

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan jiwa kewirausahaan (*entrepreneur*) generasi muda saat ini sangat signifikan, diantaranya telah banyaknya hadir ditengah masyarakat dan generasi muda minuman yang sangat kreatif, menyehatkan dan menyenangkan yang begitu digemari, diantaranya minuman asli yang terbuat dari coklat asli. Minuman tersebut hasil ide dan kreatifitas anak muda dalam memenuhi permintaan konsumen yang selalu ingin mencoba sesuatu yang baru.

Untuk memenangkan persaingan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu membaca sikap konsumen untuk memberikan kepuasan agar konsumen tidak meninggalkan produk / jasa, dan tidak berpindah langganan ke pesaing. Hal ini akan mengakibatkan menurunnya angka penjualan pada usaha. Produk dan jasa yang mampu memenangkan persaingan dengan para pesaing diperlukan strategi yang dapat meningkatkan layanan dan mampu bersaing secara efektif dalam pasar yang kian kompetitif dewasa ini. Memenangkan persaingan dan mempertahankan usaha agar tetap hidup, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Hal ini dapat dikatakan berhasil apabila konsumen puas akan kinerja suatu produk yang tawarkan oleh pengusaha.

Menurut Lewis & Booms, dalam *Service Management* oleh Fandy Tjiptono (2012), kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa besar tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan tingkat *expectation* (harapan) konsumen. Dengan kata lain faktor yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pelayanan yang diharapkan oleh konsumen, apabila pelayanan melebihi dari yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik (positif), dan apabila pelayanan sesuai dengan yang diinginkan konsumen, itulah idealnya pelayanan dengan kualitas yang baik

Keunggulan bersaing juga berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan elemen terpenting yang menentukan keunggulan bersaing. Dengan demikian, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat vital dalam suatu bisnis.

Minuman *chocolate changer* tampil dengan menggunakan *booth* (meja *stand*) pada setiap gerai, dengan tujuan untuk mengefisienkan segala hal yang terkait dengan usaha minuman, selain dapat menyasar daerah-daerah strategis yang ramai dilalui oleh orang. Dengan sistem menggunakan *booth* ini usaha minuman coklat juga dapat mengefektifkan waktu penyajian, dan jumlah karyawan.

Di kota Padang tingkat persaingan usaha minuman saji sangat tinggi sehingga tidak jarang berdirinya beberapa usaha minuman dalam satu lokasi, karenanya tingkat keinginan konsumen akan produk juga meningkat dan lebih selektif dalam memilih, oleh karena itu perusahaan mau tidak mau harus melakukan strategi supaya dapat menarik konsumen dan memenangkan persaingan.

Penelitian ini dilakukan dikarenakan menurunnya pelanggan terhadap minuman *chocolate changer*. Hal ini dibuktikan minuman mengalami penurunan jumlah penjualan minuman dalam kurun waktu 2 tahun terakhir (2017-2019), rata-rata omset usaha turun 20%. Minuman ini sangat berkualitas, enak dan sangat digemari generasi muda, namun seiring berjalannya waktu omset dan jumlah konsumen tidak bertambah dan tidak meningkatnya penjualan, ini dikarenakan persaingan yang semakin tajam, seperti contoh minuman lain (pembanding) *Luplup Buble*, *aiih.id*, *Milkshake* atau *shelselchees tea* yang menyediakan berbagai macam jenis minuman dengan menu dan varietas rasa yang beragam.

1.2 Perumusan Masalah

Minuman *chocolate changer* akan terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, baik dalam produksi maupun pelayanan di lokasi *booth* gerai dimanapun berada. Dengan berkembangnya teknologi, konsumen minuman *chocolate changer* dimanjakan dengan pemesanan (*order*) *via online*, seperti *gofood*, dan minuman ini telah berkembang dengan menyediakan juga aplikasi tersebut demi memberikan rasa kepuasan kepada konsumen agar tetap setia menjadi pelanggan.

Pengukuran kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel-variabel harapan konsumen dan kinerja. Penelitian dilakukan dengan mengukur kepuasan

konsumen menggunakan metoda *Servqual* (*Service Quality*). Pengukuran *Servqual* ini dilakukan untuk mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa pelayanan, yaitu *Tangible* (bukti langsung), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Emphaty* (empati). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan objek usaha yang diteliti, untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan .

Metoda *Servqual* (*Service Quality*) bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman *chocolate changer*. Kepuasan konsumen dapat dilihat melalui kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen. Kesenjangan dapat terjadi bila adanya perbedaan penilaian antara persepsi terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan. Kesenjangan diukur dengan menghitung selisih rata-rata persepsi dan harapan konsumen.

Penelitian dilakukan karena rendahnya tingkat penjualan, hal ini disebabkan oleh tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada *chocolate changer*. Berdasarkan hal tersebut penelitian dilakukan dengan mengkaji tentang kualitas pelayanan dn produk, dengan topik **“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelayanan Gerai Penjualan Produk *Chocolate Changer* Menggunakan Metoda *Servqual* ”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen
2. Mengukur tingkat kepuasan / persepsi (*perception*) maupun Tingkat kepentingan / harapan (*expectation*) konsumen di gerai minuman *chocolate changer*

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan lebih fokus pada arah tujuan yang diinginkan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah, diantaranya:

1. Penelitian dilakukan di Gerai *chocolate changer* dikota Padang, yang mempunyai 7 Gerai, diantaranya Gerai Permindo, Gerai Pasar Baru-Limau Manis, Gerai MKU UNP Air Tawar, Gerai UBH kampus II Aie Pacah, Gerai Jati, Gerai UPI Lubeg, dan Gerai Simpang Jakarta Siteba.
2. Pengambilan sampel dilakukan kepada konsumen yang membeli minuman *chocolate changer* dan konsumen yang pernah menikmati minuman *chocolate changer* dikota Padang
3. Alat bantu yang digunakan berupa kuesioner, untuk mengetahui persepsi dan harapan konsumen

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan laporan ini dapat lebih terarah dan sistematis, maka sistematika penulisan yang digunakan didalam pembuatan laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori tentang : kualitas pelayanan disertai dengan komponen-komponennya, kepuasan pelanggan, serta perhitungan jumlah sampel. Uraian konsep dan fakta yang mendukung penelitian sebagai landasan dasar pemikiran untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan gambaran terstruktur proses penelitian disertai langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan, metoda yang digunakan serta alasan pemilihan metoda.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan tentang data-data yang diperlukan dalam penelitian, serta dilengkapi dengan proses pengolahan data berdasarkan prosedur dan pendekatan yang digunakan.

BAB V ANALISA HASIL

Berisikan uraian analisis dan interpretasi yang didapat pada hasil pengolahan data yang telah dilakukan

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang dilakukan serta saran dan rekomendasi yang dapat diberikan terhadap pihak yang berkepentingan