

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini ekonomi di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan ,walaupun terjadi krisis ekonomi ,banyak sektor usaha baru yang bermunculan, terbukti dari bertambahnya rumah makan atau cafe. Usaha jasa makanan ini banyak diminati karena bisnis ini hampir tidak terpengaruh oleh perubahan ekonomi. Dengan demikian timbulah persaingan yang ketat antara pengusaha jasa makanan untuk menarik perhatian konsumen lebih dan berusaha untuk saling berebut pasar yang ada. Dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam bisnis makanan ini, menyebabkan tiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam memenangkan pasar yang ada. Untuk mencapai kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang prima akan menentukan keberhasilan perusahaan.

Dengan semakin banyaknya Restoran dan Café khususnya di daerah Bandung dan sekitarnya, konsumen mempunyai berbagai macam pilihan alternatif Restoran dan Café. Oleh sebab itu konsumen di satu pihak mendapatkan kondisi yang menguntungkan. Konsumen dapat memilih makanan di Restoran dan Café yang benar – benar menjadi pilihannya dan memenuhi kebutuhannya baik dari segi makanannya atau dari segi kualitas pelayanan.

Pengusaha Restoran dan Café dituntut untuk mengetahui, mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, jika dapat melihat dengan jeli apa

yang menjadi kebutuhan konsumen dan memenuhi kebutuhannya, hampir dapat dipastikan bahwa Restoran dan Café dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan, bahkan dapat lebih mengembangkan usahanya. Masing – masing Restoran dan Café memiliki cara tersendiri dalam memperhatikan kualitas pelayanan. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan maka perusahaan akan memperoleh manfaat – manfaat sebagai berikut :

1. Pelayanan istimewa yang memuaskan konsumen dapat menyebabkan perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi.
2. Konsumen yang puas akan membuat kesetiaan konsumen yang baik (loyal) dan bahkan dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang (repeat).
3. Konsumen yang puas merupakan sumber informasi yang positif bagi perusahaan walaupun hanya dari pembicaraan sesama temannya.
4. Konsumen yang puas dapat menjadi pembela perusahaan bila suatu saat mendapat isu negative mengenai kualitas pelayanan yang diberikan.
5. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghemat biaya, seperti biaya promosi untuk mendapatkan pelanggan baru, biaya untuk memperbaiki kesalahan karena kesalahan dalam pelayanan.

Tetapi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan jasa pun tidak semudah seperti yang dibicarakan, karena ada kemungkinan timbul permasalahan :

1. Kebijakan perusahaan yang kurang tepat, karyawan kurang bisa menerima kebijakan yang baru (belum bisa menerima perubahan/ masih terbiasa dengan kebijakan yang lama).
2. Karyawan tidak dapat mengikuti standar kualitas yang diharapkan (tidak sanggup, kurangnya pendidikan/ pelatihan yang diberikan)

3. Keanekaragaman karakteristik konsumennya (sifat konsumen yang berbeda – beda).
4. Kurangnya pengalaman karyawan dalam menghadapi konsumen.
5. Pelayanan yang tidak terkendali karena tempat sedang ramai/ penuh (over capacity) yang menyebabkan kualitas layanan kurang terkontrol.

Mengingat pentingnya peran konsumen dalam suatu bisnis, maka perusahaan berkewajiban untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena kepuasan konsumen harus menjadi prioritas bagi perusahaan.

Kebutuhan konsumen pada umumnya terdiri dari *personal needs* dan *practical needs*.

1. *Personal Needs* berkaitan dengan masalah - masalah keramahan pelayanan, kecepatan, sopan santun, kondisi yang nyaman, penampilan karyawan, dll.
2. *Practical Needs* berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan produk dan jasa untuk menunjang kepuasan konsumen.

Oleh sebab itu upaya – upaya guna meningkatkan kualitas pelayanan ini perlu dilakukan dengan baik agar dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Salah satu Restoran dan Café yang ada di Bandung adalah Restoran dan Café The View yang berlokasi di Jl.Dago Pakar Raya no.28 Bdg. Restoran dan Café The View berusaha untuk memenuhi semua criteria yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik dari produknya sendiri maupun kualitas jasa pelayanannya. Produk yang mempunyai citarasa tinggi dan berkualitas, disajikan dengan pelayanan yang istimewa sehingga mampu memberikan kepuasan konsumen yang baik. Berkaitan dengan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul : “ **Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran dan Café The View.**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan semakin banyaknya bisnis bidang jasa rumah makan di Bandung, usaha dalam menjangkau konsumen baru dan konsumen yang setia, serta meningkatkan kepuasan konsumen, maka penulis mengidentifikasi pokok permasalahan sebagai berikut. :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Restoran dan Café The View ?
2. Masalah apa saja yang dihadapi oleh Restoran dan Café The View dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen?
3. Bagaimana tanggapan dan sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran dan Café The View di Bandung?
4. Seberapa besar hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran dan Café The View terhadap tingkat kepuasan konsumen?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kegiatan usaha Restoran ini adalah sebagai bahan yang diperlukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian keserjanaan di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Restoran dan Café The View

2. Untuk mengetahui masalah – masalah yang dihadapi oleh Restoran dan Café The View dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Untuk mengetahui dan mengamati sikap serta tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Restoran dan Café The View
4. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara unsur – unsur pelayanan yang diberikan Restoran dan Café The View terhadap tingkat kepuasan konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis sendiri untuk memenuhi syarat ujian menempuh kesarjanaan dan menambah pengetahuan manajemen pada umumnya.
2. Bagi pemilik Restoran dan Café The View, dapat memperoleh masukan yang berarti yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi rekan – rekan mahasiswa dan pihak lain yang membutuhkan terhadap hasil penelitian ini, sebagai pengetahuan tambahan dalam memahami dunia pemasaran.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dengan adanya persaingan yang cukup ketat di sektor usaha restoran ini, maka pengusaha dituntut untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pasar saat ini dan menyediakan kebutuhan sesuai dengan permintaan pasar. Dalam kondisi seperti ini

kualitas pelayanan suatu perusahaan tersebut berkompetisi dalam persaingan dengan perusahaan lain. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan merupakan harapan semua konsumen.

Menurut Goetsch dan Davis (1994, p.4) : “*Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk , jasa, manusia ,proses , dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.*” Sedangkan menurut Kotler (1997 : 67) pengertian mutu atau kualitas adalah : “ *Keseluruhan ciri serta barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tersirat.*” Terdapat 5 kriteria penentu kualitas jasa (pelayanan). Menurut Kotler terjemahan Ancella Anitawati Hermawan SE, MBA (1995 ; 561). Kriteria tersebut adalah :

1. *Berwujud (Tangible)* : Penampilan personel, produknya.
Contoh : Lokasi, produknya, kelengkapan atribut
2. *Kehandalan (Reliability)* : Kemampuan untuk mengatasi semua masalah
Contoh : Ketepatan waktu antarkan pesanan
3. *Ketanggapan (Responsiveness)* : membantu/ memberikan pelayanan dengan tanggap.
Contoh : respon terhadap konsumen yang membutuhkan pelayanan.
4. *Keyakinan (Assurance)* : Kesopanan dan pengetahuan karyawan serta kemampuan mereka untuk membuat kepercayaan dan keyakinan.
Contoh : Mampu meyakinkan konsumen yang memberikan pertanyaan dengan jawaban yang pasti.
5. *Emphaty* : Syarat untuk peduli terhadap pribadi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka.
Contoh : Mampu memberikan info yang dibutuhkan.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen atas unsur – unsur diatas akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam penilaian mereka atas kepuasan mereka sendiri. Philip Kotler berpendapat bahwa pelanggan akan menjadi sangat puas apabila mereka memperoleh apa yang diinginkan pada saat, tempat, waktu yang tepat.

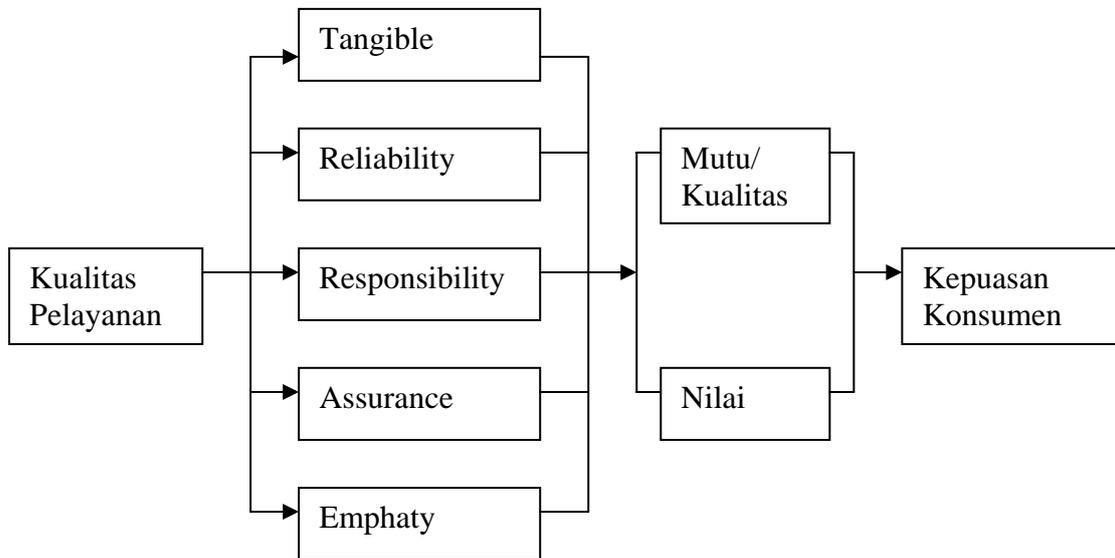
Pada saat konsumen datang ke suatu restoran atau café, mereka memiliki harapan tertentu, mereka masing – masing memiliki harapan yang berbeda, karena itu pelayanan yang memenuhi kualitas adalah pelayanan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan, oleh sebab itu pengusaha harus tau faktor yang menentukan kepuasan konsumen. Apa yang menentukan kepuasan konsumen akan suatu pembelian yang dilakukan? Kotler (1997 : 187) memaparkan bahwa : “ *The buyers satisfaction is a function of the closeness between the buyers product expectation and the products perceived performance.*” Ada juga yang menentukan konsumen puas atau tidak terhadap suatu pembelian adalah hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi pelayanan yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Perasaan konsumen sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2000 ; 42) : “*Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan hasil – hasilnya.*”

Jadi kepuasan konsumen adalah fungsi dan hubungan antara harapan dan prestasi yang diperoleh atas produk/pelayanan yang dibelinya. Jadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sangat besar. Bagan kerangka pemikiran dapat kita lihat pada gambar 1.1 di bawah ini.

Gambar 1.1

Bagan Kerangka Pemikiran



Mutu dan nilai yang dihasilkan dari ke lima kriteria jasa di atas akan membuat kepuasan konsumen, karena mutu dari kelima unsur yang mempengaruhinya akan menciptakan nilai yang menambah penilaian konsumen sehingga menjadi kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dapat diambil suatu hipotesa sebagai berikut : “Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Restoran dan Café The View akan semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen .“

1.6 Metodologi Penelitian.

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan memaparkan data responden secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta sifat data dan informasi yang dikumpulkan serta korelasi antara variable yang diselidiki.

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dipergunakan adalah :

1. **Data Primer** :Data yang diperoleh pada saat melakukan wawancara atau pengisian kuesioner di Restoran dan Café The View
 - Pihak staff dan karyawan dari manajemen Restoran dan Café The View
 - Para konsumen yang datang ke Restoran dan Café The View
2. **Data Sekunder** : Data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan di perpustakaan Universitas Kristen Maranatha Fakultas Ekonomi, baik buku – buku, majalah ilmiah, dokumen perusahaan, atau literature lain yang mendukung penelitian ini.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan pengambilan sample dilakukan dengan 3 cara yaitu :

1. **Wawancara** : Suatu interaksi yang dilakukan untuk mendapatkan keterangan lisan dari orang yang terkait dengan perusahaan.
2. **Kuesioner** : Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan disebarakan pada responden, guna memperoleh data kuantitatif.
3. **Observasi** : Pengamatan langsung pada Restoran dan Café The View, dimana penulis mencoba untuk mengetahui faktor kualitas layanan Restoran dan The View.

1.6.4 Variabel Penelitian

Variabel independent (Bebas) adalah variable yang mempengaruhi variable lainnya, sedangkan variable dependent (Tidak bebas) adalah variable yang dipengaruhi oleh variable lain.

Dalam penelitian ini digunakan 2 variabel yaitu :

- **Variable independent (X)** : Kualitas Pelayanan
- **Variable independent (Y)** : Kepuasan konsumen

1.6.5 Metode Pengolahan Data

Penelitian dilakukan dengan cara terjun ke lapangan. Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan cara mengunjungi Restoran dan The View. Metode yang menggunakan rumus – rumus statistik dengan menggunakan koefisien korelasi

rank spearman sebagai acuan untuk memperoleh kesimpulan berdasarkan data – data yang ada.

1.7 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian yaitu Restoran dan The View beralamat di Jl.Dago Pakar Raya no.28 Bdg.

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika ini terdiri dari lima bab yang terdiri dari :

BAB I Pendahuluan

Bab 1 berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kerangka pemikiran dan metodologi penelitian yang digunakan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang dipakai oleh penulis dalam penulisan skripsi ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan bagaimana penulis menggunakan metode yang ada untuk mencari data hingga tercapai tujuan penulisan ini.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan dari semua hasil yang telah didapat.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang dibuat oleh penulis untuk perusahaan atas semua permasalahan yang ada

