

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Bakso adalah salah satu pangan olahan daging yang populer dan dapat ditemukan di seluruh Indonesia. Bakso terbuat dari bahan utama daging yang dilumatkan, dicampur dengan bahan lain, dibentuk bulat-bulatan, dan selanjutnya direbus, dengan kadar daging tidak boleh kurang dari 50% (SNI 01-3818-1995). Bakso memegang peranan penting yang cukup penting dalam distribusi sumber protein hewani di Indonesia karena terbuat dari bahan utama daging (Muchtadi, 2013:87). Bakso dapat dibuat hampir dari semua bagian atau jenis daging, namun yang paling sering digunakan yaitu jenis daging penutup, pendasar gandik, lamusir, paha depan, dan iga. Daging yang digunakan untuk membuat bakso adalah daging segar tanpa mengalami proses penyimpanan dan pelayuan. Nama bakso biasanya diikuti dengan nama jenis dagingnya, dan bakso yang paling populer di masyarakat adalah bakso sapi (Koswara, 2009:15-16).

Kepopuleran bakso sapi di Indonesia menyebabkan jumlah pengusaha bakso menjadi banyak. karena bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini termasuk bisnis dengan profit yang besar dan juga banyak diminati masyarakat di era globalisasi. Salah satu kota yang banyak di minati pelaku bisnis adalah kota Palembang. Kota Palembang adalah kota bisnis makanan yang menjadi salah satu tujuan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang datang untuk wisata kuliner. Selain itu gaya hidup masyarakat yang meningkat dengan kebiasaan untuk membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih efisien serta kuliner atau makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Jenis industri makanan yang ada di Palembang beraneka ragam mulai dari restoran, cafe, tempat makan kaki lima, pujasera, industri catering dan lain sebagainya.

Persaingan dalam industri jasa boga khususnya restoran cukup ketat dikarenakan semakin banyaknya restoran yang bermunculan serta setiap pelaku bisnis ini selalu meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan dalam menjalankan bisnisnya tersebut untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik akan mempengaruhi pelanggan apakah akan tetap membeli dan menggunakan produknya atau tidak. Menurut Kotler dalam Laksana (2008:85) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk membantu dan memuaskan orang lain. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan haruslah berkualitas, maksudnya adalah pelayanan yang diberikan haruslah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan. Jadi kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, ataupun akan melakukan pembelian ulang atau tidak.

Bakso merupakan makanan yang sangat digemari oleh bermacam lapisan masyarakat yang berada baik di daerah perkotaan maupun perdesaan. Hal ini dapat diketahui dari salah satu data yang diperoleh di warung Bakso Sony Lampung Cabang Palembang, yang setiap harinya dihadiri konsumen ± 3000 orang konsumen pada setiap harinya. Sehingga usaha dalam bidang ini sangat menguntungkan para pedagang melakukan berbagai kecurangan. Padahal semua hal tersebut dapat mempengaruhi atau berdampak kurang baik dan kadangkala mengakibatkan para konsumen berpindah mencari tempat yang lebih memuaskan dan nyaman bagi konsumen. Jika terjadi hal demikian, ada kemungkinan dapat membuat usaha tersebut gulung tikar atau menimbulkan kerugian.

Berdasarkan hal di atas maka banyak perusahaan saat ini yang berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan ini tidak hanya dilakukan oleh

perusahaan-perusahaan besar saja tetapi para pelaku usaha kecil menengah (UKM) juga meningkatkan kualitas pelayanannya agar kegiatan usahanya tetap dapat berlangsung. Usaha kecil menengah (UKM) merupakan bentuk usaha kecil yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sekarang ini banyak UKM yang berdiri di Kota Palembang yang bergerak dalam bidang kuliner. Salah satu UKM yang bergerak dalam bidang kuliner tersebut adalah Bakso Sony Lampung Cabang Palembang. Bakso Sony Lampung Cabang Palembang menjual bakso dan mie ayam sejak tahun 2007 yang beralamat di Jl. K.H. Ahmad Dahlan Talang Semut Bukit Kecil Palembang. Dalam menjalankan usahanya, Bakso Sony Lampung Cabang Palembang mengalami persaingan yang ketat karena banyaknya perusahaan lain yang juga bergerak dalam bidang kuliner. Untuk itu, agar tetap dapat mempertahankan pelanggannya, hal yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan seperti yang telah dijelaskan diatas.

Kualitas pelayanan dapat diketahui perusahaan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada pelanggan yang datang. Menurut Lupiyoadi (2013:216-217) salah satu studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen tentang pelayanan yang telah diberikan Bakso Sony Lampung Cabang Palembang melalui laporan akhir ini dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan, yaitu:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat dalam persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang dan agar pembahasan yang akan dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan. Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada kualitas pelayan, yaitu lima dimensi kualitas pelayanan: Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*empathy*).

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan pada Bakso Sony Lampung Cabang Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang didapat selama melaksanakan penelitian, serta untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Agar pengusaha dapat mengetahui tanggapan pelanggan mengenai persepsi konsumen dalam kualitas pelayanan pada Bakso Sony Cabang Palembang, Jl. K.H. Ahmad Dahlan Talang Semut Bukit Kecil Palembang, serta sebagai bahan masukan yang positif bagi perusahaan mengenai pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki perusahaan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bakso Sony Cabang Palembang yang beralamat di Jl. K.H. Ahmad Dahlan Talang Semut Bukit Kecil Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber data

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), adapun jenis data berdasarkan cara memperolehnya, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objek, dalam hal ini yang penulis lakukan adalah mengumpulkan data dan data tersebut diolah sendiri dari objek penelitian yaitu Bakso Sony Lampung Cabang Palembang melalui pembagian kuesioner dengan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dari Bakso Sony Lampung Cabang Palembang dalam bentuk sejarah perusahaan, struktur organisasi dan lain

sebagainya. Sumber data dalam penelitian ini didapat dari internet, buku-buku penunjang dan jurnal penelitian.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1.6.1 Riset Lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan secara langsung ke lokasi perusahaan yang dijadikan objek penelitian dengan maksud agar dapat mengetahui sejauh mana penerapan teori dan prakteknya.

Adapun teknik yang penulis gunakan untuk mendapatkan data tersebut dengan cara:

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2008:203) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis, dan psikologis. Dua diantaranya terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Dalam hal ini obyek yang dijadikan pengamatan adalah pelayanan yang diberikan ke konsumen dan seluruh fasilitas yang ada di Bakso Sony Lampung Cabang Palembang.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2008:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti 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.

3. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2008:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

1.6.2 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari sumber data dari berbagai tulisan baik jurnal, ilmiah, buku-buku, yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir sebagai referensi untuk mendapatkan keterangan secara tertulis sebagai bahan masukkan penelitian yang tidak terdapat pada objek yang diteliti.

1.7 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.7.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Bakso Sony Lampung Cabang Palembang. Adapun populasi Bakso Sony Lampung Cabang Palembang adalah sebanyak ± 3000 orang konsumen.

1.7.2 Sampel

Menurut Riduwan (2011:10), sampel adalah bagaian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Dalam hal ini sampel harus representatif disamping itu peneliti dan karakteristik populasi dan sampel.

Ukuran populasi yang diambil adalah konsumen Bakso Sony Lampung Cabang Palembang yang masing-masing jumlahnya sebesar ± 3.000 konsumen yang terdiri dari 1 bulan. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil menggunakan rumus *Slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan (10%)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3000}{1 + 3000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3000}{31}$$

$$n = 96,7 \text{ Pembulatan} = 97$$

Jadi, sampel yang dapat diambil berjumlah 97 orang.

Maka, didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 orang dengan tingkat kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebanyak 10% dari populasi, dengan harapan tingkat kesalahan semakin tinggi.

1.7.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu menggunakan metode *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2008:122), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan.

1.8 Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan Skala Likert.

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2008:13), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini data kuantitatif didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternatif jawaban yang ada pada Skala Likert. Menurut Sugiyono (2013:107), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Didalam Skala Likert terdapat 5 (lima) alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5. Tingkatan tabel Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Skala Pengukuran Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Sugiyono, 2013:108)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

Metode analisis ini menggunakan persentase karena metode ini digunakan untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden (pelanggan Bakso Sony Lampung Cabang Palembang) dengan menggunakan rumus tabulasi berdasarkan dari pendapat Riduwan (2010:41), rumus yang digunakan untuk persentase ialah sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Keterangan: P : Persentase jawaban

F : Jumlah jawaban

n : Jumlah sampel

Setelah menentukan persentase, maka kita dapat menggolongkan persentase tersebut kedalam kriteria interpretasi skor item sebagai berikut:

Tabel 1.2
Interprestasi Skor

Skor/Angka	Interpretasi
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

(Sumber: Riduwan, 2010:18)

Atau secara kontinum dapat digambarkan seperti berikut:

0% - 20%	21% - 40%	41% - 60%	61% - 80%	81% - 100%
Sangat Lemah	Lemah	Cukup	Kuat	Sangat Kuat

Tabel interpretasi skor diatas akan menunjukkan posisi dari persentase yang didapat mengenai perhitungan persentase jawaban setiap dimensi yang diteliti.