

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha di Negara Indonesia akhir-akhir ini berkembang dengan sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya restoran atau kafe yang tumbuh dan berkembang dan saling bersaing. Situasi tersebut akan menimbulkan persaingan yang ketat sehingga semakin lama persaingan di dalam dunia bisnis restoran atau kafe akan semakin sulit untuk dihindari. Semuanya akan berlomba-lomba untuk mendapatkan pasar, untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak daripada restoran atau kafe lain. Untuk mendapatkan jumlah konsumen yang lebih banyak, salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan di restoran atau kafe yang bersangkutan, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Kota Bandung termasuk sebagai kota besar, karena ia adalah ibukota Propinsi Jawa Barat dan letaknya dekat dengan ibukota Jakarta. Kota Bandung termasuk kota yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang dapat dikatakan cepat dan seringkali dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu bidang usaha yang belakangan ini cukup marak dan diminati oleh para usahawan di kota itu adalah bidang usaha di bidang rumah makan. Bidang usaha ini banyak diminati para usahawan karena bidang usaha rumah makan tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan keadaan perekonomian.

Dari sekian banyak pilihan restoran atau kafe yang kian menjamur, konsumen dihadapkan oleh berbagai macam alternatif rumah makan sebagai akibat dari begitu banyaknya aneka konsep rumah makan dengan terobosan-terobosan inovatif yang menawarkan beraneka ragam makanan dan minuman yang disertai dengan pelayanan yang cepat dan memuaskan. Ada banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan untuk

memilih restoran atau kafe tertentu. Hal ini menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola restoran atau kafe untuk memperhatikan segala aspek yang menjadi kebutuhan konsumen seperti mutu produk, tempat, dan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat mencapai tujuan dari restoran atau kafe tersebut.

Pengusaha restoran dituntut untuk lebih jeli dalam mengamati perubahan yang terdapat dalam selera maupun perilaku konsumen yang disebabkan oleh adanya perubahan pendapatan, kemajuan teknologi dan kemajuan pendidikan, pergaulan yang semakin luas dan seterusnya guna menetapkan strategi yang paling efektif untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Meskipun kebutuhan konsumen menjadi bervariasi, namun tidak dapat disangkal bahwa manusia mempunyai kebutuhan mendasar dan tidak akan pernah hilang dalam kehidupannya, yaitu kebutuhan akan makan. Namun seringkali karena kesibukan yang semakin menumpuk, lebih banyak orang yang tidak sempat makan di rumah dan lebih memilih untuk makan di luar. Selain efisien, juga efektif karena mereka tidak perlu membuang waktu untuk membersihkan peralatan masak dan peralatan makan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin membahas mengenai dunia restoran, dengan topik utama adalah kualitas jasa.

Kualitas merupakan salah satu faktor yang penting yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain promosi, cara terbaik untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan adalah dengan terus menerus memikirkan cara dalam menciptakan suatu sistem nilai pelanggan yang lebih unggul dari pesaingnya. Dalam hal ini, perusahaan yang berfokus pada pelanggan akan senantiasa memenuhi dan selalu berusaha memuaskan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik lagi.

Pada industri restoran atau kafe, persaingan menuntut restoran atau kafe untuk dapat memuaskan konsumennya lewat layanan yang diberikan. Salah satu hal yang menjadi tolok ukur sebuah kualitas jasa adalah persepsi konsumen. Mereka akan menggunakan kualitas sebagai bahan penilaian untuk membandingkan restoran satu dengan restoran yang lain. Dengan kata lain, standar kualitas sebuah restoran dinilai dari mampu tidaknya mereka memenuhi

persepsi dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Hal tersebut tidaklah mudah, mengingat masing-masing konsumen memiliki pengharapan yang berbeda satu sama lain. Ada yang berharap mendapat makanan yang sedap, ada juga yang berharap mendapatkan makanan yang murah, berporsi besar, atau bahkan tak jarang yang berharap bisa mendapatkan pelayanan terbaik dari restoran tersebut. Karena itu, pihak restoran harus memperhatikan apakah harapan-harapan tersebut sudah ada yang terpenuhi atau belum, karena dengan begitu standar kualitas sebuah restoran bisa diukur dan dibandingkan.

Restoran Shin Men adalah salah satu restoran yang bergerak di bidang jasa pelayanan yang berusaha memenuhi permintaan dan kebutuhan para konsumennya. Namun seiring dengan perkembangan jaman yang semakin pesat, maka banyak bermunculan pesaing-pesaing baru yang juga menjanjikan kualitas yang sama dengan restoran Shin Men, bahkan dengan pelayanan yang ekstra.

Hal ini menjadi suatu masalah yang harus dihadapi oleh restoran Shin Men yaitu bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam menghadapi banyaknya pesaing baru. Restoran Shin Men harus dapat memahami harapan pelanggan, mengidentifikasi dan mengawasi kinerja para pesaing di bidang tersebut.

Restoran Shin Men akan terus berusaha untuk memenuhi kepuasan pelanggan, walaupun tidak menutup kemungkinan ada keluhan atau komplain dari pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Kunci utama untuk mempertahankan pelanggan adalah menciptakan pelayanan yang baik bagi pelanggan. Jika hal tersebut tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan akan terjamin, dengan kata lain tujuan jangka panjang perusahaan akan tercapai.

Hal ini harus disadari oleh perusahaan jika ingin berhasil mengembangkan usahanya, sehingga dapat terus berkembang di tengah kondisi persaingan yang

semakin ketat. Keberhasilan ini akan diperoleh jika perusahaan menggunakan konsep pemasaran yang tepat.

Loyalitas pelanggan merupakan indikator dari keberhasilan suatu bisnis. Jadi apabila suatu industri ingin bidang usaha yang dijalankannya tetap eksis, maka yang harus dilakukan adalah menaikkan kualitas jasa terhadap pelayanan yang akan diberikan. Hal ini diharapkan dapat memuaskan pelanggan sehingga pada akhirnya akan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidup industrinya.

Ketika konsumen memasuki sebuah restoran atau kafe, konsumen telah memiliki sekumpulan harapan mengenai bagaimana mereka memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Bila konsumen terpuaskan, maka pelanggan akan membeli lebih sering dan mereka akan merekomendasikan restoran atau kafe yang bersangkutan kepada kerabat atau teman-temannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi berjudul “ **Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Shin Men Bandung** ”.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka terungkap beberapa masalah penting dan menarik untuk dikaji. Adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran Shin Men?
2. Bagaimana loyalitas konsumen restoran Shin Men?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen restoran Shin Men?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan yang diinginkan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan restoran Shin Men bagi konsumennya.
2. Untuk mengetahui loyalitas konsumen restoran Shin Men.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen restoran Shin Men.

1.4. Kegunaan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi dari restoran Shin Men sebagai bahan analisa yang diperlukan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Dengan penelitian ini menjadi dasar dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran dalam menghadapi masalah-masalah yang terjadi di perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan, ide, dan gagasan serta bahan rekomendasi yang dapat mendorong perusahaan untuk lebih baik berhubungan dengan kualitas jasa dalam dalam

meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat memberi gambaran, pemikiran, dan referensi dalam bidang pemasaran.