

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

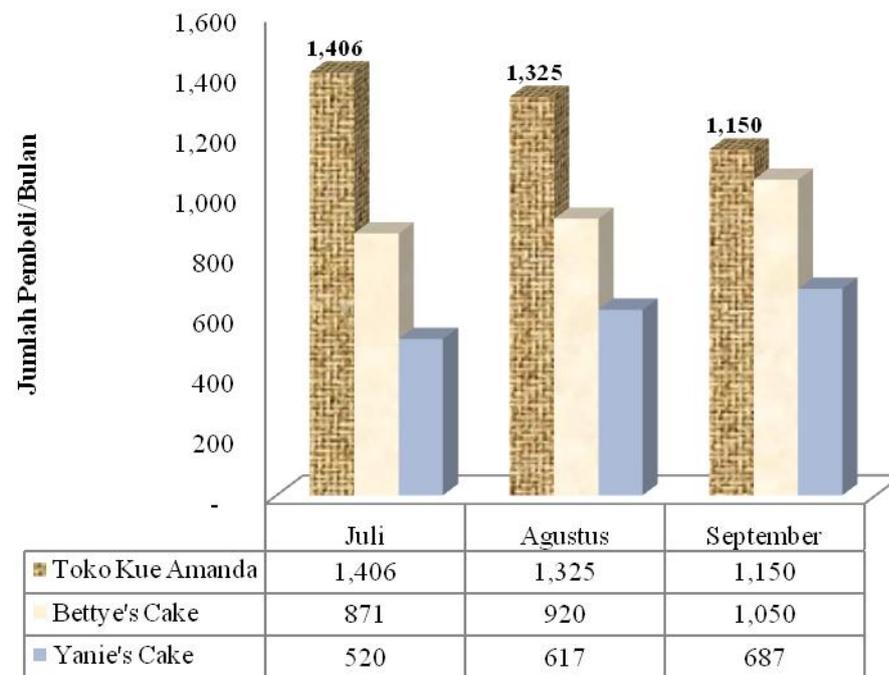
Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia saat berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat dan bertambahnya jumlah penduduk. Seiring dengan pesatnya daya beli masyarakat dalam bidang industri kuliner, banyak perusahaan baru yang timbul dalam memproduksi produk kuliner termasuk didalamnya makanan olahan yang menyebabkan masalah persaingan konsumen dalam bidang makanan, hal ini dapat membuat gerah sebagian pengusaha industri kuliner untuk mengambil inisiatif agar pelanggannya tidak berkurang dan bahkan menciptakan pelanggan baru.

Kondisi seperti ini mengharuskan setiap perusahaan yang bergerak dibidang makanan olahan untuk senantiasa melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati konsumen. Meskipun produk yang ditawarkan lengkap dan bervariasi, bila konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan, harga, dan fasilitas yang ditawarkan maka konsumen akan beralih kepada pesaing. Terkait dengan masalah tersebut, para pelaku usaha khususnya yang bergerak dalam bidang makanan olahan seperti kue berupaya untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumennya agar kegiatan usaha dapat bertahan dalam suasana persaingan yang sangat.

Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang banyak menyediakan beragam produk makanan olahan seperti kue yang tersebar di banyak tempat

strategis di kota tersebut. Saat ini Kota Bandung telah menjadi kota wisata kuliner yang begitu beragam dengan berbagai menu yang menggugah selera. Meningkatnya arus wisatawan ke Kota Bandung, tentunya menjadi peluang yang potensial bagi pelaku usaha makanan olahan untuk meraih pasar. Meningkatnya jumlah pelaku usaha kue tentunya memberikan dampak pada intensitas persaingan yang semakin ketat diantara mereka.

Toko Kue Brownies Amanda merupakan salah satu pilihan makanan olahan dari Kota Bandung yang memiliki ciri khas dengan kualitas produk yang tinggi dan sangat cocok untuk oleh-oleh. Toko Kue Brownies Amanda didukung oleh saluran distribusi yang baik dengan membuka cabang-cabangnya beberapa tempat strategis di Kota Bandung dan salah satu cabangnya berada di Jalan Ir.H Djuanda Bandung. Sepanjang jalan tersebut terdapat beberapa toko kue dan minuman yang terkonsentrasi pada beberapa lokasi khususnya di sekitar wilayah Dago. Selain Toko Kue Brownies Amanda juga ada beberapa toko kue merek lain yang sejenis seperti Battye'Cake dan Yanie's Cake dengan lokasi yang berdekatan. Kondisi ini tentunya menyebabkan tingkat persaingan usaha kue di sekitar lokasi tersebut tinggi. Kondisi persaingan di antara toko kue tersebut terlihat dari rata-rata jumlah konsumen yang datang melakukan pembelian dalam setiap bulannya dan hasilnya dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber : Toko Amanda Jln Dago Bandung

Gambar 1.1
Jumlah Pembeli di Toko Kue Amanda
Periode Juli – September 2016

Gambar 1.1 memperlihatkan bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Toko Kue Amanda mengalami penurunan dari 1.406 orang di bulan Juli menjadi 1.150 orang pada bulan September 2016, sementara toko kue pesaingnya mengalami peningkatan. Kondisi ini dapat menjadi indikasi adanya masalah selain karena persaingan juga dapat menjadi indikasi adanya kekurangan dalam memenuhi harapan konsumen, akibatnya kepuasan konsumen dapat mengalami penurunan. Untuk melihat gambaran kepuasan konsumen, penulis melakukan pra survei terhadap 20 orang konsumen dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Jawaban Responden			
	Memuaskan		Kurang Memuaskan	
	f	%	f	%
Kepuasan konsumen atas suasana toko dan layanan yang dirasakan	8	40	12	60
Kepuasan konsumen mengenai harga yang ditetapkan	9	45	11	55
Rata-rata		42,5%		57,5%
Jumlah Responden = 20				

Sumber : Hasil Prasurvei September 2016

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata responden menyatakan ada pada tingkat kepuasan yang rendah, hal ini ditunjukkan pada jawaban responden yang rata-rata yang menyatakan tidak atau kurang memuaskan sebesar 57,5%. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian kue di Toko Kue Amanda yang berlokasi di Jalan Ir.H Djuanda masih rendah.

Kepuasan itu sendiri sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti *marketing mix* (bauran pemasaran) yang merupakan salah satu alat pemasaran yang sangat diperlukan untuk dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen. Toko Kue Amanda menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process* sebagai alat untuk memasarkan produknya. Hal tersebut dapat dilihat dari pra survey yang dilakukan penulis kepada 20 konsumen yang telah melakukan pembelian dari toko kue tersebut.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran	Pernyataan	Setuju (4)	Kurang Setuju (3)	Skor
Produk	Kualitas rasa kue amanda brownies kukus lebih enak dibandingkan kue sejenis	13	7	73
Harga	Harga kue amanda brownies kukus sangat terjangkau	11	9	71
Promosi	Toko kue amanda brownies kukus melakukan promosi melalui brosur dan poster	14	6	74
Tempat	Lokasi toko kue amanda brownies kukus sangat strategis	11	9	71
Orang	Karyawan toko memberikan perhatian yang sama baiknya kepada setiap konsumen yang datang	8	12	68
Bukti fisik	Fasilitas tempat dan sarana pendukung bagi konsumen sangat memadai dan nyaman	7	13	67
Proses	Proses transaksi pembelian mudah dan cepat	9	11	69

Sumber : Hasil Pra Survey September, 2016

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa unsur bauran pemasaran yang diterapkan oleh manajemen baik dari aspek produk, tempat, promosi dan harga telah digarap dengan cukup baik oleh manajemen akan tetapi implementasi bauran pemasaran jasa menyangkut layanan sarana fisik, SDM (orang) dan proses masih mendapatkan skor terendah dibandingkan unsur bauran pemasaran lainnya. Kondisi ini dapat menjadi indikasi bahwa kualitas layanan dan suasana toko merupakan faktor yang masih belum efektif dalam menjaga kepuasan konsumen. Mengatasi persoalan tersebut, manajemen dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, dimana strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan pelanggannya dan yang tak kalah penting untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan adalah memperhatikan unsur suasana toko yang nyaman dan kualitas pelayanan yang baik.

Suasana toko tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, *store atmosphere* juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Citra toko yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil observasi awal yang dilakukan penulis pada Toko Amanda Brownies Kukus yang berada di Jalan Ir.H Djuanda Dago Bandung masih ada masalah yang muncul terutama menyangkut kemudahan dan kenyamanan fasilitas parkir. Begitu halnya dengan keragaman jenis kue mayoritas responden menyatakan kurang baik atau tidak lengkap.

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang nantinya akan bermuara pada loyalitas pelanggannya. Kualitas pelayanan. Kotler dan Keller (2012) mengaitkan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan memperkirakan bahwa kepuasan pelanggan keseluruhan menjadi positif dan substansial ketika konsumen merasakan kualitas pelayanan yang tinggi, penyampaian pelayanan yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan.

Konsep teoritis di atas dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan siklus pelayanan yang terjadi di Toko Amanda Brownies Kukus pada dasarnya sudah mulai dinikmati oleh konsumen pada saat masuk area toko,

mendapatkan informasi hingga melakukan transaksi pembelian. Masalah terkait dengan pelayanan muncul di Toko Amanda Brownies Kukus terutama berasal dari aspek pelayanan petugas *frontliner*, seperti petugas satuan pengamanan (satpam) yang *over service* sehingga justru membuat pelanggan merasa tidak nyaman. Begitu juga dengan petugas *customer service* yang *skill*-nya tidak bisa mengikuti perkembangan ekspektasi pelanggan yang terus meningkat.

Berdasarkan kondisi-kondisi tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Amanda Brownies Kukus (Suatu Survey Pada Konsumen di Jalan Ir.H. Djuanda Bandung)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen pada produk kue Amanda Brownies Kukus masih rendah
2. Kepuasan konsumen atas suasana toko, layanan dan harga yang ditetapkan masih rendah
3. Ketidakpuasan konsumen pada kualitas pelayanan masih tinggi
4. Ketidakpuasan konsumen pada suasana toko masih tinggi.
5. Ketersediaan dan layanan dari karyawan yang ada belum memadai.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana suasana toko pada Toko Amanda Brownies Kukus
2. Bagaimana kualitas pelayanan pada Toko Amanda Brownies Kukus
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Toko Amanda Brownies Kukus
4. Seberapa besar pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Amanda Brownies Kukus baik secara simultan maupun parsial

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Suasana toko pada Toko Amanda Brownies Kukus
2. Kualitas pelayanan pada Toko Amanda Brownies Kukus
3. Tingkat kepuasan konsumen pada Toko Amanda Brownies Kukus
4. Besarnya pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Amanda Brownies Kukus baik secara simultan maupun parsial

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan :

1. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk dapat lebih mengetahui program mana yang

dapat memberikan keuntungan lebih banyak terutama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan konseptual bagi pengembangan ilmu dan penelitian dalam bidang disiplin ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai suasana toko dan kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen.