

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan maupun pengelola bisnis dan jasa semakin meningkat. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Konsumen akan merasa kurang atau tidak puas, apabila dirasakan bahwa kinerja berada dibawah harapan. Apabila kinerja yang dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas (Tjiptono, 2005). Terciptanya kepuasan pelanggan merupakan bagian terpenting dari upaya pencapaian kepuasan pelanggan. Ini terjadi karena jasa yang dipasarkan mempunyai sifat keberlanjutan sehingga kepuasan pelanggan seringkali baru tercipta setelah konsumen melakukan pembelian. Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan maupun pengelola bisnis harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Dengan kata lain perusahaan atau pengelola bisnis yang dapat memuaskan pelanggan akan memiliki pelanggan yang loyal. Pelanggan adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima

(*perceived service*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expected service*). Baik tidaknya kualitas dan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pada umumnya perusahaan maupun pengelola usaha hidup dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, dinamis dan rumit. Perusahaan harus mampu bersaing dalam menunjukkan keunggulan akan produk atau jasa yang dihasilkan dibanding kompetitornya. Hal ini terjadi dalam rangka memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen yang semakin beraneka ragam. Tentunya kondisi ini juga mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah kompetitor yang terlibat dalam berbagai industri strategis. Persaingan yang kompetitif ini terjadi di hampir semua sektor industri, termasuk pada industri kecil menengah (UKM). Modernisasi yang terjadi mendorong terjadinya pergeseran *trend* masyarakat dalam melakukan konsumsi untuk kebutuhan sehari-hari. Hal ini didukung oleh kenyataan akan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk yang bukan hanya untuk mendapatkan produk semata, melainkan sebagai suatu hal yang menyenangkan seperti menikmati suasana toko, mengamati penawaran, serta mendapatkan informasi dari para penjual mengenai sebuah produk (Assael, 2001).

Banyaknya UKM maupun individu yang masuk ke industri bisnis *bakery* ini membuat tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat. Masing-masing individu maupun UKM berlomba-lomba untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik perhatian konsumen dan mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Apabila suatu UKM sudah bisa mendapatkan konsumen, langkah selanjutnya adalah bagaimana agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetapnya dan mempertahankan loyalitas konsumen untuk terus bisa berbelanja di perusahaan tersebut.

HANI *BAKERY* merupakan industri kecil menengah yang bergerak pada penjualan roti dan kue. Bisnis kecil yang dimiliki oleh Ibu Meppasari yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM 10 no 25 ini memproduksi dan menjual aneka roti dan kue. Awalnya pemilik hanya sekedar hobby membuat kue, namun akhirnya memutuskan untuk menjualnya. Ibu Meppasari yang juga seorang sarjana Ahli Gizi membuat UKM HANI *BAKERY* untuk memasarkan hasil produknya. Keinginan ini terbesit karena pemilik ingin memasarkan hasil produknya kepada kalangan menengah kebawah agar mereka dapat membeli kue atau roti dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang bagus. Seiring dengan berjalannya waktu industri kecil milik Ibu Meppasari ini pun mulai dikenal

oleh banyak orang karena rasa roti dan kue yang enak dan tempat berjualan yang strategis sehingga banyak konsumen yang menjadi langganan toko kue ini.

Jika dilihat dari lokasi usaha, HANI *BAKERY* memiliki potensi pasar yang cukup besar karena terletak di lokasi yang sangat strategis dan dapat dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun roda empat, seharusnya dapat menjadikan HANI *BAKERY* sebagai toko roti yang cukup diminati oleh konsumen. Namun dengan adanya persaingan yang terjadi antar para penjual produk sejenis yang menjadi kompetitornya dan *trend* terbaru yang sedang marak di kalangan pecinta roti dan kue, yaitu adanya beberapa publik figur ternama di Indonesia yang berbondong-bondong membuat bisnis roti dan kue menimbulkan sebuah kompetisi akan strategi yang tepat untuk meraih pangsa pasar terbesar. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan serta pangsa pasar yang ada, pemilik usaha juga harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, hal ini patut diperhatikan karena saat ini konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada kualitas pelayanan, lokasi usaha, kualitas produk yang ditawarkan, serta kerapian tata letak produk yang dilakukan dan lain sebagainya. Faktor-faktor seperti inilah yang dapat menyebabkan konsumen beralih ke toko kue lainnya lain yang mempunyai kelebihan dibandingkan toko sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut kualitas pelayanan dari hani *Bakery*?
2. Bagaimana rekomendasi perbaikan yang sebaiknya dilakukan Hani *Bakery* untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian serta sesuai dengan permasalahan yang ada, maka dibutuhkan batasan dalam melakukan penelitian, sebagai berikut :

1. Wilayah penelitian hanya berada pada lingkungan HANI *BAKERY*.
2. Hal yang diteliti hanya tingkat kepuasan konsumen dengan mengacu pada layanan yang diberikan manajemen serta kepentingan konsumen.
3. Pengambilan data diambil dengan menggunakan sampel.
4. Hasil penelitian hanya sebagai usulan/masukan bagi pengelola HANI *BAKERY*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu bagaimana pengaruh tingkat pelayanan dan kepentingan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut

1. Mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut kualitas pelayanan dari Hani *Bakery*.
2. Memberikan rekomendasi perbaikan yang sebaiknya dilakukan Hani *Bakery* untuk dapat meningkatkan kualitas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan.
 - a. Memberi informasi usulan kepada HANI *BAKERY* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.
 - b. Membantu mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pelayanan.
2. Bagi mahasiswa/peneliti.
 - a. Penelitian ini akan menambah pengetahuan yang dapat digunakan untuk menerapkan teori yang telah didapat melalui bangku kuliah.

- b. Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
- c. Mengetahui bahwa metode ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan tugas akhir ini sistematikan penulisan disusun sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai uraian latar belakang dilakukannya penelitian, permasalahan yang dihadapi, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN LITELATUR

Bab ini berisi tentang penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian ini, serta berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk pedoman dan landasan berpikir dalam melakukan penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang uraian materi penelitian, tata cara penelitian, alat yang digunakan saat penelitian, data yang akan diambil serta kerangka yang akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data-data yang dihasilkan selama dilakukannya penelitian dan tata cara pengolahan data yang telah dihasilkan.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan hasil dari pengolahan data baik berupa tabel maupun grafik, serta menganalisis berdasarkan metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran perbaikan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat seluruh sumber kepustakaan yang berupa literatur, buku, jurnal serta sumber lainnya yang mendukung penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang grafik, tabel serta hal-hal lainnya yang perlu dilampirkan untuk memperjelas uraian selama penelitian.