

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner saat ini menjadi salah satu bisnis paling menjanjikan untuk di jalankan, prospek usaha ini akan terus cemerlang mengingat kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia. Usaha rumah makan menjadi tren bisnis belakangan ini dan jumlah pengusaha rumah makan terus meningkat sehingga persaingan di dalam bisnis rumah makan ini cukup ketat. Salah satu bisnis bidang kuliner yang bisa dijalankan adalah bisnis rumah makan. Hal ini dikarenakan kemajuan pesat dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan meningkatnya taraf dan kualitas hidup masyarakat, baik yang tinggal di wilayah perkotaan dan pedesaan yang menimbulkan perubahan kebiasaan kehidupan modern, antara lain konsumsi makanan tinggi kalori, tinggi lemak, tinggi kolesterol, tinggi garam, rendah serat, merokok, minum alkohol, dan lain sebagainya (Janah, 2016).

Pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengembangkan bisnis kuliner. Menurut(Wolok, 2019) Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga-lembaganya. Kotler dan Armstrong juga menyatakan bahwa Konsep pemasaran adalah sebuah filsafat bisnis yang mengatakan bahwa kepuasan keinginan dari konsumen adalah dasar kebenaran sosial dan ekonomi kehidupan

sebuah perusahaan. Semua perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran adalah filsafat manajemen pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan memuaskan konsumen secara lebih efektif dan efisien daripada yang dilakukan pesaing. Dalam mengembangkan pemasaran bisnis kuliner perlu di perhatikan kualitas dan pelayanan produk yang akan dipasarkan.

Menurut (Irawan & Japariato, 2013) kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Hidayat et al., 2009). Dengan kualitas produk yang baik maka kepuasan konsumen akan terpenuhi. Kualitas makanan adalah hal pertama yang harus diperhatikan dalam jasarumah makan, karena kualitas atau rasa makanan sangat berpengaruh terhadap seseorang yang akan menyantap makanan rumah makan tersebut. Makanan yang berkualitas juga akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bila kualitas makanan pada rumah makan tersebut sangat baik maka akan menghasilkan kepuasan kosumen.

Menurut (Kotler & Keller, 2005)Kepuasan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen

akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan konsumen adalah memberikan nilai konsumen yang tinggi. Dalam jurnal penelitian Willy Wijaya mengemukakan bahwa Freshness, Presentation, Well Cooked, Variety of Food. Merupakan atribut-atribut utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas makanan secara umum sudah diterima sebagai salah satu elemen yang mendasar dari keseluruhan pengalaman. Kualitas makanan adalah semua kebutuhan yang telah ditetapkan berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan.

Menurut (Namkung & Jang, 2007) menyatakan kualitas makanan pada bidang food and beverage memiliki 4 dimensi, yaitu freshness (kesegaran makanan), presentation (penyajian makanan), well cooked (makanan yang dimasak dengan baik/tepat, dan variety of food (keanekaragaman makanan). Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak rumah makan akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi konsumen akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan atau membuat sesuatu memadai. Menurut (Zeithaml et al., 2010) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut (Lovelock et al., 2007) kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat

berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah menjadi terobsesi dengan kepuasan konsumen, mengingat hubungannya yang langsung dengan kesetiaan konsumen, pangsa pasar dan keuntungan.

Industri rumah makan bisa bersaing dan meningkatkan pangsa pasar dengan menjaga dan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaingnya. Hal ini bertujuan mempertahankan kepuasan konsumen sebagai faktor kunci dalam rangka untuk mempertahankan hidup pada persaingan yang kompetitif. Konsumen yang merasa puas atas jasa yang diperoleh maka akan melakukan proses pembelian ulang atau kembali menggunakan jasa tersebut. Konsumen yang puas juga akan memberikan referensi yang baik atas jasa tersebut kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan (Rashid et al., 2014) yang menemukan jika kualitas produk memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen.

Konsumen yang telah tertarik dan melakukan pemilihan produk jasa yang akan digunakan selanjutnya akan menilai bagaimana kualitas pelayanan yang diterima, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2010) menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah konsumen karena merekalah yang mengkonsumsi jasa perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan agar dapat bersaing harus menyediakan jasa yang mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi dan berkesinambungan. Apabila layanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan harapan maka kualitas produk dan layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila layanan yang

diterima/dirasakan tidak sesuai dengan harapan maka kualitas produk dan layanan dipersepsikan tidak memuaskan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Al-Tit, 2015) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Salah satu bisnis kuliner yang ada di Gorontalo adalah Rumah Makan Geprek Uyat Kota Gorontalo. Rumah makan ini berdiri sejak tahun 2016 yang saat ini memiliki 2 cabang yaitu yang terletak di Kelurahan Tapa, Kecamatan Sibatana, Kota Gorontalo dan di Jl. Kalimantan No.30, Kelurahan Dulalowo Timur, Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo sedangkan menu yang ditawarkan hanya paket ayam geprek (nasi, ayam, tempe, es teh). Harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Geprek Uyat Kota Gorontalo juga terjangkau oleh konsumen yaitu Rp. 13.000/paket. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar Rumah makan Uyat Gorontalo, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produk, pelayanan, dan harga sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, pelayanan, harga serta lokasi yang ada dirumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para konsumen tergantung pada kualitas produk, pelayanan yang terbaik, dan harga yang terjangkau.

Berikut ini merupakan tabel data jumlah konsumen per order dan jumlah order per pax:

Tabel 1. 1: Orderan Konsumen Rumah makanGeprek uyat Tahun 2020

Bulan	Jumlah Konsumen	Jumlah Orderan (Pax)
Januari	400	13.830
Februari	420	12.600
Maret	435	13.050
April	461	13.830
Mei	450	13.500
Juni	440	13.200
Juli	447	13.410
Agustus	450	13.500
September	400	12.000
Oktober	460	13.800
November	480	14.400
Desember	495	14.850

Sumber : Rumah makanGeprek uyat

Dari tabel 1.1 di atas dapat kita lihat pemesanan rumah makanGeprek uyat mengalami fluktuasi setiap bulannya. Dapat dilihat dengan beragamnya karakter masyarakat Gorontalo, banyak sekali hal yang membuat mereka memilih dalam produk rumah makan. Juga tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas dari sebuah produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan tentunya menjadi faktor utama

yang dicari oleh para konsumen demi memenuhi harapan mereka ataupun kepuasan konsumen itu sendiri. Dan apabila produk maupun jasa yang mereka rasakan dapat memenuhi kepuasan konsumen, tentunya mereka akan kembali memakai produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Namun begitu juga sebaliknya apabila mereka merasa tidak puas atas produk ataupun jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut, para konsumen akan kecewa dan cenderung tidak ingin membeli kembali produk/jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan pelayanan jasa pada kepuasan konsumen di RM Geprek Uyat Gorontalo”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Banyak munculnya pesaing rumah makan yang menawarkan produk makanan dan minuman sejenis dengan segmen pasar yang sama.
2. Kurangnya bisnis rumah makan yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan.
3. Semakin banyaknya bisnis makanan berbasis rumah makan tanpa mempertimbangkan kepuasan konsumen.
4. Belum adanya penelitian tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen khususnya di Rumah Makan Uyat Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di RM geprek uyat?
2. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di RM geprek uyat?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di RM geprek uyat.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen RM geprek uyat.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara umum ada dua manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, yaitu manfaat praktis dan teoritis.

1. Manfaat Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan keilmuan di bidang pangan khususnya pada tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di rumah makangeprek uyat Gorontalo

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi RM geprek uyat Gorontalo Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pelaksanaan rumah makan dalam meningkatkan kepuasan konsumen

pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di RM geprek uyat Gorontalo.

- b. Bagi Universitas Negeri Gorontalo Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi atau literatur bagi peneliti sejenis berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen pada kualitas produk dan kualitas pelayanan di RM Geprek uyat Gorontalo.