

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era milenial ini bisnis berkembang dengan pesat di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya bisnis dalam bidang industri jasa makanan. Menurut (Tumpuan, 2020) bisnis kuliner adalah salah satu bidang usaha yang berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir dan bisnis kuliner ini berpotensi untuk berkembang terus. Persaingan dalam dunia bisnis ini menuntut para pebisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Persaingan tersebut, tentunya diperlukan strategi pemasaran yang menarik bagi para pemilik usaha restoran, dikarenakan banyak kompetitor baru yang apabila rumah makan yang sudah berdiri lama tidak dapat berinovasi dengan hal yang baru maka usaha rumah makan tersebut semakin menurun peminat karena para peminat akan mencari sesuatu yang baru dan unik.

Berdirinya bisnis makanan di Kota Malang juga mengalami perubahan dan perkembangan yang pesat, dimana dapat kita jumpai saat berkunjung atau berwisata di Kota Malang terdapat banyak bisnis makanan mulai dari yang berskala besar seperti restoran-restoran besar, kemudian bisnis makanan berskala menengah seperti cafe, depot, hingga bisnis makanan yang berskala kecil seperti warteg, jajanan tepi jalan. Dalam persaingan restoran yang semakin ketat ini pula, kadangkala merek mempengaruhi keputusan pembelian, disamping atribut produk itu sendiri, seperti harga dan lokasi (outlet) restoran tersebut (Prasastono et al., 2012).

Salah satu bentuk aktivitas yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya dalam upaya pemasarannya yakni pelayanan, karena yang sering kali menjadi masalah dalam usaha rumah makan adalah pelayanan yang kurang. Sari & Paludi (2020) mengatakan bahwa sebuah pelayanan sangat berperan penting dalam menjaga kepuasan pelanggannya, dengan memberikan pelayanan yang maksimal maka pelanggan akan merasa puas dan terlayani. Makna dari pelayanan sendiri yakni sebuah proses pemenuhan kebutuhan yang secara langsung melewati aktivitas orang lain, dan pelayanan disebut juga dengan suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan orang lain.

Hal kedua yang memiliki arti penting dalam sebuah perusahaan yaitu produk, karena tanpa adanya produk perusahaan tidak dapat melakukan apa-apa dari usahanya (Sari & Paludi, 2020). Konsumen akan membeli makanan yang dirasa cocok dengan kebutuhan mereka. Perusahaan harus mampu memperbaiki dan

meningkatkan kualitas makanan untuk mempertahankan daya jual, karena kualitas menu merupakan salah satu hal yang dapat menarik konsumen untuk membelinya.

Hal yang dapat dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan ataupun harapan konsumen agar mereka merasa puas adalah dengan cara menunjukkan keunggulan melalui peningkatan kualitas jasa. Menurut (Tjiptono & Chandra, 2007) menyebutkan ada 5 (lima) dimensi dari kualitas pelayanan jasa yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Kurniasari & Kusumaningtyas Sugiyanto, 2020) menyatakan bahwa kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan.

Pelayanan merupakan salah satu elemen penting untuk mempertahankan perusahaan dalam era global yang penuh persaingan, sehingga apabila perusahaan ingin dapat bersaing, maka pelayanan harus benar-benar dijaga (Rohman, 2017). Kota Malang mempunyai banyak sekali rumah makan yang menggunakan konsep cepat saji, oleh karena itu restoran Katsugi Bento yang tergolong masih baru tersebut harus mampu bersaing dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan serta pangsa pasar yang ada. Membangun kepuasan konsumen tidak bisa begitu saja dilakukan, tetapi membutuhkan proses yang panjang. Salah satu caranya adalah melalui kualitas pelayanan dan kualitas menu, dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga konsumen selalu merasa puas pada menu yang ditawarkan dan akan berdampak pada *income* dan frekuensi kunjungan rumah makan.

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli makanan. Menurut Rahmawati et al. (2019) perusahaan harus lebih menanggapi keluhan konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan dan perusahaan harus memperbaiki semua hal yang menjadi keluhan konsumen. Kualitas pelayanan bisa diperbaiki dengan membandingkan keluhan konsumen dengan harapan apa yang konsumen inginkan dari restoran. Restoran dan rumah makan merupakan sarana pendukung pariwisata yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Widiyanti & Dewanti, 2017). Karena di tengah kesibukan masyarakat di kota besar sehari-hari, pasti sangat sulit untuk *quality time* bersama dengan keluarga. Banyak keluarga yang meluangkan waktu saat hari libur untuk berwisata dan makan bersama di restoran.

Hasil dari studi pendahuluan didapatkan bahwa Katsugi Bento merupakan salah satu restoran dengan menggunakan konsep cepat saji, yang mengunggulkan menu Chicken Katsu Single. Restoran ini memiliki tempat yang strategis, karena satu lokasi dengan minimarket, serta masjid yaitu berada di jalan Sigura – Gura gang III No.10A, kecamatan Lowokwaru, Malang dan memiliki jumlah pengunjung yang relatif banyak, yaitu sekitar 80-100 orang dalam sehari. Katsugi Bento ini berdiri sejak tahun 2020 dan memperkerjakan 7 orang pegawai, tiga diantaranya adalah laki-laki dan empat perempuan. Restoran ini buka setiap hari pukul 08.30 – 23.00 WIB. Pelanggan tempat makan tersebut terdiri dari beberapa kalangan, yaitu dari pelajar, mahasiswa, pegawai, dan masyarakat umum.

Berdasarkan dari hasil ulasan konsumen yang diperoleh dari website, keluhan konsumen dari Restoran Katsugi Bento Kota Malang adalah kebersihan restoran yang kurang karena masih terdapat tikus di lingkup restoran, pegawai yang kurang tanggap dalam melayani konsumen, kualitas pelayanan kurang ramah dan sopan, dan juga menu makanan dalam satu set yang disajikan dalam keadaan tidak hangat. Dari ulasan tersebut maka hal yang perlu ditingkatkan dari Restoran Katsugi Bento adalah pelayanan konsumen dan kualitas menu yaitu service dine in untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian kepuasan konsumen yang harus diperbaiki pada variabel kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), dan empati (*emphaty*) dari restoran Katsugi Bento Kota Malang.

Berdasarkan data diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Menu terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di restoran Katsugi Bento. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi pada pelayanan konsumen dan kualitas menu pada restoran Katsugi Bento. Selain itu, restoran juga dapat mengetahui atribut-atribut perusahaan memiliki kinerja yang memuaskan konsumen dan apa yang harus diperbaiki dalam kinerja yang dirasa kurang oleh konsumen.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dan kualitas menu terhadap tingkat kepuasan konsumen Katsugi Bento?

C. Tujuan

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas menu terhadap tingkat kepuasan konsumen di Restoran Katsugi Bento.

2. Tujuan Khusus

- a. Menganalisis penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja di Restoran Katsugi Bento dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
- b. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen di Restoran Katsugi Bento dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

D. Manfaat

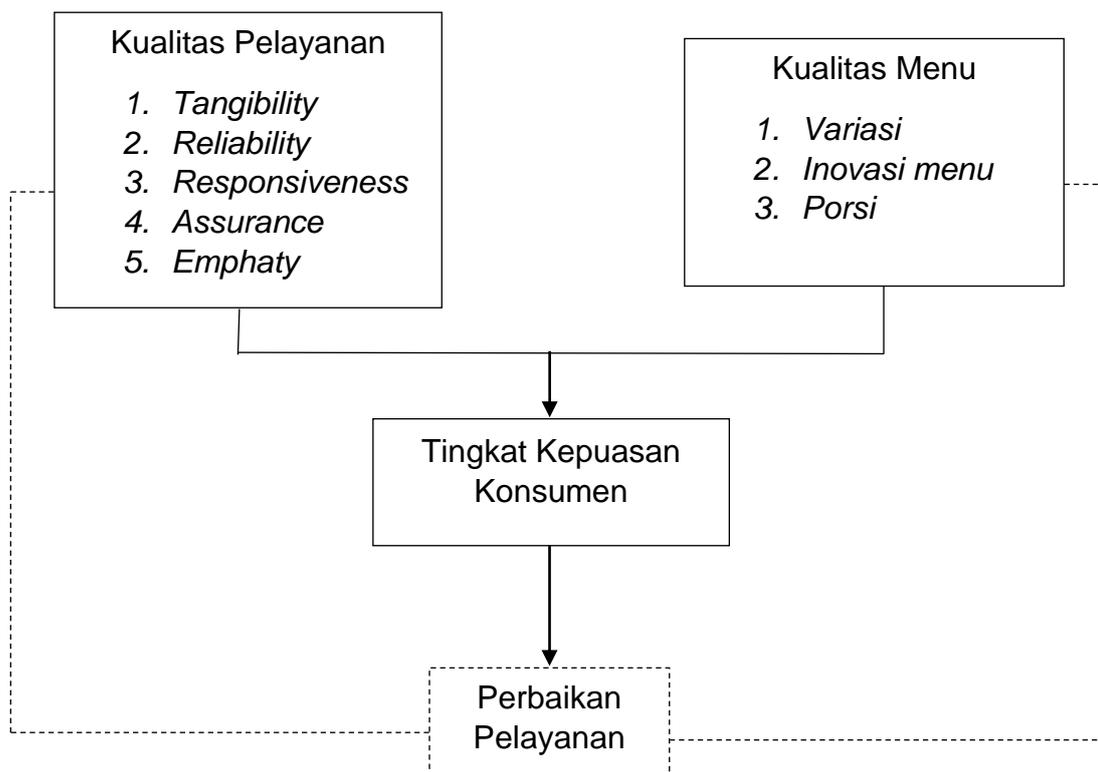
1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan serta menerapkan ilmu teori yang secara langsung telah didapat, khususnya dalam penerapan kualitas pelayanan dan kualitas menu terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Restoran Katsugi Bento.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi masukan dan evaluasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Restoran Katsugi Bento.

E. Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Konsep

Keterangan :

- : Diteliti
 : Tidak diteliti

Dari kerangka konsep dapat dijelaskan bahwa tingkat kepuasan konsumen merupakan target utama dari suatu pelayanan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yakni kualitas pelayanan dan kualitas menu. Untuk mengukur kualitas pelayanan dinilai melalui lima dimensi mutu kualitas pelayanan diantaranya tangibility, reability, responsivennes, assurance, dan emphaty. Begitu juga kualitas menu dinilai dari beberapa aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu varian, inovasi menu, dan porsi yang kemudian keduanya dianalisis dan diolah data menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sehingga dapat memperoleh tingkat kepuasan konsumen. Setelah mengetahui tingkat kepuasan konsumen, langkah selanjutnya dapat melakukan perbaikan layanan yang

dimana pelayanan menurut konsumen kurang baik mempengaruhi kepuasan konsumen di restoran tersebut.