

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha di bidang kuliner masih sangat menjanjikan, perkembangan usaha di ini terus berkembang dengan baik, market yang terbuka lebar mulai masuk pada masyarakat mulai dari kelas menengah, ke bawah sampai kelas atas. Usaha kuliner berkembang karena adanya mobilitas masyarakat yang semakin pesat, yang dimana masyarakat banyak di buat sibuk oleh aktivitas pekerjaan diluar rumah dan pada akhirnya menginginkan hal yang praktis untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dengan adanya perilaku masyarakat yang terus berkembang menjadikan usaha kuliner sangat menjanjikan (Jamaludin, 2018).

Rumah makan merupakan tempat untuk menyediakan kebutuhan yang bersifat konsumtif untuk manusia. Rumah makan sekarang melewati perkembangan yang cukup tinggi dikarenakan oleh life style manusia yang berubah, adanya perubahan life style ini menjadikan manusia banyak melakukan kegiatan di luar rumah salah satunya aktivitas konsumtif. Hal inilah yang menjadikan manusia sekarang tidak banyak mempunyai waktu untuk memasak makanan dirumah. Dengan adanya hal ini merupakan faktor pendorong berkembangnya rumah makan untuk tempat yang menyediakan keperluan konsumtif bagi manusia. Rumah makan tidak sekedar menyediakan makanan, tetapi juga terus berkembang sebagai penyedia tempat yang

memberikan suasana nyaman terhadap seluruh konsumen, dan juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk rekreasi kejenuhan konsumen (Musyarofah, 2021).

Kepuasan konsumen tercipta ketika kenyataan lebih baik daripada harapan akan suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh konsumennya (Kotler & Keller, 2019). Menurut (Francis Buttle, 2007) kepuasan konsumen yaitu memberikan dampak yang besar untuk perusahaan. Dengan cara memberikan mempertahankan dan memuaskan pelayanan saat ini jauh lebih gampang dibandingkan terus menerus berupaya menarik atau mencari konsumen baru, pengeluaran mempertahankan konsumen lebih murah dibandingkan pengeluaran mencari konsumen baru. Ada salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Menurut (Kotler, 2007) kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang memberikan pengaruh pada kesediaan sebagai kepuasan kebutuhan yang diberikan. Apabila kualitas produk ingin tercapai sesuai dengan yang diinginkan oleh karena itu di perlukannya standarisasi kualitas.

Ada kelebihan dan kekurangan kualitas pelayanan yang akan memberikan dampak pengaruh bagi keadaan rumah makan, apabila pelayanan di sebuah rumah makan memberikan pelayanan yang bagus maka konsumen akan merasa sangat memuaskan, akan memungkinkan besar konsumen kembali berkunjung ke rumah makan tersebut. Begitupun sebaliknya apabila dengan memberikan pelayanan konsumen merasa tidak puas, akan memungkinkan konsumen tidak akan kembali ke rumah makan tersebut Ahli

ekonomi berpendapat bahwa konsumen merupakan manusia yang memiliki sifat konsisten memanfaatkan kegunaan semaksimal mungkin (*utility maximizers*) dari sumber daya yang terbatas maka dari itu manusia mencoba memilih atau beli sesuatu yang memberikan kepuasan tertinggi (Assauri, 2014).

Pengukuran kualitas pelayanan memiliki beberapa cara yaitu menggunakan cara metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuadran. Penggunaan analisis kuadran ini dimaksudkan untuk mengetahui respon konsumen terhadap setiap atribut - atribut yang dirancang berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut – atribut tersebut. Lalu, berdasarkan analisis kuadran tersebut langkah berikutnya bisa dengan melihat pada kuadran yang berbeda - beda untuk mengetahui dari letak masing-masing variabel, dengan demikian akan bisa diketahui mana saja variabel yang diperlukan untuk ditingkatkan dan diperhatikan secara lebih prioritas (Siyamto Y, 2017).

Kemudian Aritonang (2005) menyatakan untuk mengukur Kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat diukur menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Untuk menciptakan nilai kepuasan bagi pelanggan dalam usaha pengendalian kualitas jasa, ada lima dimensi kualitas yang menjadi fokus pada kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tingable*), keandalan (*reability*), kaminan (*assurance*), ketanggapan (*responsiveness*), dan empati (*empathy*).

Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana merupakan salah satu rumah makan yang berada di Kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemalang. Tidak sesuai dengan namanya Rumah makan Ikan Bakar Bu Ana ini tidak hanya menyediakan menu ikan saja melainkan ada berbagai menu lainnya seperti ayam kampung serta lauk tambahan dan sebagainya, akan tetapi menu yang paling di minati konsumen yaitu ikan dengan berbagai pilihan olahan yang tersedia. Rumah makan Ikan Bakar Bu Ana ini, masih belum mempunyai cabang dan termasuk rumah makan yang berdiri sudah cukup lama karena berdiri sejak tahun 2005 sampai sekarang. Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana dengan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan dari dahulu hingga sekarang sehingga menu - menu yang disajikan sudah memiliki cita rasa yang khas tersendiri. Memiliki lokasi yang cukup strategis, membuat rumah makan Ikan Bakar Bu Ana sebagai pilihan konsumen untuk berkunjung karena memiliki akses yang mudah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud melakukan penelitian tentang “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Objek Kuliner Pada Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana Kecamatan Bantarbolang Kabupaten Pemalang”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana profil Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana?
2. Bagaimana karakteristik sosial ekonomi konsumen pada Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana?
3. Bagaimana analisis kinerja dalam kepuasan konsumen yang diberikan oleh Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui profil Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.
2. Untuk mengetahui karakteristik sosial ekonomi konsumen pada Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.
3. Untuk mengetahui analisis kinerja dalam kepuasan konsumen yang diberikan oleh Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Objek Kuliner Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan menjadi salah satu syarat yang harus di tempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana yang diperoleh selama menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bagi akademis penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan yang tertarik untuk membahas analisis pelayanan tempat kuliner terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi perusahaan Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun relationship pelayanan yang memuaskan diberikan kepada konsumen.

E. Pembatasan Masalah dan Asumsi

1. Lokasi penelitian bertempat di Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.

2. Waktu melakukan penelitian di bulan Agustus – November 2023.
3. Responden yang dipilih sebagai informan kunci adalah pengelola atau karyawan rumah makan Ikan Bakar Bu Ana.
4. Pengambilan sampel informan kunci menggunakan metode *nonprobability sampling* berupa *snowball sampling*.
5. Responden konsumen merupakan konsumen baru atau sudah berlangganan di Rumah Makan Ikan Bakar Bu Ana.
6. Pengambilan sampel untuk responden konsumen menggunakan *nonprobability sampling* berupa *accidental sampling*. Dalam mengambil sampel responden dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 50 orang yang sudah dan sedang mengunjungi rumah makan. Wawancara kepada konsumen dilakukan pada saat jam makan siang sekitar pukul 11.00 s/d 14.00 WIB dan jam makan malam sekitar pukul 17.00 s/d 19.00 WIB.
7. Analisis penelitian yang digunakan menggunakan analisis *IPA (Importance Performance Analysis)* dan *CSI (Customer Satisfaction Index)*.
8. Batasan Operasional :
 - a. Variabel Independen (X) adalah kinerja pelayanan rumah makan yang diberikan kepada konsumen.
 - b. Variabel Dependen (Y) adalah kepentingan/harapan yang diinginkan konsumen.