

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan suatu zaman tidak dapat dilepaskan dari kemajuan perdagangan dan teknologi. Bisnis juga merupakan sebuah perantara untuk seseorang memulai usahanya, bisnis sendiri hanyalah sebuah sebutan yang ada didalamnya berupa aspek dan bagaimana suatu perusahaan dijalankan. Bisnis sendiri merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Saat ini, bisnis telah banyak dimana-mana salah satunya yaitu bisnis kuliner. Bisnis kuliner bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan lidah dan juga pencernaan, saat ini bisnis kuliner dinilai mampu melengkapi gaya hidup masa kini. Tidak heran, jika trend industri kuliner mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 1.1

Data banyaknya rumah makan/restoran Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2020.

No	Kabupaten/Kota	Rumah Makan	Restoran
		2020	2020
1	Bogor	47	326
2	Sukabumi	43	21
3	Cianjur	193	42
4	Bandung	93	40
5	Garut	150	10
6	Tasikmalaya	35	2

7	Ciamis	47	5
8	Kuningan	0	6
9	Cirebon	205	52
10	Majalengka	78	3
11	Sumedang	89	2
12	Indramayu	54	0
13	Subang	357	3
14	Purwakarta	84	35
15	Karawang	265	190
16	Bekasi	0	200
17	Bandung Barat	43	152
18	Pangandaran	204	0
19	Bogor	120	78
20	Sukabumi	80	13
21	Bandung	211	263
22	Cirebon	0	178
23	Bekasi	1,325	819
24	Depok	0	1,300
25	Cimahi	38	28
26	Tasikmalaya	111	40
27	Banjar	47	1
Jawa Barat		3,919	3,809

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat (Parbud dalam angka) 2022.

Data diatas merupakan banyaknya tempat makan yang berada di Jawa Barat, salah satunya yaitu Kota Karawang. Perkembangan bisnis industri kuliner terjadi di Kota Karawang. Karena ada beberapa faktor yang mendukung perkembangan bisnis tersebut seperti potensi pasar yang cukup baik karena Kota Karawang merupakan kota yang berkembang dengan banyaknya industri di Kota Karawang dan banyaknya masyarakat yang bekerja sebagai pekerja swasta yang dimana mereka lebih memilih mengkonsumsi makanan diluar rumah yang cenderung lebih praktis. Seiring dengan kemajuan pembangunan di Kota Karawang diantaranya banyak pembangunan pabrik industri, mall besar, hotel, restoran dan yang terbaru yaitu ada Summarecon Villagio Outlet di Kota Karawang. Hal ini yang menjadi salah satu pertimbangan banyaknya para pelaku bisnis yang membuka usaha kuliner.

(Donni, 2017:134) dalam (Syahfitri & Kusnanto, 2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi yang dinamis, yang berhubungan dengan jasa/ produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Untuk memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan diperlukan standar dalam kualitas pelayanan. Standar kualitas pelayanan merupakan pedoman bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan.

Nugroho (2015:162) dalam (Setyo, 2017) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari konsumen tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak konsumen yang merasa puas. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan

konsumen dipenuhi. Sedangkan loyalitas konsumen merupakan adalah ukuran semau apa konsumen melakukan pembelian lagi.

Salah satu kuliner khas Jepang yang sedang meningkat di Indonesia dengan menu utamanya adalah Ramen. Ramen merupakan makanan khas Jepang yang terbuat dari tepung dan dibentuk menjadi potongan mie yang panjang dan memiliki ciri khas tersendiri yaitu dengan cita rasanya yang pedas cocok untuk kalangan anak muda bahkan orang tua yang memiliki rasa penasaran yang baik untuk mencicipi sesuatu yang baru.

Kedai Ramen Hibachi House merupakan salah satu bisnis kuliner makanan khas jepang yang berada di karawang yang berdiri sejak tahun 2020. Kedai ramen hibachi house memiliki rasa yang berbeda-beda tetapi tidak meninggalkan citra rasa pada ramen umumnya yaitu pedas. Namun, pada kedai ramen hibachi house terdapat menu paling best seller yaitu curry yang jenis kuahnya bertekstur kental dan berwarna coklat. Selain itu juga mempunyai citra rasa kuah kari kaya akan rasa rempah yang kuat. Kedai ini sangat disukai oleh masyarakat kota karawang karena memiliki menu yang banyak dan rasa ramen yang berbeda-beda dan tentunya enak serta murah. Di kedai ini pun tidak hanya menjual ramen saja, namun banyak pilihan menu seperti : aneka minuman, chicken bento, beef bento, spicy hot plate ramen, yakiniku hot plate ramen, curry hot plate ramen, sushi, tomato ramen, curry ramen, tomyam ramen, ebi ramen, ramen spicy, chicken rice bowl, beef rice bowl, dori rice bowl, soyu ramen, miso ramen dan dried ramen.

Tabel 1.2

Data penjualan Kedai Ramen Hibachi House selama 6 bulan dari bulan April – September pada tahun 2023.

Bulan	Target	Realisasi	Hasil
April	Rp. 36.800.000	Rp. 26.120.000	70 %
Mei	Rp. 36.800.000	Rp. 25.600.000	69 %
Juni	Rp. 26.400.000	Rp. 20.400.000	77 %
Juli	Rp. 31.600.000	Rp. 23.000.000	72 %
Agustus	Rp. 34.200.000	Rp. 27.680.000	80 %
September	Rp. 36.800.000	Rp. 28.200.000	76 %

(Sumber : Kedai Ramen Hibachi House Selama 6 Bulan)

Data diatas menunjukkan bahwa penjualan pada Kedai Ramen Hibachi House belum mencapai target penjualan yang diinginkan dalam 6 bulan terakhir. Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa setiap bulannya penjualan mendapatkan hasil yang fluktuasi. Pada bulan April jumlah penjualan mencapai 70%. Kemudian pada bulan Mei mengalami penurunan jumlah penjualan turun menjadi 69%. Selanjutnya pada bulan Juni mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu 77%, namun pada target bulan Juni tidak sebanyak target pada bulan sebelumnya. Kemudian pada bulan Juli mengalami penurunan yaitu jumlah penjualan menjadi 72%. Selanjutnya pada bulan Agustus mengalami kenaikan yang cukup tinggi jumlah penjualan sebesar 80%, namun masih sama seperti bulan sebelumnya yang belum mencapai target penjualan pada Kedai Ramen Hibachi House. Kemudian pada bulan September terjadi penurunan kembali yaitu jumlah penjualan sebesar 76%.

Untuk mengetahui lebih dalam fenomena tersebut, maka peneliti melakukan pra-survey pada konsumen kedai ramen hibachi house dengan menggunakan kuesioner. Dalam waktu satu hari pembagian kuesioner, peneliti mendapatkan 30 responden yang merupakan konsumen dari kedai ramen hibachi house. Hasil survey yang dilakukan dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1.3

Hasil Pra-Survey Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jumlah		Presentasi Konsumen Puas	Presentasi Konsumen Tidak Puas
		Ya	Tidak		
1	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada konsumen	6	24	20%	80%
2	Karyawan memberikan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	9	21	30%	70%
3	Konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan	23	7	76,7%	23,3%
4	Kesediaan untuk merekomendasikan harga hibachi house	21	9	70%	30%

(Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2023).

Berdasarkan pada hasil pra-survey pada tabel 1.3. Kesimpulan dari hasil pra-survey tersebut yaitu adanya masalah mengenai kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan di Kedai Ramen Hibachi House. Terdapat adanya konsumen yang merasa karyawan tidak memberikan pelayanan yang cepat dan karyawan memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Tentunya dalam melihat permasalahan tersebut dapat dilihat dari aspek sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dengan memberikan respon konsumen dengan baik, disertai dengan secara cepat dan tepat. Namun, konsumen masih kurang dalam mendapatkan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, sehingga konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Ramen Hibachi House.

Contoh : Kurang tanggap dalam melayani konsumen, sehingga konsumen harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan yang diberikan karyawan dalam menetapkan waktu dan ketepatan layanan.

2. Faktor Emosional

Selain itu, juga pada karyawan yang memberikan pelayanan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini menjadi ketidakpuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan oleh beberapa karyawan kepada konsumen kurang baik, sehingga konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Contoh : Tidak ramahnya karyawan saat melayani konsumen.

Permasalahan tersebut diduga, karena minimnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Ramen Hibachi House yaitu seperti hal – hal berikut :

1. Ketanggapan (*Responsivess*)

Responsivess ditandai dengan kemampuan memberikan respon konsumen dengan baik, disertai dengan respon secara cepat dan tepat. Namun, pelayanan yang diberikan oleh Kedai Ramen Hibachi House terkait hal ini masih kurang, karena konsumen merasa harus menunggu lama saat memesan makanan tersebut.

2. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Jaminan yaitu memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen mengenai kesopanan ataupun pengetahuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya misalnya dengan komunikasi yang baik. Namun pada Kedai Ramen Hibachi House ada karyawan yang kurang ramah dalam memberikan pelayanan tersebut, sehingga konsumen ramen hibachi house merasa kurang nyaman dan belum sepenuhnya menikmati dari pelayanan yang diberikan.

Dari uraian permasalahan diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang?
2. Bagaimana kondisi pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di karawang?
4. Apa saja yang menjadi hambatan dan upaya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka secara umum tujuan dikemukakan diatas tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Untuk mengetahui gambaran umum pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang
2. Untuk mengetahui kondisi pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di karawang

4. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi hambatan dan upaya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Ramen Hibachi House di Karawang

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan juga praktik, diantaranya sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak yang berkepentingan terutama di bidang pemasaran tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, membantu dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh kedai ramen hibachi house. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk terus mengembangkan kualitas pelayanan yang lebih efektif di kedai ramen hibachi house.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pemahaman peneliti, serta menjadi landasan untuk menerapkan teori-teori yang telah disampaikan dalam perkuliahan dan dapat diterapkan ke dalam dunia bisnis.

c. Bagi Pembaca

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman ilmiah bagi pembaca, sehingga dapat diterapkan secara langsung oleh para pembaca yang memiliki usaha.

1.5 Lokasi dan lamanya penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada Kedai Ramen Hibachi House yang beralamat jl Terusan Cikampek – Parakan di Kota Karawang, Jawa Barat.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Adapun lamanya penelitian ini kurang lebih dilakukan selama 6 bulan.

