

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin maraknya persaingan bisnis, baik di pasar domestik maupun di pasar nasional, mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan harus dapat peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan perhatian kepada kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Tidak terkecuali dalam usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan café, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang (Merry, 2014).

Semakin berkembangnya usaha kuliner disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan makanan siap saji semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Menurut Royan dalam Remiasa & Lukman, (2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah cafe, rumah makan, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru seperti halnya sebuah rumah makan sederhana yang disebut angkringan kini mampu bersaing dan berdiri menjadi sebuah kafe ataupun restoran dengan menu yang sama. Di samping sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan

utama yaitu makan dan minum, rumah makan dan kafe digunakan sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya (Merry, 2014).

Melihat perkembangan perilaku masyarakat terhadap kebutuhan makanan yang semakin berkembang ini secara cerdas dianggap sebagai sebuah peluang bisnis oleh para pelaku usaha di kategori kuliner khususnya cafe, rumah makan baik secara independen maupun tergabung dalam suatu *puja sera (foodcourt)* (Merry, 2014).

Bagi perusahaan, untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas jasa yang baik dianggap sebagai suatu strategi yang tepat untuk bertahan dan mendapatkan hasil yang terbaik pada suatu persaingan. Tentunya citra kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen (Tjiptono, 2008).

Menurut Tjiptono (2008) dalam upaya mewujudkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menerapkan pendekatan kualitas pelayanan (*servqual*) yang berupa aspek atau dimensi bukti fisik (*Tangibles*), reliabilitas (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurances*) dan empati (*Emphaty*).

Menurut Soekresno (2004), rumah makan merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial. Di Kota Surakarta perkembangan rumah makan sangat pesat. Hal ini disebabkan masyarakat

Surakarta yang Konsumtif. Salah satu rumah makan di Kartasura adalah rumah makan Awan Bengi. Rumah makan ini berlokasi di jalan duwet raya bulak indah rt 05 rw 07, Surakarta, Jawa Tengah. Ketatnya persaingan rumah makan di Kota Surakarta membuat rumah makan Awan Bengi terus melakukan terobosan salah satunya adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi lebih banyak alternative produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga akan selalu mencari nilai yang dianggap tinggi dari beberapa produknya karena kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen tidak hanya konsumen yang makan di rumah makan tersebut tapi juga berdampak pada orang lain karena konsumen yang kecewa akan bercerita kepada orang lain. Dampaknya calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Dokumentasi RM. Awan Bengi, 2016).

Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Tjiptono, 2003).

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " hubungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Awan bengi".

B. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara kepuasan kosumen dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Awan bengi?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mengetahui hubungan antara kepuasan kosumen dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Awan Bengi.

2. Tujuan khusus

- a. Mendiskripsikankepuasan kosumen di Rumah Makan Awan bengi
- b. mendiskripsikankualitas pelayanan di Rumah Makan Awan bengi
- c. menganalisa hubungan antara kepuasan kosumen dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Awan bengi

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Rumah Makan Awan Bengi

Hasil penelitian ini dapat di manfaatkan dan di gunakan sebagai masukan dalam rangka meningkatkan pelayanan rumah makan dan menu yang di sajikan sehingga konsumen dapat lebih puas dan menikmati di rumah makan tersebut

2. Bagi pendidikan

Dapat di jadikan sumbangan pengetahuan dan informasi khususnya dalam hal kepuasan pelanggan dengan pelayanan dan menu yang di sajikan bagi para pembaca dosen maupun mahasiswa

3. Bagi peneliti

Merupakan pengalaman yang berharga dalam menerapkan ilmu penelitian dan meningkatkan kemampuan dalam penelitian serta sebagai

sumber dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih baik di masa yang akan datang