

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Persaingan bisnis di era globalisasi, menuntut setiap perusahaan untuk dapat bersikap dan bertindak menciptakan produk yang berkualitas. Hal tersebut disebabkan karena lingkungan bisnis bergerak sangat dinamis, serta mempunyai ketidakpastian yang sangat besar. Perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal. Melihat kondisi sekarang ini dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Mendirikan suatu perusahaan bukanlah hal yang mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan suatu pekerjaan yang jauh lebih sulit. Masalah-masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Pada prinsipnya setiap perusahaan biasanya menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah Model SERVQUAL (*Service Quality*) (Zeithmal, dkk., 1996) dalam Lupioadi dan Hamdani (2009:181). Terdapat lima SERVQUAL (*Services Quality*) atau Dimensi Kualitas Jasa menurut Parasuraman, dkk. (1998) dalam Lupioadi dan Hamdani (2009:182), yaitu: Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Dengan demikian, kualitas pelayanan jasa merupakan salah satu hal yang harus diutamakan dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena kualitas pelayanan itulah yang akan menentukan kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu restoran Bumbu Desa.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kita ketahui bisnis restoran merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa pelayanan yang menyediakan makanan khas sunda yang banyak digemari oleh masyarakat, oleh sebab itu menejemen restoran harus mampu mengetahui kebutuhan serta keinginan yang mampu menciptakan jenis makanan yang diinginkan masyarakat seperti makanan khas rumahan yang bisa diperoleh dirumah-rumah makan atau restoran kebanyakan masyarakat memilih restoran yang berciri khas makanan daerah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi konsumen. Dalam hal ini peranan pemasaran jasa menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk makanan restoran. Ini diperketat dengan semakin tingginya persaingan pada industri restoran. Untuk dapat bersaing, salah satu strategi pemasaran yang diambil oleh usaha restoran adalah dengan membuat

menu makanan yang enak di lidah konsumen. Ini tentunya merupakan salah satu strategi yang memberikan keunggulan bagi usaha tersebut agar tetap bertahan.

Konsumen yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan akan sangat merugikan, seperti halnya yang dikemukakan oleh Irawan (2002:9)“ pelanggan yang puas adalah penyebar promosi dari mulut kemulut yang baik. Di pihak lain, pelanggan yang tidak puas adalah penyebar bau busuk yang efektif.” Oleh sebab itu maka pelaku usaha seharusnya sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, karena apabila konsumen yang merasa tidak puas tersebut menceritakan pengalamannya kepada orang lain, hal itu dapat menyebabkan citra dan nama baik suatu restoran menjadi buruk dimata calon konsumen sedangkan apabila konsumen telah merasa puasa dengan pelayanan yang diberikan konsumen akan memberikan banyak keuntungan bagi restoran tersebut, salah satu nya menghemat biaya promosi bagi restoran tersebut.

Indonesia memang dikenal memiliki banyak sekali keberagaman kuliner dari Sabang sampai Merauke. Dari hal-hal kecil seperti kebiasaan masyarakat, adat, pakaian, sampai kuliner. Negara kita ini memiliki banyak sekali kuliner khas di setiap wilayah. Jadi di mana pun Anda berada di Indonesia, Anda pasti akan menemukan makanan khas di wilayah tersebut. Tak terkecuali Kota Palembang, ibukota Propinsi Sumatera Selatan yang memiliki wisata kuliner khas Palembang. Dari makanan berat hingga makanan ringan sangat beragam jenis nya sehingga kota Palembang juga dijuluki sebagai “**Kota Sejuta Kuliner**”. Semakin tahun jumlah tempat wisata kuliner dikota palembang meningkat, penulis mendapatkan data jumlah restoran di kota palembang dari kantor pemerintahan kota palembang kantor pelayanan perijinan terpadu yaitu pada tahun 2012 terdapat 12 jumlah restoran, tahun 2013 terdapat 74 resotan dan tahun 2014 terdapat 143 restoran maka dari itu jumlah restoran di kota palembang saat ini meningkat.

Data pelanggan yang penulis dapatkan dari menejer restoran bumbu desa palembang dengan metode wawancara tiga tahun terakhir, yaitu: tahun 2012 jumlah pelanggan 60.718, tahun 2013 jumlah pelanggan 62.210 dan tahun 2014 jumlah pelanggan 49.917. Berdasarkan pengamatan pribadi penulis yang merasakan lamanya waktu menunggu pesanan saat makan di restoran Bumbu

Desa Palembang penulis melakukan survei sementara di restoran Bumbu Desa Palembang pada tanggal 20 Februari 2015, hasil yang didapat adalah 12 dari 20 orang responden yang mengeluhkan lamanya waktu menunggu pesanan. Sedangkan 7 orang responden lainnya sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan restoran Bumbu Desa Palembang dan satu orang lainnya tidak memberikan komentar. Hal tersebut tentunya harus menjadi perhatian bagi restoran Bumbu Desa Palembang agar tidak terlalu banyak konsumen yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan, yaitu dengan cara selalu memperhatikan kinerja setiap karyawan dalam melayani konsumen demi terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas hal tersebut ke dalam laporan akhir dengan judul **“Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan” (Studi Kasus Restoran Bumbu Desa Palembang)**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah **“Bagaimana Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Restoran Bumbu Desa Palembang”**.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Mengingat luasnya permasalahan dan agar pembahasan yang akan dilakukan dalam laporan akhir tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas, maka penulis akan membatasi permasalahan yaitu mengenai penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan di Restoran Bumbu Desa Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulis**

### **1.4.1 Tujuan Penulis**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah **“Untuk mengetahui bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan di restoran bumbu desa Palembang”**.

### **1.4.2 Manfaat Penulis**

1. Bagi Penulis

Laporan akhir ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai aplikasi teori yang diperoleh dibangku perkuliahan yang diterapkan dilapangan.

2. Restoran Bumbu Desa Palembang

Laporan Akhir ini diterapkan dapat menjadi sumber informasi untuk mengetahui mengenai kulaitas pelayanan. Sehingga dapat lebih memaksimalkan tingkat kepuasan pada Restoran Bumbu Desa.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penelitian lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan perusahaan, dan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan terutama dalam bidang pemasaran jasa.

## **1.5 METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Objek perusahaan yang diambil adalah di restoran Bumbu Desa yang beralamat Jl. Dr. Sutomo no. 9, Talang Semut, Sumatera Selatan 30135.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data menurut Yusi (2009:103) adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan dioleh sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis mengumpulkan data sendiri melalui hasil pengamatan dan juga melakukan wawancara langsung kepada manajer bumbu desa dan karyawan di restoran bumbu desa.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas karyawan dan daftar pengunjung di bumbu desa.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono:2009). Pengumpulan data dalam penulisan penelitian ini terbagi menjadi beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Yaitu metode pengumpulan data dimana penulis terjun langsung ke objek penelitian, yaitu restoran Bumbu Desa. Hal ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

##### a. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono:2009). Penulis melakukan wawancara semi struktur dengan pemilik restoran Bumbu Desa. Wawancara jenis ini dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat (Sugiyono:2009). Wawancara ini dapat memenuhi data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir.

b. Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono:2010). Data yang diperoleh dan didapatkan dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tertulis kepada pengunjung dengan menggunakan skala likert, dalam hal ini respondennya adalah konsumen restoran Bumbu Desa.

2. Studi Kepustakaan

Pada metode ini penulis menggunakan sumber-sumber lain baik berupa buku-buku literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang ada, untuk mendapatkan keterangan secara tertulis sebagai bahan masukan penelitian yang tidak terdapat pada objek yang diteliti.

#### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Berikut ini adalah populasi dikemukakan oleh Kuncoro (2003:103) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Disini jumlah populasinya tidak diketahui, karena jumlah pengunjung restoran di bumbu desa tidak menentu per harinya. Jadi disini penulis mengambil rumus Roscoe untuk menentukan jumlah sampelnya.

2. Sampel

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:239), sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel yang diambil pada penelitian ini merupakan sebagian dari populasi yang ada pada restoran Bumbu Desa Palembang, untuk menentukan banyaknya

jumlah sampel yang diperlukan, penulis menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2009:129), yaitu:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y} \times 10)$$

Dimana:

n = Penentuan Sampel

Variabel X = Kinerja kualitas pelayanan pada restoran Bumbu Desa Palembang, yang terdiri dari lima dimensi yaitu:

X<sub>1</sub> = Bukti Fisik (Tangible)

X<sub>2</sub> = Keandalan (Realibility)

X<sub>3</sub> = Daya tanggap (Responsiveness)

X<sub>4</sub> = Jaminan (Assurance)

X<sub>5</sub> = Empati (Emphaty)

Variabel Y = Harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan restoran Bumbu Desa Jalan. Dr. Sutomo No. 9, Talang Semut Palembang 30135.

Maka penentuan sampelnya adalah:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

$$n = (5 + 5) \times 10$$

$$n = 100$$

Maka didapat jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 sampel.

### 3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono:2008). Penarikan sampel pada laporan akhir ini menggunakan sampel non probabilita (*non probability sampling*) yaitu sampel secara kebetulan (*accidental sampling*). Sampel digunakan karena setiap anggota populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Hal tersebut

disebabkan oleh tidak mungkinya diperoleh daftar yang lengkap dari populasi penelitian. Kuesioner diberikan kepada setiap orang yang lagi makan di restoran Bumbu Desa dengan ketentuan orang yang menjadi responden tersebut sesuai dengan sumber data.

### **1.5.5 Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono:2008). Adapun analisis data terbagi menjadi dua yaitu:

1. Analisis Kualitatif

Yaitu data yang merupakan serangkaian informasi yang pada umumnya tidak dapat diukur karena berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar yang bukan berupa angka-angka. Jadi, teknik digunakan untuk menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Analisis Kuantitatif

Yaitu data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan. Untuk mengetahui taingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada restoran Bumbu Desa, maka digunakan analisis tingkat harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2008:132) berikut ini metode-metode yang sering digunakan dalam pengukuran construct sikap, yaitu: skala likert, skala guttman, rating scale dan semantic deferential. Sehingga skala yang digunakan menggunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kategori yang digunakan dengan skala likert berupa analisis singkat harapan dan kualitas pelayanan jasa.

Skala ini digunakan karena memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan. Skala Likert umumnya menggunakan lima angka penilaian yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) tidak pasti atau netral, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju.

Dalam skala likert kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar “setuju” dan “tidak setuju” saja, melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban (Sugiyono:2008). Skala 5 (lima) peringkat yang dimaksud dalam penelitian terdiri dari:

- a. Untuk jawaban jauh melebihi harapan dan sangat puas diberi bobot 5
- b. Untuk jawaban lebih dari harapan dan puas diberi bobot 4
- c. Untuk jawaban sama dengan yang diharapkan dan cukup puas diberi bobot 3
- d. Untuk jawaban kurang diharapkan dan kurang puas diberi bobot 2
- e. Untuk jawaban sangat tidak diharapkan dan sangat tidak puas diberi bobot 1

Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan memberikan bobot terhadap masing-masing dimensi dalam bentuk persentase sehingga apabila dijumlah menjadi 100%. Setiap dimensi yang mendapatkan persentase paling tinggi, menunjukkan bahwa dimensi tersebut paling penting di mata responden dan sebaliknya (Irawan:2007). Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan konsumen adalah:

$$\text{Persentase jawaban} = \frac{\text{Total skor yang didapat}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Skor maksimal = (skor tertinggi x jumlah responden) = 5 x 100 = 500

Adapun dasar interpretasi skor item dalam variabel penelitian adalah dengan menggunakan dasar interpretasi menurut Sutrisno Hadi (2001:275):

**Tabel 1.1**

**Dasar interpretasi skor item dalam variabel penelitian**

No.	Skor/Angka	Interprestasi
1	0% - 20%	Sangat Rendah
2	20% - 40%	Rendah
3	40% - 60%	Agak Rendah
4	60% - 80%	Cukup
5	80% - 100%	Tinggi

Sumber: Hadi (2001:275)

Berdasarkan hasil penilaian tingkat-tingkat harapan dan hasil peniilaian kepuasan, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel, di mana variabel X merupakan tingkat kenyataan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dan Y merupakan harapan dari konsumen. Selanjutnya untuk mengukur kepuasan konsumen, hasil perhitungna kuesioner dimasukkan ke dalam kartesius di mana sumber mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kualitas pelayanan sedangkan sumber tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Rumus yang digunakan untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = skor rata-rata tingkat kenyataan

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat harapan

n = jumlah responden

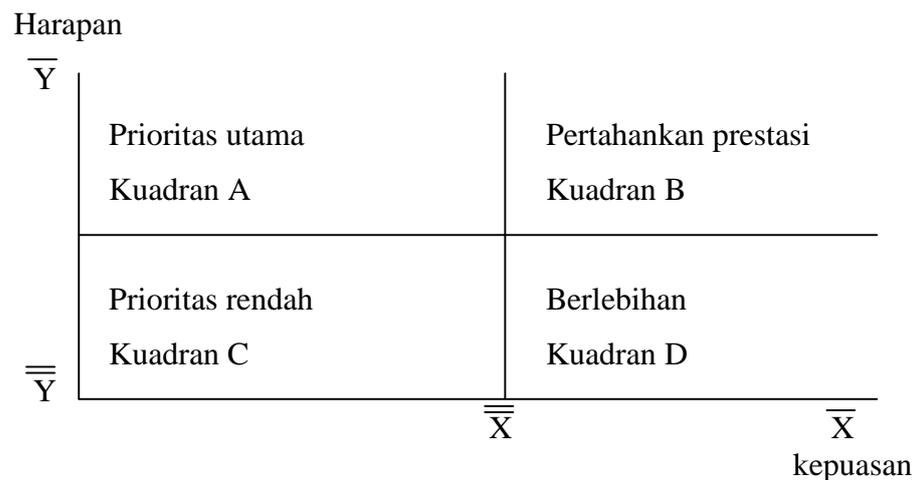
Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian, yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Keterangan:

$K$  = banyaknya atribut faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tingkat unsur tersebut dijabarkan menjadi 4 (empat) diagram kartesius, sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Diagram Kartesius**

Sumber: Umar (2002: 448)

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kenyataan dan harapan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah perbandingan skor kenyataan dengan skor harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan dimensi mana yang paling dominan dalam memberikan kepuasan konsumen. Penelitian ini terdiri dari dua buah variabel yang di wakikan dengan huruf X dan huruf Y . Dimana

X adalah tingkat kenyataan kepuasan konsumen sedangkan Y adalah tingkat harapan konsumen (Supranto: 2006).

Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$\mathbf{Tki} = \frac{\Sigma Xi}{\Sigma Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian kenyataan kepuasan konsumen

Yi = Skor penilaian harapan konsumen