

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, Mencicipi kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat. Beragam-ragam makanan mudah untuk ditemui didaerah-daerah, salah satu daerah yang terkenal dengan kulinernya adalah kota Medan. Hampir disetiap sudut kota Medan bisa dijumpai pengusaha yang menjajakan makanan dan minuman, mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah, makanya tidak heran jika Medan kerap menjadi kota tujuan wisata kuliner. Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari, karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan tubuhnya sebagai sumber tenaga untuk menjalankan aktivitasnya sehari-hari .

Salah satu kuliner di Kota Medan yang sangat terkenal adalah Mie Aceh. Mie Aceh adalah masakan Mie kuning pedas khas Aceh berbahan Mie kuning tebal dengan irisan daging sapi, daging kambing atau makanan laut (udang dan cumi) disajikan dalam sup sejenis kari yang gurih dan pedas. Mie Aceh tersedia dalam dua jenis, Mie Aceh Goreng (digoreng dan kering) dan Mie Aceh Kuah (sup). Biasanya ditaburi bawang goreng dan disajikan bersama emping, potongan bawang merah, mentimun, dan jeruk nipis. Mie ini bukan hanya digemari oleh masyarakat yang berasal dari aceh saja namun juga diminati oleh etnis-etnis lainnya yang berada di Kota Medan. Peminat makanan ini pun sangat beragam, dari anak-anak, mahasiswa, pegawai, hingga orang tua juga menyukainya.

Daerah Pancing atau jl. Willian Iskandar adalah salah satu wilayah di Kota Medan yang saat ini sedang mengalami kemajuan pesat dibidang kuliner Mie Aceh. Setiap malam di daerah Pancing banyak dijumpai warung kuliner Mie Aceh. Warung jajanan malam ini bukan saja menjadi tempat makan dan minum, tetapi juga telah menjadi *trend* di masyarakat sebagai tempat berkumpul menikmati akhir pekan bersama teman-teman atau keluarga. Pelanggannya juga tidak hanya berasal dari daerah sekitar Pancing saja, ada juga yang berasal dari Tanjung Morawa, Bilal, Krakatau dan daerah lainnya sehingga menambah keramaian pengunjung warung jajanan malam Mie Aceh wilayah Pancing.

Tabel 1.1
Data Pelanggan
Warung jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing

No	Nama Warung Hari	MMTC	Simp.	
			Perjuangan	Rela
1	Senin	100	30	25
2	Selasa	150	30	25
3	Rabu	100	20	20
4	Kamis	150	20	30
5	Jumat	100	20	20
6	Sabtu	300	50	40
7	Minggu	200	30	40
Jumlah		1000	200	200

Ditengah ketatnya persaingan usaha Mie Aceh saat ini, para pengusaha saling berebut untuk memenangkan hati pelanggan. Pengusaha harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan,

salah satu tujuan perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Usaha mempertahankan pelanggan menjadi tantangan pengusaha saat ini karena pelanggan semakin sangat kritis dalam memilih makanan sesuai dengan harapannya.

Menurut Philip Kotler (2005 : 70) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Pengukuran kepuasan konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:143) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu, sistem keluhan dan saran, survey kepuasan konsumen, pembelanja siluman (*Ghost Shopping*), dan tingkat kehilangan pelanggan.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin relasi ikatan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama secara spesifik harapan dan keinginan pelanggan dengan demikian perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang

diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2005). Sedangkan Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Kotler dalam buku Tjiptono & Chandra, 2011:180). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut Tjiptono (2006:69), ada 5 kriteria kualitas pelayanan yang setidaknya harus dipenuhi oleh pengusaha kuliner, sering disebut RATER, yaitu *reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (kepedulian), dan *responsiveness* (daya tanggap). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan memberikan cita rasa yang akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh pelanggan, kepedulian yaitu pelayan harus memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan dan mengerti kebutuhan pelanggan, sedangkan daya tanggap adalah kemampuan pelayan untuk membantu permintaan pelanggan dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak pilihan produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini

semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2006 : 145)

Pengusaha harus meningkatkan pelayanannya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ketempat lain. Dari beberapa pengamatan, pengusaha Warung Jajanan Malam Wilayah Pancing telah berupaya memberikan pelayanan yang baik berupa sajian menu yang menarik dan beragam, harga yang sesuai, menciptakan atmosfer yang menjamin kenyamanan pengunjung dengan cara parkir gratis yang aman dan menjaga kebersihan, menciptakan kesan ramah, memperhatikan kebutuhan pelanggan serta memberikan fasilitas yang memadai bagi pelanggan seperti TV dan kipas penyejuk. Namun yang menjadi pertanyaan adalah apakah peningkatan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak pengusaha Mie Aceh tersebut sudah mampu memenuhi harapan para pelanggan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan?. Karena jika tidak dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan bisa saja berpindah tempat untuk mencari kepuasan yang diharapkannya sehingga seperti apa yang dipaparkan diatas apabila kepuasan pelanggan tidak terpenuhi maka tujuan perusahaanpun sulit untuk tercapai.

Berdasarkan uraian dan pertanyaan diatas, perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut untuk melihat permasalahan diatas lebih ilmiah. Adapun penelitian tersebut akan dijadikan sebagai bahan penulisan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul diatas dapat dirangkum masalah-masalah yang dihadapi oleh pengusaha “Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah pancing” yakni :

1. Apakah pelayanan yang diberikan Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing berkualitas bagi pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan (*Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*) Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing memberi kepuasan seperti yang diharapkan pelanggan ?

1.3 Pembatasan Masalah

Oleh karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga peneliti dan untuk menghindari terjadinya pengembangan masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti, sehingga mencapai tujuan yang diinginkan.

Adapun batasan masalah yang dimaksud berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing”.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan

(*Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*) yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing ? “

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan oleh warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing berkualitas bagi pelanggan?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah pancing?

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak, baik bagi peneliti, pengusaha maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian. Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai pelatihan dalam studi perbandingan antara teoritis yang diperoleh diperkuliahan dengan kondisi nyata.

2. Bagi Universitas Negeri Medan

sebagai bahan masukan ilmu dan informasi pengetahuan yang dapat menambah dan melengkapi bahan bacaan atau literatur di perpustakaan.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sumbangan pemikiran kepada pihak Warung Jajanan Malam Mie Aceh Wilayah Pancing sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menjawab permasalahan dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat mengembangkan usaha tersebut.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, dapat menambah informasi, sumbangan pemikiran dan menambah pengetahuan pembaca mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.