

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis khususnya di bidang usaha rumah makan, merupakan industri jasa yang fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat pengunjung rumah makan sangatlah dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan yang mencakup faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor internal disini merupakan faktor dari dalam rumah makan itu sendiri yaitu; fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh rumah makan dan juga kualitas pelayanannya. Kota Padang Panjang dikenal sebagai salah satu kota yang penuh kuliner aneka macam ragam makanan, dimana peningkatan berbagai fasilitas dan jasa pelayanan usaha rumah makan ternyata mempertajam persaingan di kalangan para pengelola rumah makan dalam usaha menjaring pelanggan dan mempertahankan para pengunjungnya.

Jasa rumah makan merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan jenis layanan/*service* seperti: penyiapan makanan dan minuman bagi siapa saja yang memerlukannya. Persaingan diantara pengusaha rumah makan, dapat dilihat dengan adanya berbagai macam fasilitas tambahan yang ditawarkan oleh pihak rumah makan kepada pelanggan, antara lain jasa catering, pesan antar, atau nasi kotak. Tiap rumah makan akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap produk jasa serta pelayanan yang diberikan kepada para tamu (pengunjung). Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa pelanggan yang

tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari penyedia barang atau jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya.

Semakin banyaknya di buka tempat usaha makanan baru, berarti semakin banyak pula pilihan tempat bagi pelanggan untuk makan. Dengan demikian semakin ketat pula persaingan pemilik usaha dalam menarik minat pelanggan. Apabila ditinjau dari sisi pelanggan, dapat dilihat bahwa terjadi perubahan perilaku pelanggan dalam memilih tempat makan. Memilih tempat makan bukan lagi sekedar untuk memenuhi rasa akan lapar, rumah makan menjadi tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan rekan bisnis, keluarga, kenalan baru, bahkan bagi kelompok pelanggan tertentu perilaku makan dan minum di rumah makan memberikan *prestise* tersendiri bagi mereka.

Berdasarkan adanya perubahan-perubahan pada perilaku pelanggan, dan semakin kuatnya persaingan dalam menjangkau pangsa pasar, pemilik usaha dituntut untuk harus mampu memperhatikan dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemudian berusaha untuk dapat memenuhinya. Dalam hal mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, pemilik usaha harus peka terhadap perubahan dan perkembangan perilaku pelanggan. Sehingga pemilik usaha dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya sehingga akan memberikan suatu ketertarikan kepada pelanggan untuk menempatkan tempat usahanya sebagai pilihan yang pertama dalam keputusan pembeliannya. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan merupakan tujuan utama pemilik usaha dalam memasarkan produknya, sehingga akan memberikan keuntungan dan akan membuat usaha tersebut dapat bertahan dari persaingan yang ada, dengan dimulainya keputusan

pembelian oleh pelanggan maka dimulai juga usaha untuk membangun kepercayaan, dan komitmen pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui bauran pemasaran jasa yang pada akhirnya akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Rumah Makan Sambalado Padang Panjang merupakan rumah makan yang menawarkan menu masakan Padang. Rumah makan Sambalado ini merupakan salah satu rumah makan yang ada di Kota Padang Panjang. Rumah makan ini mampu bersaing ditengah banyaknya rumah makan yang ada di Kota Padang Panjang. Berikut akan dilihat respons pelanggan Rumah Makan Sambalado Padang Panjang terkait layanan rumah makan yang mereka terima. Berdasarkan survei awal Desember 2018 pada 30 orang pelanggan diperoleh informasi sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tanggapan Pelanggan Terhadap Layanan
Rumah Makan Sambalado Padang Panjang

No	KeluhanPelanggan	Sangat Tidak Pusa	Tidak Pusa	Cukup Pusa	Puas	Sangat Pusa
1	Karyawan cepat dalam menyajikan makanan	7	10	8	5	
2	Rasa makanan yang disajikan konsisten dari waktu ke waktu	4	9	11	6	
3	Karyawan tanggap dalam menerima dan mengatasi keluhan pelanggan	4	10	12	4	
4	Kualitas makanan sesuai dengan harga yang ditetapkan	5	9	12	4	
5	Karyawan rumah makan melayani pembeli ramah	3	7	12	4	4
6	Menu yang ditawarkan rumah makan lengkap	12	10	8		
7	Rumah makan berada di lokasi yang strategis	8	10	5	7	
8	Rumah makan memiliki lapangan parkir yang luas	18	7	5		

Sumber: hasil survei awal Desember 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwasanya masing-masing 10 orang konsumen menyatakan tidak puas terhadap kecepatan karyawan dalam menyajikan makanan serta ketanggapan karyawan dalam menerima dan mengatasi keluhan pelanggan. Hal ini diduga jika jumlah pelanggan yang datang dalam bentuk rombongan butuh waktu bagi karyawan untuk memenuhi semua pesanan pelanggannya, serta adanya jeda waktu yang diterima pelanggan untuk mengatasi keluhan yang mereka berikan. Disamping itu konsumen juga menyatakan tidak puas terhadap pelayanan karyawan rumah makan yang diharapkan melayani dengan ramah sebanyak 7 orang, hal ini diduga jika pelanggan yang datang untuk makan itu lebih dari sekitar 5 orang per meja makan maka karyawan akan kesulitan untuk melayani karena jumlah karyawan yang tersedia terbatas.

Selain itu juga terlihat adanya konsumen yang menyatakan sangat tidak puas untuk menu yang ditawarkan rumah makan lengkap sebanyak 12 orang, hal ini diduga tidak semua menu yang ada di rumah makan lainnya juga tersedia pada rumah makan ini. Selanjutnya masing-masing 9 orang konsumen menyatakan tidak puas terhadap rasa makanan yang disajikan konsisten dari waktu ke waktu dan kualitas makanan sesuai dengan harga yang ditetapkan. Hal ini diduga bisa jadi pada kedatangan sebelumnya rasa makanan tidak sama dengan saat datang berikutnya, selain itu disebabkan terjadinya perubahan harga dan makanan yang disajikan.

Selanjutnya konsumen menyatakan tidak puas terhadap pernyataan rumah makan berada di lokasi yang strategis sebanyak 10 orang, selain itu konsumen juga menyatakan 18 orang sangat tidak puas bahwa rumah makan memiliki

lapangan parkir yang cukup luas, hal ini diduga walaupun rumah makan berada di tepi jalan raya namun bukan di jalan akses utama tempat pemberhentian dan lapangan parkir rumah makan yang tersedia terbatas.

Hal ini mengindikasikan secara menyeluruh pelanggan yang disurvei merasa masih kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh Rumah Makan Sambalado Padang Panjang sehingga mempengaruhi kepuasan dan berdampak pada intensitas pelanggan dalam makan pada Rumah Makan Sambalado Padang Panjang. Selain itu ini juga disebabkan karena bermunculannya rumah makan lainnya dengan menawarkan menu andalan berbagai variasi, ditambah lagi dengan lokasi restoran mereka yang strategis yakni di pusat-pusat pariwisata, atau ditepi-tepi jalan yang menjadi jalur padat kendaraan.

Kemudian juga terdapat berbagai faktor yang bisa menyebabkan lesunya tingkat pengunjung rumah makan atau seperti pelayanan yang diberikan pihak rumah makan terhadap tamu yang kurang maksimal dimulai dari proses pelanggan memesan makanan, makan dan sampai tamu meninggalkan rumah makan. Selain itu juga fasilitas yang disediakan oleh pihak rumah makan terhadap tamu yang makan langsung seperti tempat parkir, sarana ibadah, kamar mandi, apakah sudah sesuai dengan kepuasan yang diinginkan pihak tamu yang makan di Rumah Makan Sambalado Padang Panjang.

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:17) layanan merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sama halnya yang diungkapkan oleh

Gronroos dalam Tjiptono & Chandra (2011:17) layanan adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:49) mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Tjiptono (2012:80) mengatakan kualitas pelayanan, apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Nuryani, dkk (2014) meneliti tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffee House & Resto, Malang). Hasil analisis menggunakan metode Servqual dalam penelitian ini menunjukkan bahwa yang menjadi prioritas utama pelanggan yaitu atribut yang masuk pada kuadran utama (kuadran I). Kuadran

utama (kuadran I), meliputi atribut kecepatan dalam pelayanan dan penyajian (X1.1), ketepatan menu yang disajikan dengan pesanan (X1.2), karyawan bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan (X3.2), kelezatan menu yang disajikan (X3.3), dan tempat parkir yang cukup luas (X5.5).

Winanda dan Sriyanto (2016) meneliti tentang analisis kualitas pelayanan restoran cepat saji dengan metode servqual (*Service Quality*) Dan IPA (*importance performance analysis*) (Studi Kasus Restoran Olive Fried Chicken). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang berada di kuadran I yang memiliki prioritas perbaikan tertinggi, yaitu keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan saat ramai (Tangible:9), kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak (Responsiveness:16), dan ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas pendukung cuci tangan yang lengkap (Tangible:7).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis memilih judul proposal penelitian sebagai berikut: “**Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sambalado Padang Panjang Menggunakan Metode Servqual (*Service Quality*)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas masalah dalam penelitian sebagai berikut :

Bagaimana kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sambalado Padang Panjang menggunakan metode servqual (*Service Quality*) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sambalado Padang Panjang menggunakan metode servqual (*Service Quality*).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Rumah Makan Sambalado Padang Panjang

Penelitian ini berguna bagi pihak perusahaan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan menjadi bahan pertimbangan dalam hal perumusan kebijakan pelayanan terhadap pelanggan.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini menambah referensi wawasan dan memberikan sumbangan pikiran tentang kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.