan jenis – jenis produk nantinya yang diprediksi akan digemari oleh para calon pelanggannya.

Salah satu caranya perusahaan agar dapat menjadi pemenang dalam persaingan antar perusahaan yaitu dengan cara perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan bagi para pelanggannya secara memuaskan. Jika perusahaan dapat menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya niscaya perusahaan tersebut akan dapat mencapai tujuan perusahaan tersebut

Pemasaran merupakan hal yang sangat mendasar dan penting untuk dipahami oleh setiap pelaku yang berkecimpung dalam dunia usaha, karena berhasil tidaknya perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya sangat tergantung pada bagaimana cara perusahaan memasarkan produknya sehingga dapat diterima oleh pelanggan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah dengan memenuhi kepuasan para pelanggannya agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Pimpinan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang baik, sehingga jaminan produk menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ada pada saat ini khususnya akan dijadikan sebagai tolak ukur untuk keunggulan daya saing perusahaan.

Salah satu jenis usaha yang memungkinkan menjaring pelanggan melalui kualitas pelayanan adalah rumah makan. Seperti masyarakat ketahui bahwa pemenuhan kebutuhan akan makanan merupakan salah satu kebutuhan fisik manusia selain pakaian dan rumah. Abraham Maslow dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2002:6) dalam teorinya berpendapat bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah:

- Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau disebut sebagai kebutuhan paling dasar.
- Kebutuhan rasa aman ,yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup.
- Kebutuhan untuk merasa memiliki ,yaitu kebutuhan untuk diterima oleh sekelompok, berafisiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
- Kebutuhan harga diri ,yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.

- Kebutuhan untuk mengaktualisasi diri yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill, dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu.

Artinya, manusia akan cenderung memenuhi kebutuhan fisiknya sebelum memenuhi kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Salah satu bentuk usaha rumah makan adalah kafe dan kantin yang ada di Indonesia dewasa ini; tidak hanya menawarkan produk khas Indonesia tetapi mulai dibanjiri oleh usaha rumah makan dari luar negeri dan dalam negeri, dan dalam hal ini Amerika dengan rumah makan cepat sajanya atau yang lazim disebut *fast food* mulai banyak memasuki Indonesia. Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata tidak luput dari perhatian produsen restoran untuk membuka usahanya; terdapat beberapa tempat makan salah satunya yaitu “KANTIN ELISA”

Pemilik menjamin konsumen akan mendapatkan sajian makanan dan minuman yang benar-benar enak di “KANTIN ELISA”. Agar calon konsumen tidak ragu, mereka tidak segan memajang daftar harga produknya di depan tempat makan. Strategi tersebut rupanya cukup jitu untuk memikat minat konsumen Kota Bandung. Tak mengherankan jika pengunjung terus bertambah .

Dalam mengelola bisnis tempat makan, pemilik merasa lebih nyaman bila akan menjalankan usahanya dengan sistem cabang. Pengelolaan cabang-cabang tersebut mereka percayakan kepada Manajer yang ditempatkan pada setiap cabangnya.

Dengan alasan tersebut di atas, Peneliti tertarik untuk meneliti pada “KANTIN ELISA” dimana rumah makan ini juga berada di beberapa daerah seperti, Jakarta, Bandung dan berbagai tempat lainnya. Adapun topik yang peneliti ajukan

adalah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada KANTIN ELISA Bandung”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan yang di lakukan “KANTIN ELISA” Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan “KANTIN ELISA”
3. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dari “KANTIN ELISA” terhadap tingkat kepuasan konsumen yang datang di “KANTIN ELISA”Bandung

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan mengintepretasikan data sebagai informasi yang dibutuhkan guna menyusun skripsi yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

- a. Pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh “KANTIN ELISA” adalah dengan mengutamakan pesanan konsumen dengan sajian yang bersih dan cepat , baik untuk take away ataupun di makan di tempat.
- b. Pelayanan yang diberikan cukup memuaskan konsumen yang datang untuk berkunjung , hal ini diketahui dengan banyaknya konsumen yang berkunjung di “KANTIN ELISA” Bandung?

- c. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan “KANTIN ELISA” terhadap tingkat kepuasan konsumen “KANTIN ELISA”Bandung?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Penulis

Memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan pada “KANTIN ELISA” Bandung dan merupakan media latihan bagi penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh pada saat perkuliahan.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai strategi kualitas pelayanan yang baik dalam mencapai kepuasan pelanggan, terutama pimpinan harus memperhatikan hal-hal apa saja yang dianggap penting agar pelanggan tersebut merasa puas.

- c. Bagi Pihak yang berkepentingan

Penelitian ini dijadikan bahan referensi untuk memperluas serta dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut.