

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Dewasa ini Negara Indonesia banyak mengalami percobaan terutama dalam perekonomian. Diantaranya semenjak tahun 1997 negara kita mengalami krisis moneter yang mengakibatkan nilai tukar rupiah terhadap dolar mengalami penurunan yang sangat drastis sekali dan hal ini masih sangat dirasakan sampai sekarang, Sehingga pemerintah sulit untuk mampu keluar dari krisis moneter tersebut. Salah satu akibatnya harga barang-barang kebutuhan pokok dan jasa meningkat cukup tinggi, sedangkan kebutuhan lainnya yang diperlukan terus meningkat membuat hal ini semakin menyulitkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Kondisi ekonomi dinegara kita ini dirasakan oleh masyarakat, tetapi juga dirasakan oleh para pengusaha. Terutama pengusaha-pengusaha kecil(home industri) hingga pengusaha menengah. Ini dapat dilihat dengan banyaknya pengusaha-pengusaha kecil yang sampai “gulung tikar” dan harus menutup usahanya karena tidak mampu untuk menutupi biaya-biaya produksi yang disebabkan oleh tingginya harga produksi dan kebutuhan yang terus meningkat, dengan banyaknya perusahaan yang bankrut sehingga banyak tenaga kerja

BAB I. PENDAHULUAN

yang kehilangan pekerjaannya dan banyak pula yang di PHK guna untuk menutupi biaya produksi dan untuk menutupi hutang-hutangnya.

Tetapi semenjak pada sekitar tahun 2002, setelah pemerintah memberlakukan perdagangan bebas, perekonomian dinegara Indonesia ini mulai mengalami peningkatan. Dimana banyak perusahaan-perusahaan asing masuk ke Indonesia dengan mendirikan pabrik-pabrik, sehingga hal ini sangat menguntungkan untuk negara Indonesia sendiri, karena dengan ini akan membuat lapangan kerja yang semakin banyak sehingga pendapatan masyarakat pun mengalami peningkatan. Dengan adanya lapangan kerja yang baik maka akan sangat menguntungkan semua pihak, baik oleh masyarakat, Negara, dan untuk perusahaan itu sendiri.

Dari pendapatan yang dianggap sudah cukup membaik, bisa dilihat dari sektor jasa, terutama pada industri rumah makan dan Café yang semakin tumbuh subur. Banyak pengusaha yang menganggap bisnis dalam bidang hal makanan dan minuman cukup menjanjikan karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok yang paling utama selain kebutuhan yang lain, tinggal bagaimana perusahaan harus mengatur strategi agar usaha yang dijalannya dapat bersaing dengan pesaing yang ada.

Dalam keadaan yang demikian, perusahaan harus melakukan strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan hasil penjualan dan produksinya salah satu cara dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB I. PENDAHULUAN

Dengan adanya pelayanan yang prima maka akan memperoleh kepuasan konsumen yang nantinya akan memberi dampak pada keberhasilan perusahaan itu sendiri. Dengan kata lain perusahaan harus memberikan suatu sistem pelayanan yang tepat untuk kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan konsumen itu sendiri. Harapan konsumen akan membantu perusahaan mengetahui atribut produk yang disukai oleh konsumen serta membandingkan dengan kenyataan yang mereka peroleh, sehingga dapat dilihat sejauh mana perusahaan tersebut dapat menarik minat dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Hal ini dapat terjadi pada perusahaan rumah makan dan Café. Selain memberikan produk dalam berupa makanan dan minuman, Café ini harus memberikan pelayanan jasa yang baik agar memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Pengusaha yang bergerak dibidang Café harus mengutamakan produk non fisik dari makanan dan minuman berupa jasa pelayanan dari Café tersebut, sarana fisik yang nyaman, kebersihan, kecepatan serta ketepatan dari pelayanan tersebut. Intinya perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan jasa supaya dapat bersaing dalam bisnis ini.

Demikian halnya yang terjadi pada Café Embargo yang terletak di kota Bandung , Café Embargo ini berupaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik agar konsumennya terpuaskan. Selain itu Café Embargo ikut juga merasakan dampak persaingan yang kian

BAB I. PENDAHULUAN

ketat dengan banyak munculnya Café-café yang lain dengan menawarkan produk-produk unggulannya masing-masing, serta dengan omset penjualan yang naik turun membuat Café Embargo harus lebih mengintrospeksi diri dengan memperhatikan kepuasan konsumen.

Dari uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang analisis kualitas jasa, khususnya analisis kualitas pelayanan jasa pada Café Embargo di Bandung yang dituangkan dalam suatu penelitian yang berjudul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Café Embargo di Bandung”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian , maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah-masalah dalam kualitas pelayanan. Adapun masalah-masalah yang terdapat pada Café Embargo adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Embargo kepada konsumen yang datang dan menikmati sajian dan kenyamanannya?
2. Bagaimana sikap dan tanggapan pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Embargo?

BAB I. PENDAHULUAN

3. Bagaimana hubungan pelaksanaan kualitas pelayanan Café Embargo terhadap kepuasan konsumennya?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung dan menikmati suasana yang nyaman di Café Embargo Bandung?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk membandingkan antara teori pada saat kuliah dengan penerapan-penerapan yang ada dilapangan.

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk:

1. untuk mengetahui tanggapan dari konsumen akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Embargo.
2. Untuk mengetahui hubungan pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Embargo terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk memperoleh informasi atau gambaran dan tujuan-tujuan yang telah diberikan oleh Café Embargo mengenai kualitas pelayanan kepada konsumennya.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis sendiri.
 - a. Untuk menambah pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran khususnya dalam bidang jasa mengenai kualitas pelayanan sehingga dari teori-teori yang sudah diajarkan pada perkuliahan dapat diterapkan pada dunia bisnis sesungguhnya.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen yang bergerak dibidang jasa yang menekankan pada kualitas layanan serta daya tarik konsumen.

2. Bagi perusahaan.
 - a. Diharapkan sebagai masukan yang bermangfaat agar perusahaan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerjanya agar lebih baik dari sebelumnya dalam mengelola dan memberikan pelayanan yang terbaik dalam memberikan kepuasan konsumen.
 - b. Perusahaan lebih serius dan profesional dalam menjalankan usahanya.

3. Pihak lain.

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam menambah pengetahuan-pengetahuan serta wawasan pemikiran bagi rekan mahasiswa yang lain maupun untuk pihak-pihak yang lain yang dikira merasa berkepentingan dengan hasil penelitian ini, khususnya untuk memahami dunia pemasaran mengenai masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

1.5 Kerangka Pemikiran.

Semua perusahaan tentunya ingin selalu mengembangkan usahanya sesuai dengan harapan dan tujuan yang telah direncanakan oleh perusahaan itu sendiri, sehingga dapat menghasilkan laba yang sebesar-besarnya. Salah satu cara untuk dapat berhasil dalam bidang bisnis jasa adalah dengan cara mengusahakan secara konsisten jasa yang lebih baik atau berkualitas agar lebih unggul dari pesaing.

Dalam kualitas jasa, pengukuran kualitas jasa lebih ditekankan dalam hal pelayanannya, sedangkan konsumen nanti yang akan menilai sendiri dari pelayanan jasa yang diberikan tersebut. Ada beberapa penilaian kriteria-kriteria dalam penentu kualitas pelayanan. Ada lima kriteria penentu kualitas pelayanan menurut Philip Kotler (2001,93) sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

1. *Reability* (Kehandalan)

Adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan terukur.

2. *Responsivennes* (Daya Tanggap)

Adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

3. *Assurance* (Kepastian)

Adalah pengetahuan karyawan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

4. *Empaty* (Empati)

Adalah kesedian untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

5. *Tangibles* (Berwujud)

Adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

Adapun penilaian yang lain yang biasa digunakan antara lain menurut Parasuraman (Fandy Tjiptono 2001:69) ada sepuluh kriteria meliputi :

BAB I. PENDAHULUAN

1. *Reliability.*

Mencakup dua hal, yaitu kemampuan (dependability) yang dipercaya dan konsistensi kerja (performance). Hal ini berarti bahwa perusahaan memberikan jasa yang tepat sejak saat pertama kali. Artinya perusahaan harus memenuhi janjinya sesuai dengan apa yang disepakati.

2. *Responsiveness.*

Adalah respon atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

3. *Competence.*

Yaitu setiap orang yang ada dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan kemampuan pengetahuan yang dimiliki agar dapat memberikan jasa tertentu.

4. *Access.*

Yaitu meliputi kemudahan untuk ditemui dan dihubungi, berarti dalam hal ini lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.

5. *Courtesy.*

Meliputi sikap (Sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan) yang dimiliki para contact personnel.

BAB I. PENDAHULUAN

6. *Communication.*

Yaitu memberikan komunikasi informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat dimengerti, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan yang diberikan oleh konsumen.

7. *Credibility.*

Merupakan sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama dari perusahaan itu sendiri, reputasi Perusahaan, karakteristik pribadi, dan interaksi dengan konsumen/pelanggan.

8. *Serurity.*

Adalah rasa aman dari bahaya, resiko, atau gangguan-gangguan lain. Hal ini meliputi keamanan secara : Fisik (physical safety), finansial (financial security), dan kerahasiaan (confidentiality).

9. *Understanding / knowing the costumer.*

Yaitu merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

10. *Tangibles.*

Merupakan bukti fisik dari jasa, biasanya berupa fasilitas fisik, peralatan yang dapat digunakan.

BAB I. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen dapat dicapai apabila kinerja perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen dengan apa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Dengan kata lain kepuasan akan terjadi apabila jasa yang diharapkan sama atau sesuai dengan jasa yang secara nyata sudah didapat dan dirasakan. Menurut Philip Kotler dalam buku “ Marketing Management” edisi milenium(2000) kepuasan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“*Kepuasan* adalah perasaan senang atau rasa kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya”

Dengan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka konsumen merasa akan apa yang diinginkan terpenuhi sesuai dengan harapan konsumen, yang nantinya akan menyebabkan konsumen tersebut memiliki loyalitas yang tinggi dengan melakukan pembelian ulang sehingga akan terjadi peningkatan penjualan.

1.6 Teknik Pengumpulan data.

Teknik dan pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian lapangan (field research)

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data primer, yaitu dengan melakukan penelitian secara langsung kepada Café Embargo di Bandung. Adapun cara yang digunakan untuk memperoleh data antara lain:

a) Wawancara (Interview)

Yaitu dengan melakukan wawancara langsung dan tanya jawab dengan pimpinan dan staff Café Embargo.

b) Pengamatan (Observation)

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada aktivis dan karyawan Café Embargo yang berhubungan dengan objek penelitian.

c) Kuesioner

Memberikan selebaran kertas yang berisi pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada konsumen atau pelanggan yang datang.

2) Penelitian kepustakaan(Library research)

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yaitu dengan membaca literatur, surat kabar, majalah, dan karya tulis yang berhubungan dengan masalah ini.

BAB I. PENDAHULUAN

1.7 Lokasi dan waktu penenitian data.

Pengumpulan dan penelitian skripsi ini dilakukan di Café Embargo yang berlokasi di Cihampelas Walk(Ciwalk) di jalan Cihampelas no:160. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September 2005.