

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya adalah dengan produk yang higienis dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik. Begitu pula dengan Waung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura, meskipun merek (*brand*) ini telah terkenal dan mampu membuka cabang-cabang baru di berbagai kota, namun semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Dalam fungsi pemasaran, pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Menurut Kotler (2000: 50), “salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya”. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image (citra), dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran. Pemasaran jasa yang bergerak di bidang retail memang sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari para staf dan karyawan. Pelayanan buruk staf dan karyawan akan langsung merusak bisnis jasa ini, kondisi seperti ini akan dapat menyebabkan konsumen enggan berhubungan kembali di masa mendatang, bahkan tidak menutup kemungkinan konsumen akan pindah ke toko lain yang memberikan

pelayanan yang lebih baik. Oleh sebab itu, usaha untuk menjaga kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura). Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality (Servqual)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Kotler, 2000:53).

Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Demikian pula sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa lain. Menurut Tjiptono (2001: 24) pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan merupakan suatu tingkatan perasaan pelanggan yang diperoleh pelanggan setelah menikmati sesuatu sehingga dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya dapat terciptanya hubungan antara perusahaan dengan pelangganya menjadi harmonis.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang bisnis kuliner merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan bisnis agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Seperti dijelaskan dalam defenisi tersebut kepuasan merupakan fungsi dan dari kesan kinerja dan harapan atau apabila dijabarkan kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan realisasi yang diberikan perusahaan. Dalam usaha memenuhi harapan pelanggan (nilai persepsi) apabila nilai harapan sama dengan kenyataan konsumen merasa puas, jika harapan lebih rendah dari kenyataan konsumen sangat puas, dan jika harapan tidak sama dengan kenyataan konsumen tidak puas.

Menurut Sunardi (2003: 69), orientasi pada kepuasan konsumen diperlukan karena : (1) konsumen akan merasa loyal kepada toko sehingga toko dapat mempertahankan konsumennya tidak beralih ke toko lainnya, (2) konsumen akan menceritakan mengenai pelayanan toko yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif. Orientasi pada kepuasan konsumen harus diimbangi dengan perbaikan mutu pelayanan karyawannya dan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pemilihan produk dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Tercapainya kepuasan pelanggan apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Menurut Lovelock dalam Fandy, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2001: 59).

Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Karena hal tersebut akan bermuara pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Tjiptono, 2001: 147). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan produk/jasa dan memuaskan konsumen, kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, keterampilan para karyawan, kemampuan komunikasi yang baik dari pelayan, keinginan memahami kebutuhan pelanggan, fasilitas fisik dan penyediaan perlengkapan

dan sarana lainnya. Jika beberapa aspek di atas dapat dipenuhi maka pelanggan yang datang ke warung akan semakin puas. Sebaliknya jika aspek-aspek di atas tidak dapat dipenuhi maka pelanggan yang datang ke warung akan tidak puas dan beralih ke warung lain.

Bertitik tolak dari latar belakang maka akan dikaji lebih jauh tentang “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura).”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Persaingan antar bisnis kuliner yang dewasa ini semakin meningkat, sehingga dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan.
2. Berbagai bentuk penawaran seperti menu dan fasilitas antara warung yang satu dengan warung yang lain adalah sama dan bentuk pelayanan seperti itu mudah ditiru.
3. Pelanggan semakin banyak memiliki pilihan sehingga semakin menuntut lebih dan sulit dipuaskan sehingga segala bentuk pelayanan perlu diarahkan pada kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.
4. Sebuah bisnis kuliner yang gagal memuaskan pelayanannya, maka akan ditinggalkan para pelanggannya sehingga bisnis akan mengalami kerugian.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup penelitian yang dilakukan terbatas pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yaitu dimensi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) terhadap tingkat kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dapat diungkap suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura?

4. Di antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* manakah yang berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura
4. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling signifikan di antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet di Kartasura.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai seberapa jauh pihak warung telah memberikan pelayanannya kepada pelanggan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan didalam penyusunan rencana dan strategi pemasaran.
2. Bagi Fakultas, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembanding untuk penelitian sejenis lainnya.
3. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya di dalam dunia bisnis sehari-hari.