

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia berbagai usaha berkembang sangat pesat, dikarenakan pemerintah membuat beberapa kebijakan ekonomi yang sangat strategis untuk menghadapi pasar bebas APEC di tahun 2020. Dimana produsen diberikan kesempatan untuk memasarkan produknya secara bebas. Dengan adanya kebijakan tersebut persaingan pada industri perdagangan akan semakin ketat. Bagi perusahaan yang tidak mampu bertahan pada akhirnya akan gulung tikar dan dikalahkan oleh para pesaingnya. Sehingga untuk dapat meraih kesuksesan tersebut perusahaan harus selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik serta menciptakan inovasi-inovasi terbaru agar tujuan yang direncanakan segera tercapai.

Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pada intinya adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih dari pesaing dengan tujuan yaitu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen.

Salah satu usaha jasa yang banyak dimanfaatkan dan sering digunakan yaitu Rumah makan, usaha ini sangat menjamur di Indonesia. Di pelosok daerah maupun kota banyak sekali berdiri rumah makan. Rumah makan merupakan suatu tempat dimana seorang tamu datang untuk memperoleh pelayanan yang akan menikmati makanan dan minuman dari pagi hingga malam sesuai dengan jam buka dan tamu

tersebut akan membayar sesuai dengan harga yang ditentukan. Rumah makan selalu memberikan keunggulan dalam pelayanan dan manajemen untuk memuaskan konsumennya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi usaha rumah makan, salah satunya yaitu bagaimana pihak rumah makan dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar mereka puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Pelayanan berkualitas tinggi yang diberikan sangat berpengaruh pada perilaku pelanggan berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan membeli ulang dan menyarankan orang lain agar membeli di tempat yang sama. Kepuasan pelanggan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Gasperz, 2002:34).

Suatu perusahaan harus melakukan implementasi kualitas jasa yang bergerak di bidang jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya. Untuk mengukur kepuasan konsumen sebagai hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan konsumen dapat diukur melalui kualitas yang diberikan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Adapun variabel dimensi kualitas pelayanan terdiri dari : *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* (Tjiptono & Chandra 2006:134).

Dimensi kualitas pelayanan diatas dapat dijadikan pedoman bagi perusahaan untuk dijadikan acuan untuk menganalisis agar konsumen mendapatkan kepuasan yang diharapkannya sehingga perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata konsumen yang akan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya dan berdampak pula pada peningkatan laba perusahaan.

Manusia sebagai makhluk sosial memang tidak lepas dari kebutuhan yang beraneka ragam, salah satunya yaitu makanan untuk menunjang aktifitas sehari-hari. Dampak tersebut terlihat dengan adanya perubahan pola makan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan yang padat akan rutinitas sehari-hari menyebabkan mereka tidak mempunyai banyak waktu menyiapkan makanan di rumah. Sehingga banyak sekali usaha yang bergerak di bidang kuliner atau rumah makan. Contohnya RM.RAMAYANA Bangkalan yang berada di pusat jantung kota Bangkalan tepatnya di jalan Soekarno Hatta No.6 Salah satu tempat yang sangat cocok untuk makan dan bersantai. Sangat mudah di akses oleh kendaraan umum maupun pribadi. Rumah makan yang sangat dekat dengan kantor – kantor pemerintahan ini, tidak jarang kalau kebanyakan dari pelanggannya yaitu para pegawai yang sedang istirahat makan siang di tempat ini. Namun bukan hanya itu, pelanggannya juga berasal dari kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas.

RM.RAMAYANA mempunyai ciri khas dan strategi tersendiri agar konsumen senantiasa menggunakan produk yang ditawarkan. Akan tetapi kualitas yang ditawarkan bukan hanya rasa dari produk saja yang perlu diperhatikan namun kualitas pelayanan juga harus ditingkatkan. Produk yang higienis, serta memberikan

inovasi produk terbaru, dan mempertahankan dekorasi yang ada (Suasana pedesaan yang dekat dengan alam), peningkatan SDM pun tidak luput dari perhatian rumah makan ini. Semua hal tersebut adalah salah satu bukti konsistennya RM.RAMAYANA dalam meningkatkan kualitasnya agar selalu mampu bersaing dengan rumah makan-rumah makan yang lain khususnya di daerah Bangkalan.

Semua bentuk usaha apapun memang tidak lepas dengan masalah atau kendala. Begitu pula dengan RM.RAMAYANA Bangkalan, usaha kuliner ini juga sering dihadapkan dengan masalah pasang surutnya konsumen yang datang. Kadang pelanggan ramai berdatangan tapi sering juga mengalami dalam sehari tidak memiliki pelanggan satupun. Berikut ini adalah data jumlah konsumen pada RM.RAMAYANA Bangkalan pertahunnya, mulai tahun 2010 sampai dengan tahun 2013.

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen RM.RAMAYANA Bangkalan

Dari tahun 2010 sampai 2013

TAHUN	PELANGGAN
2010	± 28.552
2011	± 26.991
2012	± 27.830
2013	± 27.675

Sumber, RM Ramayana Bangkalan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa konsumen RM.RAMAYANA Bangkalan setiap tahunnya terjadi fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2010 sempat terjadi kenaikan pelanggan namun pada tahun berikutnya terjadi penurunan kembali. Hal seperti ini perlu diwaspadai sebab konsumen yang fluktuasi dapat merugikan perusahaan. Salah satu penyebab menurunnya konsumen yaitu banyaknya para pesaing. Menghadapi situasi seperti itu maka persaingan antar rumah makan memiliki strategi pemasaran tersendiri untuk menarik pelanggannya.

Persaingan ketat apabila tidak diimbangi dengan pelayanan yang baik kepada konsumen cenderung berpaling untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan lain yang mempunyai pelayanan lebih baik. Oleh karena itu untuk mengatasi fenomena tersebut maka sebaiknya, memperhatikan kelima dimensi tersebut yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*. Oleh karena itu penulis memandang perlu diadakan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada RM.RAMAYANA Bangkalan”. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas dan disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh penerapan kualitas pelayanan terhadap pembentukan perasaan puas bagi pelanggan, maka perlu diadakan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan RM.RAMAYANA Bangkalan sebagai tempat penelitian yang akan diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM.RAMAYANA Bangkalan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM.RAMAYANA Bangkalan?
3. Manakah variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen di RM.RAMAYANA Bangkalan?

1.3 Tujuan Masalah

1. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada RM.RAMAYANA Bangkalan.
2. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada RM.RAMAYANA Bangkalan.
3. Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada RM.RAMAYANA Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan IPTEK, khususnya di bidang pemasaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.
2. Memberikan wacana terhadap mahasiswa maupun khalayak umum tentang pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dapat digunakan sebagai referensi materi bagi penelitian berikutnya.
4. Untuk menambah wawasan penulis dalam menerapkan ilmu yang telah di peroleh diperkuliahan untuk dipraktekkan di lapangan.