

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi menyebabkan kemajuan dan perubahan yang terjadi pada setiap lapisan masyarakat, perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, adanya peradaban teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Perubahan yang mengarah kepada kemajuan dan evolusi tersebut secara tidak langsung berdampak kepada masyarakat sehingga masyarakat supaya dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari pertumbuhan zaman ialah semakin banyaknya bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan keunggulan dan keunikan masing-masing suatu produk maupun jasa, sehingga menjadikan konsumen mempunyai berbagai alternatif pilihan produk, berbeda dengan pengaruhnya terhadap produsen, bagi produsen perubahan dan perkembangan zaman menjadikan persaingan semakin ketat karena tingkat persaingan yang tinggi terjadi dalam dunia usaha

Setiap manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya maka kebutuhan tersebut ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada. Menurut Abraham Maslow (1984) teori hirarki kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisiologis/dasar, kebutuhan akan rasa aman dan tentram, kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri.

Dari hirarki tersebut, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang paling mendasar, dimana kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan yang paling kuat dan paling jelas untuk mempertahankan hidup secara fisik. Kebutuhan akan makanan merupakan salah satu dari kebutuhan fisiologis tersebut.

Menteri Ketenagakerjaan, M.Hanif Dhakiri menyebutkan bahwa jumlah pengusaha naik sebesar 3% menjadi 3,4 % dari jumlah penduduk sebesar 262 juta jiwa pada tahun 2017 (REPUBLIKA, 2017). Persaingan yang ketat karena semakin tingginya jumlah usahawan menuntut pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan supaya dapat bersaing. Pengusaha memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam menjual produk sehingga dapat bertahan pada persaingan bisnis yang semakin ketat, dan berdampak pada keinginan konsumen yang rentan berubah-ubah. Keadaan tersebut menjadikan perusahaan mengikuti perubahan keinginan konsumen. Dengan memahami tentang kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, akan memberikan masukan kuat untuk perusahaan dalam merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan untuk pelanggannya (Kotler & Armstrong, 2008).

Setiap kegiatan usaha pasti memiliki tanggung jawab yang besar terhadap kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan bisnis, ketika konsumen merasa puas akan memberikan kontribusi yang baik terhadap sustainable dari suatu usaha atau keberlangsungan usaha di masa mendatang. Kepuasan konsumen merupakan penilaian tentang produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kesenangan seperti yang diharapkan, dan konsumen tidak akan merasa puas apabila konsumen memberi

evaluasi bahwa harapannya belum terpenuhi (Aulian dan Hidayat). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, hal emosioal, hal kemudahan, dan garansi kualitas menjadi prioritas utama dalam bisnis untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Kotler, 1997)

Kota Jakarta adalah ibukota indonesia. Jakarta merupakan satu satunya kota bisnis dan kota pemerintahan menjadi satu, sehingga membuat jakarta menjadi salah satu kota terpadat di Indonesia. Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, jumlah penduduk DKI Jakarta Pada tahun 2019 tercatat mencapai angka 11.063.324 jiwa. jumlah ini sudah termasuk WNA sebanyak 4.380 jiwa. Berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2018, secara nasional rata-rata pengeluaran per kapita untuk konsumsi sebulan sebesar 1.152.261 rupiah. Dibandingkan dengan angka tersebut, sebanyak 19 provinsi memiliki rata-rata pengeluaran yang berada di atas angka nasional. Provinsi dengan pengeluaran tertinggi yaitu Provinsi DKI Jakarta sebesar 2.104.422 rupiah sedangkan yang terendah di Provinsi Nusa Tenggara Timur sebesar 740.993 rupiah . Hal ini menjadikan Kota Jakarta menjadi pasar yang sangat potensial bagi industri makanan dan minuman.

Chinese food menjadi salah satu makanan yang banyak digemari oleh orang Indonesia. Cita rasanya yang pas dan lezat di lidah menjadi daya tarik utama penikmatnya. Pertumbuhan industri makanan dan minuman *Chinese Food* sudah ditandai dengan banyaknya restoran-restoran atau rumah makan di Kota Jakarta. Salah satu restoran yang ada di Kota Jakarta adalah “Raos Bowl Bintaro”. Raos Bowl Bintaro merupakan rumah makan yang menyajikan berbagai makanan

masakan cina (*Chinese food*) yang di kemas lebih modern dengan menggunakan *paper bowl*. Kemasannya yang praktis memudahkan Raos Bowl dapat dibawa ke mana-mana, saat berpergian jauh, di rumah ataupun dikantor. Raos Bowl Bintaro mempunyai berbagai jenis variasi menu makanan dengan berbagai *topping*.

Berbeda dengan kedai makan yang lain, Raos Bowl Bintaro sendiri memiliki produk makanan yang berani menonjolkan rasa rempah-rempah, daging dan sayuran yang selalu segar, dan juga begtu banyak pilihan variasi produk makanan seperti sayuran capcay, ayam mentega, saos padang, dan lain-lain. Raos Bowl Bintaro memperhatikan kepuasan konsumen sehingga konsumen mempunyai kepercayaan terhadap Raos Bowl Bintaro baik dari kualitas produk sehingga konsumen bersedia untuk melakukan pembelian ulang dan akhirnya akan puas. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari omset penjualan Raos Bowl Bintaro antara tahun 2017 hingga 2019:

Tabel 1.1
Data Omset Penjualan Tahun 2017 hingga 2019

Tahun	Omset	Perubahan	Presentasi	Rata-Rata Perbulan
2017	Rp. 264.000.000	-	-	Rp. 22.000.000
2018	Rp. 300.000.000	Rp. 36.000.000	12%	Rp. 25.000.000
2019	Rp. 380.000.000	Rp. 80.000.000	21%	Rp. 31.666.666

Sumber : Raos Bowl Bintaro, Tahun 2019

Dari tabel 1.1 tentang omset penjualan dapat diketahui bahwa tingkat penjualan Raos Bowl Bintaro memiliki rata-rata yang stabil, rata-rata penjualan perbulan selama tahun 2017 hingga 2019 terus mengalami kenaikan dan kenaikan tertinggi pada tahun 2019 sebesar Rp 31.666.666, jika dilihat dari tahun 2017

hingga 2019 terus mengalami kenaikan penjualan meskipun tidak cukup signifikan yaitu 12% pada tahun 2018 dan 21% pada tahun 2019, jika dilihat pada rata-rata perbulan juga mengalami kenaikan secara terus menerus dari tahun ke tahun

Tabel 1.2
Data Rata-rata Pengunjung Raos Bowl Bintaro
Tahun 2017 hingga 2019

Tahun	Total Pengunjung	Perubahan	Presentasi	Rata-Rata Pengunjung Perbulan
2017	13.200	-	-	1.100
2018	15.000	1.800	12%	1.250
2019	19.000	4.000	21%	1.583

Sumber : Raos Bowl Bintaro, Tahun 2019

Dari tabel 1.2 tentang jumlah pengunjung dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan pengunjung secara signifikan selama tahun 2017 hingga 2019, dengan persentase kenaikan sebesar 12%, dan 21%, di mana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 4.000 pengunjung.

Dari keseluruhan data yang ada dalam tabel dapat dijelaskan bahwa memang terjadi kenaikan jumlah omset penjualan dan kenaikan jumlah pengunjung. Dengan data tersebut, untuk tetap menjaga eksistensi Raos Bowl Bintaro serta terus meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, perlu dilakukan penelitian tentang analisis perilaku dan kepuasan konsumen guna mengukur tingkat kepentingan dan kinerja rumah makan dari sudut pandang konsumen.

Selain kualitas produk, langkah penting untuk menempatkan suatu restoran agar lebih unggul adalah harus mampu menyediakan pelayanan yang baik. Karena, memberikan pelayanan yang baik adalah salah satu kegiatan inti dari orientasi konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Kualitas pelayanan seringkali dinilai melalui lima aspek, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Seriring berjalannya waktu, Raos Bowl Bintaro terus berupaya untuk terus meningkatkan mutu pelayanannya. Pentingnya kualitas pelayanan dalam membangun kepuasan pelanggan dan minat beli ulang konsumen telah dibuktikan pada sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh Cahyadi dan Sumarsono (2013); Al-Tit (2015). Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh Raos Bowl Bintaro, akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang konsumen perusahaan tersebut. Hasil penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Raos Bowl Bintaro” ini nantinya akan dijadikan acuan dalam membuat rekomendasi usaha agar konsumen Raos Bowl Bintaro terus meningkat di masa yang akan datang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keandalan?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan daya tanggap?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jaminan?

6. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan empati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang serta rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keandalan.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan daya tanggap.
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jaminan.
5. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan empati.
6. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat kepada :

1. Bagi perusahaan:

Untuk membantu mengidentifikasi, memberikan pertimbangan dan masukan secara lebih lanjut mengenai pengetahuan produk dan kepuasan konsumen bagi perusahaan atau institusi lain yang bergerak dibidang yang sama maupun dibidang yang lainnya.

2. Bagi peneliti:

Mengaplikasikan konsep-konsep yang telah diterima dalam perkuliahan serta menambah pengetahuan/wawasan tentang perkembangan bisnis restoran.

