

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang banyak digemari oleh masyarakat, sebab selain menciptakan keuntungan yang tinggi, makanan pula merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimana dan kapan masyarakat akan membutuhkan pangan sebagai sumber kehidupan pokoknya. Oleh karena itu, agar bisnis dapat terus berkembang, manajemen bisnis dan pemasaran yang tepat diperlukan. Perkembangan bisnis saat ini, dengan memahami dan memuaskan dengan menyediakan konsumen dengan produk berkualitas tinggi, pelayanan yang baik, dan suasana yang nyaman, dirancang untuk mampu mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Karena para pengusaha atau perusahaan menyadari pentingnya hal pelanggan bagi kelangsungan usaha mereka (Henriawan, 2015).

Peningkatan produk makanan menyebabkan banyaknya persaingan antara satu pengusaha dengan pengusaha lain. Pengusaha bisnis makanan berusaha untuk menarik serta mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan keuntungan. Jadi dalam hal ini suatu produk makanan diharapkan menjadi yang terdepan diantara produk-produk lainnya. Bertambahnya jumlah pelaku usaha makanan telah membangun persaingan di dunia usaha makanan dan pengusaha harus memiliki rencana manajemen pemasaran untuk menghadapi persaingan. Dalam persaingan yang semakin ketat ini, pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan hasil usaha mereka untuk bersaing di pasar.

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan Tahun 2018-2021

No	Kabupaten	Tahun			
		2018	2019	2020	2021
1	Kudus	20	25	25	27
2	Pati	36	25	25	25
3	Rembang	25	23	23	23
4	Blora	10	26	26	26
5	Jepara	22	11	11	11

Sumber: Data BPS (Diolah) 2023

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai jumlah rumah makan dapat diketahui bahwa pertumbuhan jumlah rumah makan di Kabupaten Kudus cukup stabil, apabila dibandingkan dengan beberapa kabupaten lain misalnya di wilayah eks Karesidenan Pati. Dengan adanya pertumbuhan yang cukup stabil tentu saja dapat membuka peluang bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kabupaten Kudus.

Pertumbuhan ekonomi seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat telah meningkatkan standar hidup masyarakat dan menyebabkan perubahan perilaku konsumsi konsumen, dimana konsumen menginginkan hal-hal yang serba praktis, cepat, ekonomis serta mudah, meskipun harga makanan dan minuman yang lebih tinggi sesuai dengan kebiasaan makan yang dikonsumsi konsumen makanan mengubah tingkat kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Seorang pelaku bisnis rumah makan yang menyadari pentingnya kepuasan konsumen akan selalu mempertimbangkan mengenai tiga variabel yang sangat mempengaruhi bisnisnya yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana tempat.

Fenomena yang muncul saat ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ardian (pemilik rumah makan Jati Putra “Pak Yono”), mengatakan jumlah pengunjung yang datang ke rumah makan tersebut tidak seramai seperti pada tahun-tahun awal rumah makan tersebut beroperasi. Menurut beliau bagian dari penyebabnya ialah karena kurangnya konsistensi layanan, seperti karyawan yang kurang responsif atau tanggap dalam melayani. Terkait rasa makanan yang tercampur dengan makanan lain atau bumbu-bumbu dalam makanan kurang. Selain itu, konsumen merasa tidak nyaman karena tempat kurang bersih, tata letak meja kursi kurang berjarak sehingga menyebabkan pengunjung mengeluh tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, serta suasana rumah makan.

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono” Periode November 2022-Februari 2023

No	Tahun	Bulan	Jumlah
1	2022	November	504
2	2022	Desember	448
3	2023	Januari	432
4	2023	Februari	415

Sumber: Rumah Makan Jati Putra "Pak Yono" 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pelanggan Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono” dalam empat bulan terakhir pada bulan November 2022 sampai Februari 2023 terjadi penurunan jumlah pelanggan. Penurunan paling besar terlihat pada bulan Februari 2023, kondisi yang terjadi pada rumah makan ini disebabkan karena kurang optimalnya kepuasan pelanggan.

Kuliner sangat disukai oleh setiap orang sebab merupakan kebutuhan utama dan sumber kehidupan bagi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Peluang menjadi semakin meningkat, berbagai pilihan produk yang tersedia, dan banyaknya harapan konsumen untuk memenuhi keinginan mereka semakin meningkat. Dalam situasi seperti ini, rumah makan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Rumah makan yang ingin menjadi lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggannya harus dapat menawarkan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya (Ardhy, 2017). Kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana tempat adalah beberapa cara yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas pelayanan dalam bisnis rumah makan dapat didefinisikan sebagai tingkat pelayanan yang dapat diberikan sesuai dengan ekspektasi dan harapan pelanggan atau sebagai ukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2017). Kualitas pelayanan sangat terkait dengan kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan dapat mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang erat dengan rumah makan. Kualitas produk adalah faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan setelah pelayanan yang dihasilkan diterapkan dengan tepat.

Selain itu, kualitas produk dari tempat makan pula dapat sebagai pertimbangan untuk mengunjungi. Kualitas produk merupakan pernyataan tingkat kemampuan berasal suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang dibutuhkan serta menjadi bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia (Assauri, 2015:211). Tempat makan harus memberikan pembinaan kepada para pekerja agar bisa menyajikan makanan

yang berkualitas sehingga membuat pelanggan merasa puas dan tertarik untuk datang kembali ke tempat makan tersebut.

Selain itu ada faktor lain yang berpengaruh terhadap bisnis rumah makan, yaitu suasana tempat. Suasana rumah makan adalah faktor yang sangat penting bagi pelanggan saat memilih tempat makan. Suasana yang nyaman serta asri menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen sebelum menetapkan untuk datang ke rumah makan tertentu. Bahkan tidak sedikit dari konsumen yang lebih menentukan untuk datang di sebuah rumah makan dengan alasan menyukai suasana pada rumah makan yang bersangkutan.

Dari banyaknya rumah makan yang mengalami perkembangan, Rumah makan yang menjadi objek adalah Rumah Makan Jati Putra “PAK YONO” menarik untuk dilakukannya penelitian karena rumah makan ini mempunyai beragam makanan khas lokal Kudus yang mengalami perkembangan cukup pesat. Rumah Makan Jati Putra didirikan pada tahun 1980 dengan konsep rumah makan modern, Haji Mulyono seorang diri membuka usaha makanan dengan mengandalkan cita rasa yang enak.

Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono” berdiri sejak 1980, terletak pada jalan Kresna No. 11, Klentengan, Tanjung Karang, Kecamatan Jati. Rumah Makan Jati Putra terletak di pusat kota sehingga membuat lokasi rumah makan ini mudah diakses. Rumah makan ini dibuka mulai pukul 06.00 WIB dan tutup pada jam 16.00 WIB.

Menurut Sinambela (2011), kualitas pelayanan mengacu pada segala sesuatu yang memenuhi harapan atau kebutuhan konsumen. Adapun pelayanan

yang harus diberikan kepada konsumen misalnya memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan sempurna kepada konsumen, bersikap sopan kepada konsumen, memberikan pelayanan yang handal dengan kemampuan dan kehandalan, serta membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Bahkan hasil penelitian Andaleeb dan Coway (2016) mengungkapkan, kualitas pelayanan sebagai faktor terpenting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Namkung dan Jang dalam Nasir et al (2017) kualitas makanan telah diakui secara luas sebagai bagian penting dari setiap operasi rumah makan, dan memiliki dampak besar pada kepuasan pelanggan. Kualitas produk ialah hal yang perlu mendapatkan perhatian utama, karena kualitas produk akan berhubungan langsung dengan kemampuan rumah makan untuk bersaing serta besarnya keuntungan yang akan diperoleh.

Store atmosfer (suasana toko) artinya kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak toko, dekorasi, serta lingkungan sekitarnya (Lamb dkk, 2001 dalam Ardhy (2017)). Suasana rumah makan juga penting untuk diperhatikan, dengan tata letak ruangan yang menarik dan dekorasi di dalam rumah makan membentuk para konsumen nyaman berada pada dalamnya dan terciptalah kepuasan. Bahkan hasil penelitian Pecotic, Bazdan dan Samardzija (2017) mengungkapkan, bahwa pelanggan bersedia membayar lebih mahal untuk memperoleh kondisi desain interior yang lebih baik.

Berdasarkan adanya uraian di atas maka penelitian yang diambil mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Suasana Tempat**

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Jati Putra “PAK YONO” Di Kudus”.

1.2. Ruang Lingkup

Begitu luasnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Rumah Makan Jati Putra, sehingga untuk menghindari kesalahan pandangan oleh luasnya masalah, ruang lingkup penelitian ini dibatasi :

1. Obyek penelitian pada pelanggan Rumah Makan Jati Putra.
2. Variabel yang diteliti meliputi variabel independen adalah kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana tempat terhadap variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.
3. Responden yang diteliti adalah pelanggan Rumah Makan Jati Putra yaitu pengunjung yang telah melakukan pembelian lebih dari dua kali makan di Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono”.
4. Waktu penelitian dimulai selama 2 bulan setelah proposal di acc.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat penurunan jumlah pengunjung pada bulan Februari 2023. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan yang kurang optimal. Kurang optimalnya kepuasan pelanggan disebabkan oleh karyawan yang kurang cekatan dalam merespon kebutuhan pelanggan. Selain itu, rasa makanan yang kurang konsisten, karena bumbu yang tidak tercampur merata juga mengakibatkan konsumen kurang puas. Tempat yang kurang bersih dan tata letak meja kursi yang kurang berjarak satu sama lain, yang membuat tempat terasa sempit, dan menyebabkan konsumen tidak nyaman.

Berdasarkan uraian di atas pertanyaan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”?
2. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”?
3. Bagaimana suasana tempat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”?
4. Bagaimana kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana tempat berpengaruh secara berganda terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”.
3. Untuk menganalisis pengaruh suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Jati Putra “Pak Yono”.

4. Untuk menganalisis kualitas layanan, kualitas produk, dan suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Jati Putra “Pak Yono”.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi baik itu teoritis dan empiris perihal kualitas layanan, kualitas produk serta suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan yang dipergunakan dalam penulisan penelitian ini. Selain itu, untuk peneliti yang akan datang, penelitian ini bisa menjadi panduan dan referensi untuk penelitian dimasa mendatang pada bidang yang sama.

1.5.2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku bisnis, dapat memberikan saran dan masukan yang berguna untuk pengambilan keputusan dan kegiatan dibidang pemasaran seperti kualitas layanan, kualitas produk dan suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono”. Dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono” sehingga pelanggan melakukan *repeat order* pada Rumah Makan Jati Putra “Pak Yono” di Kudus.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA