

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan kota yang telah mengalami banyak perkembangan di berbagai bidang kehidupan. Salah satunya adalah pada perkembangan bisnis makanan. Para pengusaha yang bergerak di bidang makanan dari kaki lima, warung-warung makan sampai dengan restoran yang menyediakan berbagai macam menu makanan telah begitu menjamur di hampir seluruh pelosok kota Yogyakarta. Hal tersebut menyebabkan masyarakat dapat lebih leluasa dalam menentukan pilihan tempat dan menu makanannya. Konsumen juga mempunyai posisi kekuatan penawaran yang lebih baik. Pasar yang semula masih menunjukkan ciri-ciri lebih banyak dikuasai industriawan atau penjual telah berubah menjadi pasar pembeli dimana para konsumen adalah raja.

Perkembangan gaya hidup juga telah merubah pola makan masyarakat, dimana pada saat ini pola makan mereka tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan makan tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan akan suasana yang santai dan nyaman, kebutuhan untuk berinteraksi, bersosialisasi dengan teman atau keluarga, memenuhi kebutuhan akan tempat makan sambil rekreasi untuk *me-refresh* pikiran dan kejenuhan mereka. Oleh karena itu mereka para pengusaha bisnis makanan semakin menghadapi tuntutan akan perubahan selera konsumennya.

Mereka pembisnis makanan juga berlomba-lomba memanfaatkan peluang ini untuk membuat suatu ide bisnis untuk memperebutkan pangsa pasar yang baru dan meramaikan persaingan yang telah ada. Akhir-akhir ini banyak pengusaha yang mendirikan rumah makan dengan konsep yang hampir sama yaitu rumah makan yang tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan akan makan tetapi juga memenuhi kebutuhan berinteraksi dan bersantai dengan suasana yang nyaman. Salah satu rumah makan tersebut adalah Rumah Makan Kangen Desa di Jalan Pakem Turi, Sleman. Rumah makan ini memiliki keunggulan dibandingkan rumah makan lain yang sejenis. Keunggulan tersebut yaitu, Rumah makan Kangen Desa merupakan salah satu restoran yang mempunyai tempat yang cocok untuk berbagai acara dengan nuansa alami yang menyatu dengan alam seperti pedesaan, pemandangan yang indah, udara yang sejuk, situasi yang aman & nyaman, serta fasilitas yang unik dan spesifik dimana dibangun sebagai suatu kawasan rekreasi pemancingan yang mempunyai fasilitas lengkap yaitu gubug-gubug sederhana yang terpisah, kolam pemancingan, perahu "gethek", kolam kecehan, taman, *Camping ground*, tempat bermain anak-anak, dan *live music* yang merupakan sesuatu yang langka yang tidak dimiliki oleh restoran lain.

Dengan kondisi yang kompetitif seperti ini menuntut para pengusaha dan pelaku bisnis di industri ini untuk lebih bijaksana dalam mengelola dan mengoptimalkan semua potensi yang ada. Setiap rumah makan membutuhkan perencanaan yang bersifat strategis maupun teknis. Rumah makan Kangen Desa ini

juga memerlukan berbagai strategi dalam pemasarannya untuk meraih dan mempertahankan para konsumennya.

Perusahaan harus peka dan harus lebih kreatif dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan supaya dapat bersaing dalam pasar persaingan yang sangat ketat. Rumah Makan Kangen Desa yang berada dalam bisnis rumah makan harus dapat benar-benar memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumennya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumennya.

Adapun pengertian dari perilaku konsumen adalah proses memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan. (Solomon, 1996)

Dengan mengetahui perilaku konsumen terhadap atribut yang ditawarkan suatu perusahaan, maka perusahaan dapat mengetahui apakah konsumen merasa puas atau tidak setelah menggunakan produk yang ditawarkan. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari bagaimana perusahaan tersebut dapat memuaskan konsumennya. Hal ini berarti bahwa semua kegiatan perusahaan harus terarah pada usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen supaya dapat memuaskan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. (Kotler, 1996).

Pada dasarnya tingkat kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen. Untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen pada umumnya mengacu pada berbagai atribut atau

dimensi yang ditawarkan perusahaan. Dalam hal ini beberapa atribut yang digunakan sebagai penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Makan Kangen Desa adalah atribut berupa bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

Cara pemuasan konsumen dapat dilakukan dengan menafsirkan kebutuhan dan keinginan konsumen, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif kemudian diikuti dengan kegiatan yang membantu pemuasan kebutuhan tersebut. Setelah segala keinginan konsumen tersebut terpenuhi maka konsumen akan merasakan kepuasan dan menciptakan suatu pengalaman yang baik bagi konsumen, yang akhirnya akan menciptakan suatu sikap dan ikatan yang baik antara konsumen dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan yang baik dengan konsumen akan menciptakan citra yang baik bagi restoran dan mendapat kesetiaan (*loyalitas*) dari konsumen dimana konsumen akan kembali mengunjungi rumah makan tersebut dan melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*).

Kondisi yang seperti ini akan mendukung penjualan Rumah Makan Kangen Desa sehingga dapat bersaing dengan rumah makan yang lain dan mendapatkan keuntungan atau *return* yang maksimal melalui pembelian ulang (*repeat purchase*) konsumen yang semakin banyak.

Berdasarkan dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian untuk skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Kangen Desa”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini akan dirumuskan permasalahan penelitian berupa:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Rumah Makan Kangen Desa?
2. Faktor-faktor apa yang harus diprioritaskan oleh Rumah Makan Kangen Desa untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya?

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari sasaran yang akan dicapai, maka penulis membatasi penelitian ini pada:

1. Tempat penelitian dilakukan di Rumah Makan Kangen Desa, Jalan Raya Pakem Turi, Pakem, Yogyakarta.
2. Responden yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen dari Rumah Makan Kangen Desa. Adapun karakteristik konsumen yang diteliti dapat diuraikan sebagai berikut:
 - a. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
 - b. Umur
 - Kurang dari 20 th
 - 20 th – 30 th

- 31 th – 40 th
- Lebih dari 40 th

c. Pekerjaan

- Pegawai Negeri
- Karyawan swasta
- Pelajar / mahasiswa
- Lain-lain

d. Pendapatan

- Kurang dari 1.000.000
- 1.000.000 – 3.000.000
- 3.100.000 – 5.000.000
- Lebih dari 5.000.000

3. Variabel/atribut yang akan diteliti meliputi:

- *Tangibles* (Bukti langsung)

- a. Menu yang bervariasi.
- b. Penampilan karyawan bersih dan rapi.
- c. Kenyamanan ruangan.
- d. Kebersihan ruangan.
- e. Fasilitas pendukung yang lengkap (seperti toilet, mushola, pemancingan)

- *Reliability* (Keandalan)
 - a. Karyawan mengantarkan pesanan dengan cepat dan konsisten.
 - b. Makanan dan minuman yang ada dalam daftar menu yang ditawarkan selalu tersedia ketika diinginkan konsumen.
 - c. Karyawan senantiasa bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
- *Assurance* (Jaminan)
 - a. Karyawan terlatih.
 - b. Karyawan sopan.
 - c. Karyawan ramah.
 - d. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas tentang tugasnya.
 - e. Karyawan dapat melayani sesuai dengan yang diharapkan konsumen.
 - f. Konsumen merasa “aman” ketika berada di lingkungan rumah makan.
- *Responsiveness* (Daya Tanggap)
 - a. Karyawan selalu membantu memberi solusi atas keluhan konsumen.
 - b. Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan konsumen.
 - c. Karyawan memberikan daftar menu kepada konsumen.
- *Empathy* (empati)
 - a. Karyawan menyambut dan membantu konsumen memilih tempat duduk yang sesuai dengan keinginan.

- b. Pihak perusahaan memberikan ucapan selamat ketika mengetahui ada konsumennya yang berulang tahun.
- c. Perusahaan memberikan fasilitas hiburan ketika konsumen sedang menunggu pesanannya datang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui profil pelanggan yang sering berkunjung ke Rumah Makan Kangen Desa.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Kangen Desa.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dianggap penting yang harus diprioritaskan oleh Rumah Makan Kangen Desa untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut yang ditawarkan dan atribut apa yang dianggap paling penting untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

Sehingga perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk mempertahankan diri dalam persaingan.

b. Bagi Penulis

Merupakan suatu kesempatan yang sangat baik bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama berada pada bangku kuliah ke dalam situasi dan kondisi yang nyata.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi yang bermanfaat untuk berbagai pihak khususnya ilmu di bidang pemasaran.

