BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa serba modern seperti sekarang ini bidang usaha apapun semakin bergerak dan berkembang dengan begitu pesat, begitupun dengan bisnis di bidang kuliner atau makanan. Semakin terbukanya peluang usaha yang sejalan dengan semakin berkembangnya teknologi membuat berbagai usaha baru bermunculan dan mengakibatkan persaingan semakin sengit. Karena itu untuk menyikapi situasi dan kondisi yang demikian maka para pelaku usaha juga harus mampu beradaptasi dan menyesuaikan diri dalam persaingan dengan cara yang cepat tanggap dalam menentukan keputusan agar usaha mereka dapat bertahan atau bahkan berkembang dengan pesat. Pengusaha diharuskan dapat bertahan dalam persaingan pasar dan bahkan mampu memenangkan persaingan. Di dalam usaha untuk memenangkan persaingan, pelaku usaha harus mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka akan penting bagi pelaku usaha untuk membuat strategi pemasaran untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar bisa bersaing mempertahankan dan mengembangkan usaha di dalam pasar.

Pentingnya perhatian terhadap konsumen dengan melihat keinginan dan kebutuhan serta kepuasan dari pelayanan dapat menjadi kunci agar keberhasilan sebuah usaha di dalam persaingan yang kian ketat saat ini. Maka dari itu, pelaku usaha diharuskan agar bisa menyajikan suatu yang berharga dan juga sekaligus

memberi makna yang mengesankan di dalam diri konsumen melalui pelayanan yang sepadan dengan kualitas produk maupun jasa yang ditawarkan.

Kualitas dari suatu pelayanan merupakan sebuah strategi agar dapat menjaring lebih banyak konsumen, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menghindari pelanggan berpindah dan menciptakan keadaan unggul. Pelaku usaha yang mengedepankan kualitas pelayanan yang memuaskan juga akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan bertujuan sebagai upaya untuk menciptakan rasa nyaman bagi konsumen serta konsumen memiliki nilai rasa yang lebih tinggi dari harapan konsumen. Harapan konsumen adalah nilai penting, maka dari itu kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan keadaan bagi pelaku usaha untuk lebih dekat menuju kepuasan konsumen.

Setelah faktor kualitas pelayanan, faktor harga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga juga termasuk suatu faktor yang kuat didalam penjualan. Penetapan harga harus melihat segmen pasar konsumen yang dituju supaya konsumen mampu membeli produk tersebut. Dari sisi konsumen, faktor harga menjadi acuan dan pertimbangan dalam memutuskan pembelian. Melihat dari faktor harga sebuah produk juga membentuk persepsi dari konsumen perihal produk itu sendiri. Seperti menurut Walton (2012), harga serta kualitas berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen, dan hanya sedikit yang mengolah kedua hubungan tersebut. Perusahaan saat ini dinilai masih kurang memperhatikan faktor tersebut, dan mengakibatkan konsumen merasa kurang puas mengenai produk tersebut setelah melakukan pembelian dan akan berpikir lagi atau bahkan tidak mau membeli kembali produk tersebut.

Pelaku usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa seperti ini harus pintar pintar menentukan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat usaha dan melaksanakan semua kegiatan operasionalnya, sebab lokasi yang bagus, strategis, dan nyaman tentunya menguntungkan pelaku usaha dalam menjaring konsumen. Menentukan lokasi yang berada di pusat kota, keramaian dan mudah di akses oleh para calon konsumen juga merupakan strategi yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Biasanya seseorang cenderung menentukan rumah makan yang lokasinya tidak jauh dari aktivitas atau kegiatan yang dilakukan. Berikut beberapa hal yang berkaitan dengan pemilihan lokasi: akses mudah, dekat dengan pusat pebelanjaan, tidak jauh dari pemukiman, nyaman, aman, tersedia lahan parkir, dan faktor faktor lain (Tjiptono, 2015). Lokasi merujuk kepada semua kegiatan pemasaran yang bertujuan melancarkan dan memudahkan penyaluran produk atau jasa dari produsen untuk menjangkau konsumen. Lokasi dapat mempengaruhi perasaan, pemikiran, dan tanggapan konsumen mengenai pemilihan tempat dan pembelian konsumen. Tanggapan yang dirasakan oleh koneumen ini yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan dari konsumen tersebut. Rasa tidak puas konsumen merupakan respon dari perasaan ketidaksesuaian dengan harapan konsumen sebelumnya.

Kepuasan konsumen merupakan wujud dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dari konsumen tersebut mampu terpenuhi dan bahkan akan menentukan terjadinya pembelian kembali atau loyalitas yang berkelanjutan. Dengan harapan yang terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen itu sendiri tentu akan semakin puas pula konsumen tersebut. Sebagai pelaku usaha

tentunya harus memiliki strategi dalam penjualan, supaya mampu mempertahankan keberadaan konsumen atau bahkan meningkatkannya lagi.

Rumah makan Kedai Ibu yang berdiri sejak 1 Mei 2016 merupakan salah satu rumah makan di kota Solo yang berlokasi di Jl. Hasanudin No. 57, Banjarsari, Kota Surakarta. Kedai Ibu menawarkan berbagai macam makanan dan minuman. Harga yang dipatok oleh Kedai Ibu termasuk terjangkau untuk berbagai macam kalangan. Berbagai menu juga tersedia baik dari segi makanan maupun minuman dengan berbagai varian rasa, dan yang special adalah makanan rumahan dan minuman susu menjadi unggulan yang ditawarkan. Selain dari beragam menu yang ditawarkan, konsep dan fasilitas dipikirkan dengan sangat matang. Untuk dapat bersaing dengan beberapa rumah makan lain di wilayah sekitar Kedai Ibu ada berbagai hal yang dipertimbangkan agar konsumen memutuskan pilihan dan memilih Kedai Ibu untuk dituju. Pemilik usaha dan pihak manajemen berupaya mewujudkan harapan dan kriteria bahan yang dipertimbangkan oleh konsumen, baik dari segi kualitas pelayanan, harga, dan juga lokasi yang nyaman, agar mampu memberikan kepuasan bagi konsumen yang mengunjunginya. Apabila hal-hal seperti kualitas pelayanan, harga, dan juga lokasi tidak diperhatikan, akibatnya akan menyebabkan ketidakseimbangan antara keinginan dan harapan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga, dan lokasi rumah makan Kedai Ibu tersebut. Maka dari itu keberlangsungan rumah makan bergantung pada berhasil atau tidaknya pemberian kualitas pelayanan terbaik, harga yang sesuai, serta lokasi yang mudah untuk di akses oleh konsumen.

Tabel 1.1 Daftar Pesaing di sekitar Kedai Ibu.

No.	Nama Pesaing	Alamat
1.	Eight Corner	Jl. Hasanudin No.90, Banjarsari, Surakarta.
2.	SAE Chicken	Jl. Hasanudin No. 64, Banjarsari, Surakarta.
3.	Selat Viens	Jl. Hasanudin No. 99 C, Banjarsari, Surakarta.

Sumber: Observasi peneliti

Jika melihat dalam tabel tersebut nampak persaingan usaha rumah makan yang berada sangat berdekatan dengan Kedai Ibu. Maka dari itu agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut Kedai Ibu terus berusaha meningkatkan kualitasnya. Pihak manajemen Kedai Ibu diharuskan menerapkan strategi dengan tepat untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan usahanya. Pihak manajemen diharapkan mampu memikirkan konsumen dan berfikir layaknya konsumen supaya bias memahami apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan demikian maka konsumen mendapatkan kepuasan saat menggunakan produk atau jasanya. Didalam persaingan, memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan dapat menjadi sebuah keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan rasa puas yang didapatkan oleh konsumen saat mencoba produk atau jasa layanan yang diberikan, maka akan memunculkan rasa ingin mengulang dengan melakukan pembelian kembali produk atau jasa tersebut di lain waktu.

Tabel 1.2 Data Penjualan Rumah Makan Kedai Ibu

Bulan	**Pengunjung**
Maret 2018	1011
April 2018	1140
Mei 2018	1540
Juni 2018	1360
Juli 2018	1065
Agustus 2018	1041
September 2018	1020
Oktober 2018	1012
Nopember 2018	1004
Desember 2018	1018
Januari 2019	1000
Februari 2019	795
Jumlah	**13,006**

Sumber: Kedai Ibu, 2018-2019

Jika dilihat pada data tersebut memperlihatkan bahwa pengunjung yang melakukan transaksi pembelian pada periode Maret 2018 – Februari 2019 terlihat sedikit menurun. Masalah penurunan seperti ini memerlukan perhatian pelaku usaha dengan melakukan analisa tentang keluhan dan keinginan konsumen yang seharusnya dapat terpenuhi misalkan seperti halnya keramahan karyawan saat melayani pelanggan, atau menjaga kondisi rumah makan agar selalu dalam keadaan bersih. Sebagai pelaku usaha sebaiknya mengetahui bahwa konsumen mempunyai peranan penting terhadap keuntungan yang didapatkan. Maka dari itu upaya untuk memberikan kepuasan terhadap

konsumen merupakan faktor penting dalam menjaga atau bahkan meningkatkan pendapatan atau keuntungan. Kedai Ibu menyadari bahwa memberikan layanan jasa dituntut untuk selalu meningkatkan aspek kualitas dari pelayanan pengunjung yang ada dengan harapan agar sejalan dengan meningkatnya jumlah pelanggan di Kedai Ibu.

Atas dasar latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Kedai Ibu di Surakarta"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan dalam latar belakang tersebut, lantas penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta.

2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen rumah makan Kedai Ibu Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini tentunya diharapkan terdapat manfaat yang berguna baik bagi peneliti, pembaca, pihak pelaku usaha, ataupun pihak terkait lainnya dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

   Sebagai penerapan atas kajian teori dan ilmiah yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Selain itu diharapkan mampu menambah serta memperluas pengetahuan tentang bidang-bidang yang saling berkaitan didalam penelitian tentang manajemen pemasaran.

2. Bagi Pembaca

   Memberikan tambahan informasi dan referensi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan kepuasan konsumen yang ada di dalam penelitian.

3. Bagi Pelaku Usaha

   Untuk memberikan tambahan masukan atas beberapa aspek yang di teliti dalam penelitian dan diharapkan mampu memberikan peningkatan perhatian mengenai masalah kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar dapat memaksimalkan peluang agar dapat memberi kepuasan bagi konsumen.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan merupakan pola penyusunan penelitian ini untuk memberikan gambaran secara garis besar bab demi bab untuk memudahkan pembaca memahami isi penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian ini secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdapat tinjauan teoritis variabel yang diteliti, uraian sistematika mengenai hasil penelitian terdahulu, kerangka teoritis yang digunakan, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai gambaran Teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subjek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta metode yang digunakan dalam pengumpulan data maupun analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara lebih rinci tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan, analisis data dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.