

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, perkembangan dalam kehidupan bisnis sangat pesat, dan juga ketat, baik dalam bisnis jasa maupun bisnis non jasa. Dengan adanya persaingan, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen (**Lubis & Andayani, 2017**). Industri makanan (kuliner) saat ini merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat dan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Dari pelaku usaha yang membuka usaha makanan tersebut sebagian besar sudah meraup untung, namun ada juga pelaku usaha kuliner yang *drop out* atau bangkrut karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat atau kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Artinya keberhasilan perusahaan ditentukan dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat dan hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen.

Di era yang berkembang seperti sekarang, industri food and beverage sangat mendominasi di seluruh dunia, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Berdasarkan **laporan Badan Pusat Statistik (2020)**, rata-rata pengeluaran per kapita yang dikeluarkan oleh masyarakat Indonesia untuk makanan yaitu sebesar 49,22% dari total pengeluaran, sedangkan 50,78% lainnya digunakan untuk non-makanan. Badan Pusat Statistik (2021), juga mencatat bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan

(ADHK) sektor industri food and beverage senilai Rp 775,1 triliun. Dampak dari perkembangan industri food and beverage yang terus meningkat dan angka investasi yang tinggi menyebabkan banyaknya restoran di setiap sudut Indonesia khususnya di wilayah kota Bandung. Untuk membedakan restoran dari bisnis restoran lain dan menarik konsumen, ada banyak strategi yang diterapkan oleh entitas ekonomi. Pelaku ekonomi yang ingin berkembang dan bertahan harus menawarkan kepada konsumen produk berupa barang atau jasa yang kompetitif dalam hal harga, kecepatan dan pelayanan yang baik, yang berlawanan dengan kompetitor lain. Strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku industri makanan dan minuman adalah memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.

Layanan berkualitas memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dicapai melalui kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengembangkan dan memadukan program pemasaran yang tepat merupakan salah satu tantangan utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk sukses dalam kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen puas setelah bertransaksi. Hubungan yang baik tercapai ketika perusahaan kuliner mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi sumber informasi yang efektif bagi manajemen untuk meningkatkan pelayanan. Salah satu cara bisnis kuliner memastikan kepuasan pelanggan adalah dengan menawarkan produk berkualitas dan melakukan pelayanan

baik. Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas merupakan insentif bagi pelanggan untuk tetap tinggal bersama perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jika perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan.

Pada saat yang sama, fokus pada kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen semakin meningkat. Kepuasan pelanggan merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran (**Wowor, dkk, 2015**). Menurut **Kotler dalam Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. 2016**, mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha melakukan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Ketika kepuasan pelanggan tercipta, maka pelanggan tersebut akan memberikan dampak yang sangat besar bagi usaha kuliner, hal ini disadari oleh Karnevor.id yang selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik. Kepuasan pelanggan merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan, karena banyak keuntungan dalam menciptakan kepuasan pelanggan yaitu terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan. rekomendasi mulut yang menguntungkan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama karena kepuasan merupakan faktor penentu keberhasilan operasi perusahaan. Jika kualitas produk lebih rendah dari harapan pelanggan, pelanggan kecewa. Jika kualitas memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kualitas melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Kepuasan lebih dapat diperoleh ketika pelanggan membeli produk atau jasa, sehingga biasanya berkaitan dengan faktor

pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan setelah membeli produk atau jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut, misalnya: jumlah staf yang cukup dalam layanan pelanggan dan keandalan staf dalam layanan pelanggan.

Menurut **Tjiptono (2001: 24)** pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan yang diperoleh pelanggan setelah menikmati sesuatu, sehingga terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan banyak manfaat, diantaranya adalah terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya.

Karnevor.id ini merupakan *brand* yang menawarkan layanan *barbeque*, *home service grill* dan *suki*. Karnervor.id berasal dari kota Surabaya, saat ini Karnevor.id kota terbesar dari berbagai kota yang ada di Indonesia, salah satunya terletak di kota Bandung yang baru berdiri pada masa pandemi di awal Januari 2021. Sejarah pertama kali mengenali kata Suki atau di sebut Sukiyaki. Sukiyaki awalnya adalah daging sapi panggang, yang dalam Bahasa Jepangnya yaitu *yaki* dan di atas cangkul besi tebal yaitu *suki*. Sedangkan bagi Indonesia, Suki atau sukiyaki adalah hidangan yang terdiri dari kuah dalam panci besar yang di panaskan di atas kompor yang di sediakan di atas meja makan, nama "*Suki*" lebih identik untuk versi Thailand. Suki ini menggunakan kuah kaldu ayam untuk merebus berbagai isi. Misalnya daging sapi yang diiris tipis, daging ayam, *seafood*, serta perlengkapannya seperti sayuran hijau (*pakcoy*), sawi putih, jamur aneka jenis (*kuping*, *enoki*). Dan karena di Thailand memiliki kuah bercita rasa asam pedas yang di kenal

dengan nama Tom Yam, maka biasanya hidangan suki di tambahkan variasi kuah Tom Yam untuk bersanding dengan kuah kaldu ayam. Selain kuah hangat dan isian yang menggoda selera, suki juga disajikan dengan beragam saus yang menambah selera makan. Ada saus wijen, saus tomat, saus sambal, kecap soya, bawang putih cincang, bawang putih goreng, irisan cabai rawit, dan lain sebagainya (Kenny, 2019). Yang membedakan Karnevor.id dengan kompetitornya adalah layanannya, dimana kompetitor hanya menjual bahan mentah seperti daging, namun Karnevor.id hadir untuk menyediakan sambal, saos, sayuran dan perlengkapan yang diperlukan.

Berdasarkan hasil penjajakan yang peneliti lakukan pada Karnevor.id masih adanya ketidak puasan pelanggan terhadap pelayanan yang tidak dilakukan kepada pelanggan dalam hal ini dilihat sebagai berikut, yaitu :

1. *Service Quality*, terdapat komplain dan keluhan yang diberikan oleh pelanggan dalam penyewaan alat grill yaitu kurang jelasnya intruksi atau petunjuk cara menggunakan kompor portable yang diberikan oleh karnevor.id.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh :

2. *Responsiveness*, Kurang tanggapnya karyawan Karnevor.id yang belum sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan, khususnya dalam pelayanan online, sehingga menghambat pengiriman alat grill pelanggan. Contohnya : Karyawan Karnevor.id yang tidak teliti dalam menyiapkan alat grill sehingga tidak dapat digunakan oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian sebagai berikut : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karnevor.id Kota Bandung.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penelitian akan dicoba mengidentifikasi masalah yang akan dibahas atau diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum Karnevor.id Kota Bandung ?
2. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Karnevor.id Kota Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Karnevor.id Kota Bandung ?
4. Hambatan – hambatan apa saja yang di hadapi di Karnevor.id dalam pelaksanaan kualitas pelayanan dan upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran umum Karnevor.id Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Karnevor.id Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Karnevor.id Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui hambatan – hambatan apa saja yang di hadapi di Karnevor.id dalam pelaksanaan kualitas pelayanan dan upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan pada dasarnya mengandung dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Hasil penelitian ini akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Penggunaan teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan gambaran empiris untuk menguji teori-teori dalam manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait dengan penerapan ilmu teori yang diperoleh selama perkuliahan pada praktik bisnis dan salah satu syarat untuk mengikuti mata kuliah S1 dengan fokus Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

2. Bagi Karnevor.id Kota Bandung

Sebagai kontribusi umpan balik perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya kepada pelanggan, agar terciptanya kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian disajikan sebagai sumber informasi untuk memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian komparatif untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1. Lokasi penelitian

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, peneliti melakukan penelitian pada UMKM Karnevor.id yang beralamatkan di Jl. Garunggang Kulon No.10, Sukabungah, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat.

2. Lamanya Penelitian

Dalam melakukan penelitian di Karnevor.id Kota Bandung ini dari mulai pengumpulan data-data, pengolahan data, hingga pelaporan pada bulan Januari sampai bulan Juni 2023.

