

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang dihadapi dalam usaha kuliner sekarang ini semakin meningkat dan semakin ketat, sehingga menuntut para pengusaha rumah makan lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran. Pengusaha rumah makan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplentasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Strategi pemasaran yang lazim dikembangkan oleh seorang pemasar adalah ragam produk yang ditawarkan, harga jual produknya, distribusi produknya dan strategi promosinya kepada konsumen. Strategi pemasaran tersebut selalu berorientasi kepada loyalitas konsumen. Perusahaan yang menjalankan strateginya dengan berorientasi kepada loyalitas konsumen akan memperoleh keuntungan jangka panjang.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, konsumen puas dan jika kinerja melebihi harapan konsumen, maka mereka akan merasa puas dan senang. Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan pangsa pasar dan keuntungannya karena ada pembelian ulang dari konsumen.

Bisnis rumah makan merupakan bisnis yang sangat potensial dalam menghasilkan keuntungan karena pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Rumah makan akan sangat laris dan memiliki banyak pelanggan jika rumah makan tersebut mampu memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut antara lain ditinjau dari segi kualitas produk, harga, kualitas layanan, suasana rumah makan yang nyaman, serta citra dari rumah makan tersebut di mata para konsumennya.

Rumah Makan “Gubug Jowo” merupakan rumah makan yang menyediakan masakan berbahan utama ikan air tawar. Rumah makan ini strategis dan akses jalan yang mudah dijangkau, yaitu terletak di Jln. Godean Km 6,5 Moyudan, Sleman, Yogyakarta. Rumah makan ini menyediakan menu makanan dengan aneka macam bakar-bakaran dengan rasa yang lezat diantaranya gurami bakar, nila bakar, lele bakar dan masih banyak lagi. Rumah makan ini memberikan pelayanan yang cepat dan fasilitas diantaranya adalah: ruangan yang cukup luas, adanya pondok-pondok makan, pemancingan, parkir yang cukup, dan *full music*. Hal ini merupakan salah satu strategi rumah makan “Gubug Jowo” untuk memuaskan para konsumen sehingga mereka tetap menjadi pelanggan yang loyal terhadap rumah makan “Gubug Jowo”.

Hasil pengamatan langsung prasurvei yang dilakukan peneliti kepada 15 orang pengunjung mendapatkan gambaran sebagai berikut: 5 orang mengatakan bahwa rumah makan “Gubug Jowo” memiliki fasilitas pondok-pondok yang sudah rusak dan tidak diperbaiki, serta kayu penyangganya sudah lapuk. Sementara itu, 4 orang lainnya mengatakan bahwa pegawai rumah makan “Gubug Jowo” dalam melayani pelanggan kurang tanggap dan kurang gesit, sehingga para pelanggan harus menunggu lama sampai makanan yang dipesan datang dihidangkan. Pendapat lainnya berasal dari 6 konsumen yang mengatakan bahwa rumah makan rumah makan “Gubug Jowo” memiliki lapangan parkir yang cukup luas, akan tetapi konsumen merasa kurang nyaman karena tidak ada juru parkir di rumah makan “Gubug Jowo”, sehingga konsumen masih ada rasa takut akan keamanan kendaraannya. Konsumen juga menyatakan enggan untuk kembali makan di sana jikalau rumah makan “Gubug Jowo” di Yogyakarta karena kurang

memerhatikan kekurangan-kekurangan dari yang dikeluhkan oleh konsumen. Hal ini haruslah menjadi pertimbangan penting oleh pihak rumah makan, karena apabila konsumen tidak puas maka akan berdampak tidak menguntungkan bagi rumah makan “Gubug Jowo” di Yogyakarta salah satunya ditunjukkan dari menurunnya tingkat penjualan produk dimana pada tahun 2014 setiap harinya rumah makan “Gubug Jowo” mampu memenuhi pesanan sekitar 70 sampai 100 porsi, sedangkan pada tahun 2015 hanya mampu memenuhi pesanan sekitar 40 hingga 50 porsi.

Faktor lainnya yang menentukan loyalitas konsumen adalah kepuasan. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Engel, et al., (1990) dalam Tjiptono (2002: 146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, konsumen puas dan jika kinerja melebihi harapan konsumen, maka mereka akan merasa puas dan senang. Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari konsumen.

Dengan demikian, perlu dilakukan analisis tentang kepentingan konsumen terhadap faktor-faktor yang menyertai pelayanan rumah makan “Gubug Jowo” dan bagaimana kinerja rumah makan “Gubug Jowo” dalam usaha memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen memperoleh kepuasan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perbaikan kualitas layanan di rumah makan “Gubug Jowo”. Dengan menganalisis tingkat kepentingan/harapan (*Importance*) pasien dan kinerja

(*performance*) rumah makan “Gubug Jowo”, maka dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap layanan yang mereka peroleh. Dengan metode *Potential Gain in Customer Value* dapat diketahui fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan rumah makan “Gubug Jowo” sudah sesuai dengan keinginan konsumen?
2. Bagaimana perbandingan prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, sesuai dengan tujuan penelitian, dan dapat memberikan hasil yang maksimal serta untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan, perlu dilakukan beberapa pembatasan. Adapun batasan masalah yang digunakan ialah:

1. Penelitian ini dilakukan pada tamu di rumah makan “Gubug Jowo”.
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara acak kepada tamu yang berkunjung di rumah makan “Gubug Jowo”.
3. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Dengan demikian untuk setiap pertanyaan disediakan alternatif jawaban

yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya.

4. Hal-hal yang diteliti berupa tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja rumah makan “Gubug Jowo”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Melakukan analisis untuk melihat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan rumah makan “Gubug Jowo” sudah sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Mengetahui kriteria-kriteria yang menjadi prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dalam meningkatkan kualitas pelayanan rumah makan “Gubug Jowo”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini ditujukan bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.
2. Bagi Pihak “Gubug Jowo”
 Penelitian diharapkan dapat menjadi masukan serta informasi yang berguna bagi rumah makan atau untuk kepuasan konsumen pada rumah makan “Gubug Jowo” di Yogyakarta.
3. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai landasan penelitian lanjutan yang lebih baik di masa yang akan datang dan membentuk lulusan yang berkualitas yang sesuai dengan bidangnya.

1.6 Sistematik Penulisan

Tugas akhir terdiri dari atas lima bab dan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas beberapa teori yang berkaitan erat dengan identifikasi lingkup permasalahan, proses analisis, dan *literature* dari *importance and performance* maupun *potential gain in customer value*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah pemecahan masalah dan tahapan penelitian yang dilakukan dalam rangka pemecahan masalah yang diinginkan.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi pengumpulan data-data yang diperoleh di lapangan agar dapat digunakan sebagai bahan analisis dan pengolahan data yang didapat dengan metode untuk memecahkan masalah.

BAB V : PEMBAHASAN

Membahas hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasinya atau saran yang harus diberikan untuk penelitian lanjut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan hasil penelitian. Rekomendasi atau saran-saran yang perlu diberikan baik oleh peneliti sendiri maupun kepada peneliti lain yang dimungkinkan hasil tersebut dapat dilanjutkan serta kepada institusi tempat dilakukannya penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI