

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis rumah makan pada sekarang ini semakin marak baik di dalam kota maupun di daerah pinggiran. Hal seperti ini menyebabkan terciptanya persaingan yang semakin ketat antara para pemilik rumah makan terutama dalam merebut dan menguasai pasar, situasi ini telah mendorong rumah makan-rumah makan untuk memberi perhatian yang lebih besar di bidang pelayanan jasa terhadap konsumen.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota yang mana penduduknya berasal dari berbagai daerah di Indonesia dan merupakan kota pelajar yang mempunyai kontribusi positif bagi bisnis rumah makan. Pemasaran menjadi titik tolak bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Kotler menyatakan bahwa

“ Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain ”.

Pemasaran bagi perusahaan telah berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan itu beralih pula orientasi yang dianut oleh perusahaan. Seiring dengan itu beralih pula orientasi yang dianut oleh perusahaan. Jika pada awalnya perusahaan beranggapan bahwa konsep yang paling penting adalah

menciptakan apa yang bisa mereka buat, maka sekarang orientasinya beralih pada konsumen, yaitu bagaimana usaha untuk memuaskan konsumen. Jadi berdasarkan pengertian ini, maka konsumen memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya. Oleh karena itu perusahaan perlu memahami perilaku konsumennya dengan maksud agar perusahaannya mampu bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Dalam menganalisis sejauh mana dimensi layanan pada rumah makan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, perlu diketahui sejumlah faktor yang mempengaruhi seorang konsumen untuk makan di rumah makan tertentu. Rumah makan merupakan bisnis jasa, masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilannya. Kualitas layanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan ini akan ditentukan oleh banyak faktor antara lain harga, kebersihan, menu, aroma. Konsumen memiliki kriteria sendiri-sendiri dalam menentukan pilihannya pada rumah makan tertentu.

Adapun usaha untuk mengetahui 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. Metode analisa untuk mengetahui cara pemuasan konsumen yaitu dengan analisa perilaku konsumen, sedangkan definisi dari perilaku konsumen adalah " Kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan

barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dan menentukan kegiatan penentuan tersebut. ”

Cita rasa kebutuhan produk dan pelayanan makin meningkat dan bervariasi diiringi dengan daya kritis tinggi. Menghadapi keadaan yang makin berat tersebut perusahaan dituntut untuk menawarkan derajat kepuasan yang memenuhi harapan atau bahkan melampaui. Perusahaan diharuskan menterjemahkan kepuasan dengan persepsi konsumen bukan atas dasar persepsi manajemen perusahaan.

Konsumen yang datang ke rumah makan sejak awal mempunyai tujuan untuk menikmati masakan pada salah satu rumah makan yang dipilih dengan harapan dapat memberikan pelayanan kepadanya secara memuaskan dan harapan mereka dapat makan di rumah makan tersebut dengan santai dan nyaman. Pada saat ini rumah makan di Yogyakarta banyak menawarkan berbagai macam menu masakan pada konsumen. Seiring dengan perkembangan taraf hidup masyarakat Yogyakarta yang semakin meningkat maka rumah makan Arwana yang berada di Yogyakarta tidak hanya berorientasi pada menu masakan tetapi juga melihat dari sisi pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan faktor penunjang yang dimiliki oleh rumah makan Arwana sehingga konsumen tidak memilih rumah makan yang lain. Rumah makan Arwana sangat perlu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memuaskan konsumen baik dari segi prasarana maupun sarana dan segi pelayanan. Lokasi rumah makan Arwana sangat strategis karena berada di jalur alternatif antar kota yang menghubungkan kota-kota disekitar

Yogyakarta, rumah makan Arwana juga menyediakan sarana dari tempat parkir yang luas dan aman, kolam buat konsumen yang ingin memancing dan kelebihan lainnya yang dimiliki rumah makan Arwana adalah adanya band yang memainkan musik secara live dan dapat pula konsumen untuk merequest lagu yang dikehendaki, ada pula aula untuk pertemuan ada pula sepeda air sehingga akan menambah kenyamanan konsumen dan konsumen akan merasa rileks saat menikmati hidangan yang disajikan.

Kondisi yang semacam ini menyebabkan terciptanya persaingan yang ketat antara pebisnis rumah makan dalam usaha merebut dan menguasai pasar. Dengan adanya persaingan tersebut maka rumah makan Arwana harus meningkatkan pelayanannya kepada konsumen dengan menetapkan kebijakan dalam strategi pemasaran yang efektif agar dapat mencapai sasaran dan target penjualan yang diharapkan rumah makan Arwana dan dapat memuaskan konsumen pada akhirnya.

Day (Dalam Fandy Tjiptono, 1995, 27) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya. Engel, et, al 1990 (Dalam Fandi Tjiptono, 1995, 27) menyatakan dimana alternatif sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (out come) tidak memenuhi harapan. Jadi pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan akan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ ***ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK RUMAH MAKAN ARWANA DI YOGYAKARTA*** ”.

B. Pokok Masalah

Dari uraian yang terumuskan pada latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan pokok masalah penelitian sebagai berikut :

“ Bagaimana kepuasan konsumen dalam menggunakan produk rumah makan Arwana. ”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan Arwana.

2. Untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap rumah makan Arwana.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi dan digunakan sebagai bahan pengevaluasi kebijakan yang ditetapkan atau yang telah ditetapkan, yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa rumah makan Arwana.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman serta wawasan berfikir mengenai pemasaran, sekaligus sebagai pembuktian akan teori-teori yang pernah diterima di kampus.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat di jadikan bahan bacaan untuk menambah pengetahuan dan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan perilaku atau sikap konsumen.

E. Metode Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah harapan dan kinerja dari indikator-indikator yang diteliti, dengan diketahui hal tersebut maka dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan dari konsumen setelah menggunakan jasa rumah makan Arwana. Kepuasan terjadi apabila yang diharapkan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik dan kinerja dari para karyawan sangat sesuai dengan harapan konsumen.

Indikator-Indikator yang digunakan untuk meneliti penilaian harapan dan kinerja antara lain : lokasi, menu, rasa, kebersihan, pelayanan, harga, keamanan, fasilitas yang berupa parkir luas, mushola, ruang pertemuan, sepeda air dan band. Sedangkan untuk pengukuran karakteristik konsumen yang dijadikan dasar pengelompokan meliputi : gender, pekerjaan, penghasilan rata-rata perbulan dan tingkat pendidikan. Dengan diketahuinya karakteristik konsumen maka dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen dari angket yang diisi konsumen.

2. Data yang diperlukan dan metode pengumpulan data

Dalam membuktikan hipotesis yang dirumuskan, maka diperlukan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh peneliti. Dalam hal ini adalah responden yang datang menikmati produk rumah makan Arwana.

Untuk memperoleh data mengenai variabel penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode kuesioner (angket). Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang ditujukan langsung kepada konsumen yang bersangkutan untuk memberi info tentang pengukuran kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bentuk angket tertutup, maksudnya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan lima alternatif jawaban.

a. Harapan

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antaranya penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.

Untuk harapan pertanyaannya meliputi:

Harga, menu, rasa, keamanan, pelayanan, lokasi, parkir, fasilitas, kebersihan. Alternatif jawaban untuk pertanyaan harapan adalah untuk lokasi (strategis - tidak strategis), parkir (luas - tidak luas), kebersihan (bersih - kotor), pelayanan (ramah - tidak ramah), fasilitas (lengkap - tidak lengkap), harga (murah - mahal), rasa (enak - tidak enak), menu (variatif - tidak variatif).

b. Kinerja

Kinerja disini dimaksudkan adalah kinerja aktual produk yang di rasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi produk (operasi pokok dari produk inti yang dibeli). Faktor-faktor penentu kepuasan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi adalah aspek pelayanan dan kualitas produk.

Untuk kinerja pertanyaannya meliputi:

Menu, rasa, kebersihan, pelayanan, keamanan, parkir, lokasi, fasilitas, harga. Alternatif jawaban untuk pertanyaan kinerja adalah untuk lokasi (strategis - tidak strategis), parkir (luas - tidak luas), kebersihan (bersih - kotor), pelayanan (ramah - tidak ramah), fasilitas (lengkap - tidak lengkap), harga (murah - mahal), rasa (enak - tidak enak), menu (variatif - tidak variatif).

c. Karakteristik konsumen

Karakteristik konsumen juga digunakan dalam menentukan kepuasan konsumen agar pengelompokan karakteristik konsumen yang mengkonsumsi produk lebih dapat diketahui dengan lebih spesifik.

Karakteristik yang dijadikan pengelompokan meliputi :

Gender, pekerjaan, penghasilan tiap bulan dan tingkat pendidikan.

Alternatif jawaban untuk gender (pria dan wanita), pekerjaan (pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, ABRI, pensiunan, pelajar, mahasiswa), penghasilan perbulan (kurang dari Rp800.000,

Rp 800.000 - Rp 1500.000, dan lebih dari Rp 1500.000) tingkat pendidikan (SLTA kebawah, mahasiswa, pasca sarjana).

Selain itu, diperlukan data mengenai struktur organisasi beserta fungsi dan tugas-tugas didalamnya dengan cara melakukan wawancara dengan pihak pengelola atau dengan mempelajari dokumen-dokumen yang mungkin diperoleh dari Rumah Makan Arwana.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dari obyek penelitian ini adalah orang yang makan di rumah makan Arwana karena adanya keterbatasan dana dan waktu yang dimiliki peneliti maka dalam penelitian ini jumlah sampel langsung ditentukan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik konvinien atau Convenience sampling. Pada teknik ini peneliti akan menentukan sampel berdasarkan sifat kemudahannya, yaitu dengan cara mengambil sampel dari populasi yang mudah ditemui pada saat responden membayar untuk makanan yang dipesan yang sekiranya dapat mewakili populasi.

4. Analisis Data

Untuk mendeskripsikan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna jasa rumah makan Arwana maka digunakan :

a) Analisis Selisih.

Analisis selisih digunakan untuk mengetahui selisih antara kinerja dengan harapan, sehingga dapat diketahui konsumen sangat puas, puas atau tidak puas setelah mengkonsumsi produk di rumah makan Arwana.

b) Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.

Uji peringkat bertanda Wilcoxon ini digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk di rumah makan Arwana.

Langkah-langkah pengujian Wilcoxon adalah sebagai berikut:

1) Menyatakan Hipotesis

H_0 = Tidak ada perbedaan harapan – kinerja

H_1 = Ada perbedaan harapan – kinerja

2) Menentukan Taraf Signifikasi (α) = 0,05 dan kriteria pengujian

Terima H_0 apabila Probabilitas $> \alpha$

Tolak H_0 apabila Probabilitas $< \alpha$

3) Perhitungannya

Rumus yang digunakan adalah Statistik Uji Z.

$$Z = \frac{r - E(r)}{\sigma\tau}$$

Dimana =

$$\sigma\tau = \sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{24}}$$

$$E(\tau) = \frac{n(n-1)}{4}$$

Keterangan :

$\sigma\tau$ = Deviasi standar

τ = hasil penjumlahan nilai + atau – yang lebih kecil

n = jumlah sample

Untuk perhitungan yang lebih akurat, keyakinan dan lebih cepat dapat di aplikasikan program SPSS 10.0.

4) Penarikan Kesimpulan

Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan antara harapan dan kinerja atau ada perbedaan antara harapan dan kinerja (dengan melihat pada kriteria pengujian point 2).

c) Teknik Analisis Kruskal - Wallis

Untuk menjelaskan ada tidak ada perbedaan atau ketidakpuasan kelompok menurut karakteristik konsumen yang mengkonsumsi produk di rumah makan Arwana maka digunakan teknik Analisis Ragam Satu Arah Kruskal-Wallis .

Adapun langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

1) Menyatakan Hipotesis

H_0 = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

H_1 = Terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

2) Menentukan taraf signifikansi (α) 0,05 dan kriteria pengujian:

Ho diterima apabila : probabilitas $> \alpha$

Ho ditolak apabila : probabilitas $< \alpha$

3) Perhitungannya:

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(N+1)$$

Keterangan :

N = Banyaknya baris dalam table

k = Banyaknya kolom

R_j = Jumlah rangking dalam kolom

Untuk perhitungan yang lebih akurat, keyakinan dan lebih cepat dapat di aplikasikan program SPSS 10.0.

4) Kesimpulan

Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya perbedaan tingkat kepuasan konsumen atau adanya perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen (dengan melihat pada kriteria pengujian point 2).