BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia menyebabkan pendapatan masyarakat Indonesia meningkat. Pendapatan yang tinggi mengakibatkan gaya hidup masyarakat berubah. Perubahan gaya hidup ini berpengaruh terhadap pola makannya. Dalam hal ini, manusia tidak hanya membutuhkan makanan untuk kebutuhan fisiologis, tetapi lebih menginginkan nilai dari makanan itu sendiri. Masyarakat juga cenderung menghabiskan lebih dari sebagian pendapatannya untuk membeli makanan. Hal ini berarti peluang bagi masyarakat yang tertarik di bidang rumah makan semakin besar.

Restoran atau warung makanan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya, baik berupa makanan maupun minuman (Marsum dalam http://abectipub.wordpress.com, 2009). Restoran merupakan jenis perusahaan yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggannya. Umumnya pemasaran dari suatu restoran dilakukan dengan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Jadi, jika ada satu saja pelanggan yang tidak puas, maka restoran tersebut akan kehilangan beberapa calon pelanggannya. Sebaliknya, jika salah satu pelanggan merasa puas, maka kemungkinan besar restoran tersebut akan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, antara lain adalah memberikan pelayanan yang lebih baik daripada

pesaing, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak akan beralih ke pesaing atau perusahaan lain.

Kepuasan para pelanggan menjadi sangat penting dan mutlak perlu dipertahankan karena berbagai alasan yang sangat mendasar. Pentingnya kepuasan pelanggan menurut Supranto (2002), yaitu: pertama, pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal dalam arti tetap membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan meskipun ada perusahaan lain yang menghasilkan dan memasarkan produk atau jasa sejenis. Artinya, produk substitusi tersedia di pasaran. Kedua, pelanggan yang puas akan menjadi juru bicara yang efektif bagi perusahaan karena menyebarluaskan informasi tentang produk perusahaan yang dibeli dan digunakannya kepada orang lain yang kemudian mungkin menjadi pelanggan pula. Ketiga, pelanggan yang puas akan senang melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan karena dipandangnya sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan tidak semata-mata berorientasi pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Jelaslah bahwa para konsumen domestik merupakan pihak berkepentingan yang harus dipuaskan karena mereka mempertahankan uangnya untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Saat ini jumlah restoran atau warung makan di Klaten semakin meningkat sehingga mengakibatkan persaingan yang ketat antar tiap restoran. Masing-masing restoran berlomba-lomba untuk mencari pelanggan dan mempertahankan pelanggannya yang sudah ada, yaitu dengan terus memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Setiap restoran harus dapat menciptakan produk yang bermutu agar dapat memuaskan dan memenuhi harapan pelanggannya.

Produk makanan yang dijual di warung atau di restoran terdapat dalam daftar menu makanan. Marsum (Puspitasari, 2009) menyatakan bahwa menu makanan merupakan daftar makanan. Menu ini dipergunakan untuk pelanggan untuk memilih nama-nama makanan yang disediakan oleh rumah makan atau makan. Dalam menu selain terdapat nama-nama makanan juga ada harga, yang memungkinkan pelanggan dapat membeli jenis makanan yang disukai sesuai dengan kemampuan keuangan.

Jenis makanan yang ada dalam daftar menu pada masing-masing warung makanan atau restoran berbeda. Perbedaan tersebut sesuai dengan keinginan pemiliknya. Puspitasari (2009) menjelaskan bahwa warung makan yang menyediakan menu khusus ikan laut, makanan padang, makanan China, makanan Jawa, dan sebagainya. Banyaknya jenis makanan yang disajikan oleh warung makanan bertujuan untuk memuaskan pelanggan sehingga pelanggan akan setia untuk membeli makanan. Makanan yang dijual oleh warung makan bukan saja dilihat dari jenis makanan, melainkan juga rasa. Warung makan yang menyediakan makanan dengan rasa enak, lain dari rasa makanan di warung lain akan menarik minat pelanggan untuk selalu merasakan kelezatan makanan yang dijual oleh warung makanan. Akan tetapi pada kenyataannya, tidak semua warung makan dapat mempertahankan rasa makanan yang menjadi ciri khas warungnya.

Selain menu makanan yang diandalkan oleh warung makanan, pemilik warung makan juga perlu memperhatikan lokasi atau tempat warung makan berada. Pemilik warung makanan dapat menentukan lokasi warung yang strategis atau lingkungan yang dapat memberi kenyamanan pada pelanggannya saat makan.

Di Klaten, khususnya daerah Jombor yang memiliki lingkungan natural telah menarik minat masyarakat sekitarnya untuk membuka warung makanan.

Lingkungan natural merupakan lingkungan yang masih asli dan belum tercemar beserta lingkungannya dapat melambangkan peradaban manusia dan bisa menjadi cermin jati diri serta taraf hidup penghuninya sebagai gambaran perikehidupan dan penghidupannya yang menyeluruh (Engel's, 1994). Lingkungan natural di Jombor Klaten, merupakan lingkungan natural waduk yang menarik masyarakat untuk berkreasi ke tempat tersebut. Banyaknya masyarakat yang berekreasi ke waduk Jombor membuka peluang masyarakat untuk membuka warung apung di tengah-tengah waduk sehingga masyarakat yang berekreasi dapat menikmati keindahan sambil makan.

Faktor lain yang dapat membuat pelanggan merasa puas dengan warung makan karena adanya kualitas pelayanan karyawan yang tinggi diberikan pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan sikap dan perilaku yang diberikan karyawan dalam memberikan pelayanan dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dari pemakai jasa atau pelanggan. Perusahaan berusaha untuk memberikan kualitas yang unggul dan lebih tinggi dari perusahaan lain secara konsisten, sehingga dapat memenangkan persaingan dalam bisnis (Puspitasari, 2009).

Mardalis (2002) berpendapat bahwa antara kualitas pelayanan perusahaan dengan kepuasan pelanggan ada hubungan yang erat. Perusahaan jasa dalam kegiatannya mengutamakan pelayanan. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki perusahaan dalam pelayanan menunjukkan kualitas perusahaan yang dapat menimbulkan dampak citra yang positif bagi pelanggan, sebab pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Selanjutnya kepuasan yang dirasakan pelanggan berdampak timbulnya kualitas dari pelanggan.

Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan perusahaan merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan. Keunggulan suatu perusahaan jasa yang berkaitan dengan pelayanan tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh pelayanan tersebut sesuai dengan harapan pelanggan.

Kock dan Godden (dalam Indrati, 2006), menyatakan tentang peran strategis mutu layanan kepada pelanggan (dikenal dengan istilah *service quality*) bahwa pada masa yang akan datang para pelanggan akan semakin memegang peran kunci keberhasilan perusahaan. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan mutu sebaik mungkin kepada pelanggan. Pelanggan akan membandingkan persepsinya atas layanan yang nyata diperoleh dengan layanan yang sesungguhnya harapkan.

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Bardley dalam Wihaningtyas, 1998). (1) *Frequency marketing programs*, dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia produk dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai; (2) *Superior customer service*, perusahaan perlu menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pada pesaingnya; (3) *Unconditional Guarantee/extaordiary Guarantee*, perusahaan mengembangkan *augmented servis* terhadap *core service* misalnya dengan memberikan pelayanan purna jual yang baik; dan (4) penanggulangan keluhan yang efektif.

Pengukuran kualitas selain melalui perhitungan biaya, kualitas juga dapat diukur melalui penelitian pelanggan mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pada hakikatnya pengukuran

kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono dan Dianawati, 2000).

Berdasarkan uraian di atas, timbul pertanyaan penilaian, yaitu: “Apakah kepuasan pelanggan berhubungan dengan menu makanan, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan di Warung Apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor?”

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan menu makanan, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan di Warung Apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor.
2. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan menu makanan di Warung Apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor
3. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan lingkungan natural di Warung Apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor.
4. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan di Warung Apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor
5. Seberapa besar peran menu makanan, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di warung apung pemancingan Nila Sari Rowo Jombor.

C. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Diharapkan penelitian dapat menambah khasanah wawasan dan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya psikologi industri tentang hubungan kepuasan pelanggan dengan menu makanan, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan.

2. Secara praktis

a. Bagi pemilik warung apung

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan bahan pertimbangan bagi warung makan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk meningkatkan perkembangan suatu usaha di bidang makanan sehingga pelanggan akan memiliki rasa setia pada produk yang ditawarkan oleh rumah makan.

a. Bagi pelanggan

Dapat memberikan tambahan wawasan bagi pelanggan untuk mengetahui tentang menu, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan nantinya dapat terpenuhi selera makan sesuai dengan di warung makan yang mempunyai kualitas pelayanan sesuai harapan pelanggan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan perbandingan dan menambah wacana pemikiran untuk mengembangkan, memperdalam, dan memperkaya khasanah teoritis mengenai kepuasan pelanggan berhubungan dengan menu, lingkungan natural, dan kualitas pelayanan di warung makan atau rumah makan.