

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia usaha produk dan jasa menghadapi pandemi Covid-19 dan sudah berjalan 1 tahun lebih terhitung dari bulan Februari 2020 semenjak ditemukannya kasus positif. Penyebaran Covid-19 meluas secara cepat dan membuat ancaman serius bagi perekonomian global (Burhanuddin & Abdi, 2020). Pandemi ini berimbas pada berbagai sektor, beberapa sektornya adalah usaha sektor wisata, industri, amupun jasa.

Efek yang berimbas di sektor jasa adalah berkurangnya konsumen atau pengguna sebuah jasa, contohnya seperti jasa hotel/pariwisata, jasa penerbangan, maupun jasa travel. Pandemi juga berimbas ke sektor usaha produk, contohnya pedagang pasar, maupun rumah makan. Hal ini disebabkan karena pemberlakuan *work from home* (WFH) ikut berdampak pada pembelian *offline*.

Pada saat ini kondisi yang terjadi di Ponorogo masih banyak kasus covid-19, yang berdampak pada sektor perdagangan, industri, transportasi, dan jasa. Pada saat ini para pengusaha harus memiliki strategi pemasaran yang bisa menyesuaikan kondisi saat ini. Sementara itu untuk pemasaran diperlukan bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsur yang telah berkembang. Pemasaran jasa dikatakan sebagai salah satu bentuk produk yang berarti setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya dan bersifat tidak berwujud.

Sedangkan alat pemasaran tersebut dikenal dengan istilah “4P” dan dikembangkan menjadi “7P. Menurut Kotler dan Keller (2008:4) 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Sehingga dapat dijelaskan bahwa bauran pemasaran dikembangkan menjadi pemasaran jasa yang terdiri dari alat-alat pemasaran. Sistem – sistem kerja organisasi semakin selektif dan berbagai macam

keunggulan lain yang mendukung suatu produk. Beberapa keunggulan yang mendukung suatu produk, yaitu :

Kualitas produk, hal ini salah satu faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Selain kualitas produk hal lain yang menjadi keunggulan adalah kemasan. Produk fisik atau berwujud membutuhkan kemasan agar tercipta manfaat – manfaat tertentu seperti misalnya perlindungan, kemudahan, dan manfaat. Para produsen sebaiknya mengembangkan konsep pengemasan dan kemudian mengujinya dari segi fungsi dan psikologi, agar tercapai tujuan yang ingin diraih, serta sesuai dengan kebijaksanaan atau perhatian kerana kemasan menggambarkan citra merek, juga harus mempunyai daya tarik emosional.

Selanjutnya merek, setiap perusahaan hendaknya mengembangkan sendiri kebijakan – kebijakannya mengenai merek bagi mata produk dalam lini yang sama. Merek merupakan kombinasi dari nama, kata, simbol, atau desain yang memberi identitas produk. Dan jika nilai dalam hal ini tinggi, maka akan berpengaruh terhadap keunggulan suatu produk yang dihasilkan.

Ada hal yang tak kalah penting, yaitu pelayanan. Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan yang memang diinginkan oleh para pelanggannya. Jasa pelayanan ini juga harus efektif dalam memenangkan persaingan. Maka disini beberapa keputusan harus diambil, seperti

keputusan tentang jenis pelayanan pokok yang akan ditawarkan, seberapa lengkap setiap pelayanan akan disajikan, serta bentuk dari pelayanan tersebut.

Kebutuhan dasar manusia merupakan unsur yang sangat dibutuhkan dalam menjaga keseimbangan fisiologis dan psikologis yang bertujuan untuk bertahan hidup. Setiap makhluk hidup sangat memerlukan kebutuhan, entah makanan atau minuman. Pada dasarnya hal ini adalah kebutuhan pokok manusia. Berbicara kebutuhan pokok manusia, pada saat ini sangat banyak pebisnis yang membuka peluang bisnis dibidang kuliner yang menghadirkan makanan cepat saji. Tidak dipungkiri saat ini sudah banyak orang yang tidak sempat memasak sendiri dirumah dan lebih menyukai membeli. Berdasarkan kebiasaan masyarakat yang cenderung menyukai membeli masakan cepat saji, maka akan menguntungkan pebisnis makanan, seperti bisnis kuliner.

Bisnis ini banyak diminati oleh masyarakat, karena dilihat dari masyarakat yang tidak memiliki waktu luang memasak sendiri untuk keluarga, kini kebanyakan masyarakat mengutamakan menggunakan kepraktisan dengan membeli makanan jadi. Selain itu bisnis rumah makan pada saat ini menjadi trend yang diminati oleh para pengusaha, walaupun membutuhkan kerja keras akan tetapi banyak pengusaha saat ini sukses dibidang ini walaupun banyak pesaing.

Mendirikan bisnis dibidang makanan khususnya rumah makan juga harus memiliki pengetahuan apa saja yang dibutuhkan dan keinginan konsumen. Bisnis ini juga harus mempunyai keunggulan – keunggulan atau ciri khas tersendiri dari setiap produk yang dipasarkan, maka dari itu produk yang dipasarkan dapat bersaing di pasaran, dengan begitu keunggulan produk (makanan) bisa diketahui oleh konsumen dan dapat membuat konsumen berminat mencoba melakukan pembelian dan membuat konsumen puas dengan hasil produk (makanan) yang baik.

Konsumen memilih tempat untuk makan melihat dari 3 unsur yaitu kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, cita rasa makanan tersebut, dan lokasi tempat makan. Salah satu rumah makan yang berada di Ponorogo yaitu Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS. Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS merupakan rumah makan sekaligus tempat kumpul yang dapat memuat banyak orang yang dapat digunakan untuk rapat, reuni, ataupun kumpul besar karena lokasi yang luas. Rumah makan Bambu Apung CPS ini beralamatkan di Jl. Letjend Suprpto No.16, Tonatan, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS adalah salah satu rumah makan yang cukup familiar dan banyak pengunjung. Rumah makan ini juga dapat bersaing dengan rumah makan lainnya di Ponorogo.

Berdasarkan interview awal pada konsumen Rumah makan Prasmanan Bambu Apung CPS selalu mengutamakan kenyamanan konsumennya, dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik ataupun nyaman kepada calon konsumennya sehingga konsumen tidak merasa kecewa setelah makan ditempat tersebut.

Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS ini juga menyajikan makanan yang berkualitas dan cita rasa yang sesuai atau melebihi harapan konsumen dengan cara pemrosesan yang higienis dan makanan tersebut memenuhi kualitas. Makanan yang berkualitas juga ditentukan oleh berbagai faktor, antara lain : kualitas maknan yang ditentukan oleh resep dan komposisi yang digunakan. Kemampuan restoran menyajikan makanan yang berkualitas ikut menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Disamping itu, lokasi Rumah Makan Bambu Apung CPS yang mudah dijangkau juga salah satu faktor pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian, karena lokasi yang strategis, mudah dijangkau akan memudahkan akses konsumen, dan dekat dengan pusat keramaian. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan

untuk melakukan pembelian disebuah rumah makan, juga akan mempertimbangkan lokasi tempat rumah makan tersebut.

Walaupun persaingan di Ponorogo sangat ketat, Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS ini termasuk rumah makan yang masih banyak diminati konsumen. Ketiga elemen bauran pemasaran tersebut memang sangat penting bagi Kepuasan konsumen, karena hal tersebut dapat berdampak positif bagi Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS itu sendiri, seperti meningkatnya omset penjualan dan yang paling penting dapat memepertahankan kelangsungan hidup untuk jangka waktu yang panjang, karena hal tersebut disebabkan jika konsumen merasa puas setelah apa yang didapat dari pembelian dari Rumah makan Prasmanan Bambu Apung CPS Ponorogo. Hingga saat ini belum ada yang melakukan penelitian dengan variabel kualitas pelayanan, cita rasa, dan lokasi di Rumah Makan Bambu Apung CPS Ponorogo sehingga perlu dilakukan penelitian.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITA RASA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASN KONSUMEN RUMAH MAKAN PRASMANAN BAMBU APUNG CPS PONOROGO.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS?
2. Apakah cita rasa mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS?

3. Apakah lokasi mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS?
4. Apakah kualitas pelayanan, cita rasa, dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS?

Batasan Masalah

Adapun pembatas ruang lingkup penelitian ini ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada permasalahan beserta pembahasan yang ada, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dan keluar dari sarasannya. Batasan masalah dalam penelitian ini terfokus pada analisis pengaruh kualitas pelayanan, cita rasa, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah makan prasmanan bambu apung cps ponorogo.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS.
- d. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, cita rasa, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Prasmanan Bambu Apung CPS.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi Peneliti

Dilakukannya penelitian ini dapat berguna dan dapat menambah wawasan dalam melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan, cita rasa, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan, bahan bacaan, dan sebagai informasi untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai acuan informasi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

