

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kuliner pada saat ini dapat dikatakan berkembang dengan sangat pesat, dan salah satunya adalah bisnis rumah makan. Rumah makan dengan sangat mudah dijumpai di sekitar kita berbagai jenis dan rupa. Bisnis rumah makan memang semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup masyarakat yang ingin serba cepat tersaji. Sadar atau tidak, dengan pertumbuhan penduduk yang semakin banyak begitu juga kebutuhan pangan yang harus disediakan.

Pada dasarnya makanan sebagai kebutuhan dasar manusia dan harus dipenuhi setiap hari. Logika sederhananya adalah apabila perut sudah lapar maka urusan makanpun sesegera mungkin untuk dipenuhi, sehingga orang akan mencari makanan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Salah satu cara yang mudah ditempuh dan lebih praktis adalah datang ke rumah makan. Dengan keaneka ragaman jenis menu, asal daerah, cara penyajian, dan karakteristik yang berbeda-beda maka konsumen memiliki banyak rekomendasi untuk memutuskan makanan apa yang dipilih dan dimana akan makan. Pertumbuhan jumlah restoran/rumah makan tingkat Nasional, Provinsi dan Kota Madya dapat ditunjukkan dari survei yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, dengan rincian sebagai berikut:

Dalam publikasi Badan Pusat Statistik tahun 2012 mencatat perkembangan usaha restoran/rumah makan berskala menengah dan besar tahun 2007-2011 menunjukkan pertumbuhan tingkat Nasional sekitar 17,32%, dan tingkat Provinsi Jawa Tengah sekitar 4,05%. (<http://www.bps.go.id>). Sedangkan jumlah rumah makan dan restoran di Solo terus berkembang selama 2011-2012. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Solo jumlah restoran dan rumah makan naik masing-masing 10,53% dan 2,92% year on year (yoy) 2012. (<http://www.solopos.com>).

Disisi lain dengan semakin berkembangnya bisnis rumah makan menimbulkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Para pelaku usaha berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga para pelaku usaha rumah makan harus memikirkan strategi yang tepat untuk menjaga kelangsungan usahanya. Pemilik dan karyawan Pojok Kedai Satria Jagat Raya Asep Sunarya perlu mempertahankan pelanggannya agar tidak menyebrang ke pemasok lainnya sehingga dapat menjaga keberlangsungan usahanya.

Pojok Kedai Satria Jagat Raya Asep Sunarya merupakan salah satu “Burjo” yang ada di Surakarta. Rumah makan ini sering kali disebut “burjo” oleh konsumennya. Karena menu bubur kacang hijau yang diandalkan sebagai menu khas, maka rumah makan tersebut sering kali disebut "burjo" sebagai kependekan dari bubur kacang hijau. Rumah makan ini buka selama 24 jam setiap harinya, seperti yang lumrah dijumpai burjo lainnya. Rumah makan ini

memiliki kekhasan tersendiri, dari makanan yang tersedia, bahasa yang digunakan, daerah asal pemilik rumah makan, dan penamaan rumah makan itu sendiri. Burjo menyediakan makanan khasnya yaitu bubur kacang hijau. Selain itu, rumah makan tersebut menyediakan berbagai makanan cepat saji. Kebanyakan pemilik dan karyawan rumah makan seperti ini berasal dari Kuningan, Jawa Barat.

Melihat banyaknya jumlah rumah makan ataupun yang sejenis, menjadikan persaingan yang amat ketat antar pelaku usaha. Kotler (2010:146) berpendapat bahwa “pesaing terdekat perusahaan adalah yang paling mirip dengan perusahaan; pesaing ini menjual ke pasar sasaran yang sama dan menggunakan bauran pemasran yang sama”. Maka dari itu penting untuk membangun kepuasan pelanggan dan layanan yang berkualitas sehingga menjadikan pelanggan yang loyal/setia. Dengan memiliki pelanggan yang setia maka akan mendatangkan profitabilitas kepada Kedai Pojok Satria Jagat Raya Asep Sunarya. Didukung suatu studi dalam (Lamb dkk., 2001: 376) menyimpulkan bahwa, Jika perusahaan mempertahankan 5% pelanggannya setiap tahun, keuntungan akan meningkat paling sedikit 25% terlebih lagi, meningkatkan atau mempertahankan konsumennya hanya sebesar 2% dapat menurunkan biaya sebesar 10%.

Persaingan industri rumah makan yang semakin kompetitif menuntut rumah makan pojok kedai Satria Jagat Raya Asep Sunarya agar mampu menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Menurut

Sheth & Mittal (dalam Tjiptono, 2007:387), “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”.

Sedangkan menurut Gremler (dalam Hasan, 2008:83) “loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli barang atau jasa, tetapi mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli”. Dengan memiliki pelanggan yang setia akan memberikan dampak yang positif terhadap rumah makan pojok kedai Satria Jagat Raya Asep Sunarya.

Berdasarkan penelitian dalam (Griffin, 2008: 3) mengemukakan bahwa, “*forum corporation* melaporkan bahwa sekitar 40 persen dari para pelanggan dalam studinya menyatakan puas ternyata pindah pemasok tanpa ragu-ragu”. Pada kesimpulannya, pelanggan yang merasa puas masih ada kecenderungan menunjukkan keinginan untuk beralih ke pemasok lain. Diperkuat pendapat oleh Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa “banyak riset menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu menjadi syarat yang cukup agar efek seperti ini terjadi, meskipun berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan”. Dengan demikian ada kemungkinan bahwa pengukuran kepuasan sebagai peramal atas loyalitas menunjukkan sesuatu yang tidak mutlak. Artinya pelanggan yang menyatakan kepuasan tidak serta-merta menjadi pelanggan yang loyal. Dengan demikian pelanggan yang loyal hampir pasti adalah pelanggan yang puas, sebaliknya pelanggan yang puas belum tentu loyal.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut apakah pelanggan pada rumah makan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya telah terbentuk suatu loyalitas sehingga melakukan pembelian yang konsisten, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan kepada pemasok lain. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan penulis dapat memberi masukan-masukan yang harus dievaluasi oleh rumah makan tersebut.

Kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu fokus utama di setiap perusahaan. Kepuasan menjadi faktor penting dalam menciptakan pelanggan yang loyal. Karena kepuasan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan, sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan tindak lanjut dari apa yang dirasakan dan diungkapkan setelah menerima barang atau jasa yang diberikan. Jika pelanggan telah merasa terpuaskan maka ada kemungkinan kedepannya menjadi pelanggan yang loyal. Lovelock (2005: 102) berpendapat,

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, kejengkelan netralitas, kegembiraan atau kesenangan.

Salah satu yang dapat menumbuhkan loyalitas adalah kualitas pelayanan, semakin baik pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin loyal/setia kepada rumah makan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya. Setiap perusahaan pasti akan berusaha memberikan pelayanan yang

terbaik kepada pelanggannya, dengan harapan para pelanggan akan merasa puas sehingga terjadi simbiosis yang menguntungkan antara penjual dan pembeli. Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam memenuhi harapan yang dipersepsikan oleh pelanggan. Menurut Hary (dalam Tjiptono, 2000: 90) “Kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya dapat memenuhi harapan pelanggan”. Dengan menyampaikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan, akan menimbulkan perasaan “puas” dari pelanggan. Sehingga akan berperan dalam menciptakan pelanggan yang loyal.

Dapat Memiliki dan mempertahankan pelanggan selamanya adalah keinginan setiap perusahaan dengan harapan akan mendapat profitabilitas yang berkelanjutan. Konsep loyalitas pelanggan dapat menggunakan kepuasan dan kualitas pelayanan sebagai pendorong terjadinya loyalitas. Akan tetapi kepuasan dan kualitas pelayanan tidak menjamin bahwa seorang pelanggan tidak akan menyebrang kepada pemasok lain, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan pada rumah makan yang menjadi obyek penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, timbul keinginan penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEPUASAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA POJOK KEDAI SATHIA JAGAT RAYA ASEP SUNARYA DI GONILAN SUKOHARJO ”**

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas serta agar mempermudah masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Sesuai dengan judul yang akan diajukan, penelitian ini hanya berkaitan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo.
2. Pengamatan dan penelitian ini terbatas pada pelanggan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo?
3. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo?

D. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pojok kedai satria jagat raya Asep Sunarya di Gonilan Sukoharjo.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam strategi pemasaran khususnya dalam usaha menumbuhkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan pelanggan.
 - b. Sebagai pembanding dan salah satu sumber bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak rumah makan yang berupa informasi empiris yang dapat digunakan

sebagai bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan dalam merancang strategi dan mengimplementasikan program-program perbaikan kepuasan konsumen yang terus menerus mendorong dan memperkuat loyalitas pelanggan

b. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.