

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia ekonomi, pengelompokan perusahaan dapat dibedakan berdasarkan jenis barang yang dijualnya, secara garis besar perusahaan dapat dibagi ke dalam dua jenis, yaitu perusahaan yang menjual barang secara riil (kasat mata) dan yang kedua perusahaan yang menjual barang berupa jasa, yang tidak kasat mata. Pada kenyataannya ada pula perusahaan yang menjual produk dengan kombinasi diantara produk dan jasa, contoh yang paling mudah adalah rumah makan atau restoran. Rumah makan menjual makanan yang berupa barang dan pelayanan menjadi jasanya. Dalam penelitian ini, perusahaan tempat melakukan penelitian adalah restoran bakmie bernama Bakmie Jakarta. Yaitu restoran bakmi dengan konsep moderen dan higienis. Dalam industri bakmie, tidak ada market leader yang mendominasi, masing-masing memiliki besar pangsa pasar yang hampir sama. Adapun pesaing daripada Bakmie Jakarta di Bandung, seperti Mie Pun-Pun, Yami-Yami, Bakmi Japos.

Pada industri rumah makan, persaingan menuntut rumah makan untuk dapat memuaskan konsumennya dari setiap aspek, baik produk makanannya, maupun layanan yang diberikannya. Untuk memberikan layanan yang baik sebuah rumah makan harus melakukan manajemen yang berorientasi layanan (service oriented).

Sementara bagi konsumen sebagai pengguna jasa, memiliki persepsi terhadap kualitas jasa yang diharapkan akan didapatnya dengan persepsi terhadap jasa yang benar-benar mereka dapatkan. Konsumen akan melakukan perbandingan. Jika jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi terhadap penyedia itu. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Karenanya akan selalu ada kesenjangan yang merupakan nilai atas perbandingan oleh konsumen tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian mengenai “Peranan manajemen berorientasi layanan terhadap persepsi kualitas jasa.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, Manajemen berorientasi layanan berpengaruh terhadap kesenjangan kualitas jasa yang dirasakan konsumen

Sehubungan dengan hal tersebut penulis mengidentifikasi masalah yang timbul adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah pelaksanaan manajemen orientasi layanan yang dilakukan Bakmie Jakarta?
- 2) Sejauh mana peranan manajemen berorientasi layanan terhadap persepsi kualitas jasa yang dirasakan konsumen?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan daripada dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen berorientasi layanan yang dilakukan Bakmie Jakarta
2. Untuk mengetahui sejauh mana peranan manajemen berorientasi layanan terhadap kesenjangan kualitas jasa yang dirasakan konsumen Bakmie Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian diatas diharapkan dari hasil penelitian dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan informasi tentang keberhasilan aktifitas layanan yang dilakukannya dan juga informasi tentang persepsi pelanggannya terhadap layanan yang diberikan.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya tentang peranan manajemen orientasi layanan terhadap perceived value.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang bermanfaat.