

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya rumah makan yang bermunculan di kota Medan dengan berbagai konsep yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. (Augustine, 2021) Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan atau minuman.

Bisnis rumah makan di kota Medan-Sumatera Utara memiliki perkembangan dan pertumbuhan yang terus meningkat. Untuk mengatasi persaingan antara pelaku bisnis, maka pelaku bisnis harus menentukan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Orientasi pada konsumen itu dilakukan oleh pelaku bisnis dengan membuat inovasi-inovasi yang mampu memberikan kepuasan akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang tidak menyenangkan. Menurut (Kotler dan Keller 2011: 46) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang

diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan puas atau senang. Ketika harapan-harapan konsumen terpenuhi, maka akan tercipta kepuasan konsumen dan jika tidak terpenuhi maka konsumen akan mengalami kekecewaan (Briandy dan Ritzky, 2015).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pemilik bisnis rumah makan untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke tempat yang lain. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai - nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumen. Menurut (Ngandoh,2021) Ada beberapa faktor yang menjadi faktor penting pendorong kepuasan konsumen dalam penelitiannya yaitu harga, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Khususnya dibidang kuliner, faktor-faktor tersebut benar-benar menjadi pendorong kepuasan konsumen.

Pada kesempatan ini, peneliti akan meneliti salah satu Rumah Makan yang ada di Kota Medan yaitu Rumah Makan Minang Sejahtera merupakan salah satu bisnis makanan yang memiliki masakan khas minang lokasinya beralamat di Jl.S.M Raja Km.9 Kec.Medan Amplas. Rumah Makan Minang Sejahtera mempunyai konsep yaitu Rumah Makan yang menyediakan tempat dan fasilitas yang ada.

Rumah Makan Minang Sejahtera ini menyediakan makanan utama yaitu nasi dengan berbagai aneka macam lauk dan terdapat teh dan kopi sebagai minumannya.

Berikut ini adalah tabel data pembeli konsumen pada rumah makan minang sejahtera dalam kurun waktu 5 tahun terakhir;

Tabel 1. 1 Data Pembeli konsumen Rumah Makan Minang Sejahtera dalam Tahun 2018-2022.

No.	Tahun	Jumlah pembeli
1.	2018	20.335
2.	2019	20.050
3.	2020	18.384
4.	2021	17.250
5.	2022	16.560

Sumber : Rumah Makan Minang Sejahtera

Berdasarkan data tabel 1.1. di atas dapat dilihat bahwa jumlah data pembeli konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera mendapatkan pembeli terbanyak pada tahun 2018 sebanyak 20.335 orang lalu pada tahun 2019 jumlah pembeli mengalami penurunan yang mana jumlah pembeli menjadi 20.050 orang sedangkan pada tahun 2020 hingga sampai tahun 2022 yang mana rumah makan minang sejahtera mengalami penurunan pembeli yang cukup drastic. Dimana peneliti melihat bahwa masih adanya ketidakpuasan konsumen pada rumah makan tersebut. Menurut Prasastono & Pradapa (2012:14) menyatakan kemampuan perusahaan memahami kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas menjadi salah satu cara yang bermanfaat untuk meningkatkan jumlah pelanggan bagi perusahaan.

Dalam kualitas pelayanan pun terdapat 5 indikator, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Pada dasarnya pelayanan lebih

mendasar kepada daya tanggap (*responsiveness*) yang diartikan sebagai bagaimana pelayanan yang diberikan pelayan kepada si konsumen, sehingga merasa puas atau tidak kah konsumen tersebut terhadap pelayanan yang diberikan di rumah makan ini. Daya tanggap (*responsiveness*) sendiri pun biasanya berkaitan dengan bagaimana caranya mengusahakan pelanggan tetap terinformasi misal kapan layanan itu akan dilakukan, keinginan si pelayan dalam membantu konsumen, kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen dan bagaimana caranya memberikan layanan yang tepat kepada konsumen. (Alaan: 2016) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jika suatu perusahaan memiliki daya tanggap (*responsiveness*) yang baik maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan observasi awal yaitu wawancara langsung kepada konsumen Rumah makan minang sejahtera dan melihat langsung situasi pelayanan yang ada pada Rumah makan minang sejahtera tersebut yang mana adanya konsumen yang masih mengeluhkan tentang kurangnya daya tanggap (*responsiveness*) dari karyawan rumah makan kepada konsumennya seperti, kurang cepat dan tanggap dari karyawan rumah makan dalam melayani keluhan dari konsumen, lalu konsumen juga mengeluh karena tidak sesuainya makanan yang disajikan dengan yang di pesan oleh konsumen tersebut. Misalnya konsumen memesan menu nasi lauk ayam tetapi yang disajikan adalah nasi lauk ikan, kemudian kurangnya kesigapan dari karyawan rumah makan dalam melayani konsumen seperti waktu penyajian

makanan yang cukup lama. Hal ini tentu saja dapat membuat para konsumen yang membeli merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan tersebut. Oleh karena itu pihak rumah makan harus lebih memaksimalkan mutu pelayanan terhadap karyawannya karena konsumen juga memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan tersebut. Hal ini juga dibuktikan adanya keluhan konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan rumah makan minang sejahtera .



Sumber : Google Ulasan

Gambar 1.1 Keluhan Konsumen mengenai Daya Tanggap (*responsiveness*) pada Rumah Makan Minang Sejahtera.

Lalu pada dasarnya dalam menjalankan bisnis rumah makan, sangat penting memperhatikan kualitas makanan yang akan dijual. Pelanggan pada dasarnya datang ke suatu rumah makan pasti ingin memenuhi kebutuhan utamanya yaitu makan, menikmati makanan yang lezat sesuai dengan apa yang dikorbankannya. Ketika konsumen melakukan pembelian, maka konsumen akan melakukan evaluasi seberapa tinggi harapannya bisa terpenuhi dari produk yang telah diterimanya. Tidak hanya itu ditengah persaingan yang ketat para pengusaha yang membuka

rumah makan harus memberikan suatu keunggulan agar menang bersaing misalnya dari mulai rasa makanan dan minuman sehingga dapat menarik pelanggan datang terus menerus. Cita rasa merupakan cara dalam pemilihan makanan atau minuman yang dibedakan dari rasa itu. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut yang merupakan bagian dari cita rasa yang sama. (Chika Ramadhani, 2019). Jika rumah makan memberikan cita rasa makanan yang maksimal maka konsumen akan merasa puas dan tertarik untuk datang lagi. Kepuasan konsumen juga merupakan unsur penting dalam menjalankan suatu bisnis. Setiap pengusaha dalam bisnis apapun pasti berlomba- lomba memberikan kepuasan untuk konsumennya.

Selanjutnya Makanan merupakan produk utama dari sebuah rumah makan. Lalu pada saat melakukan observasi awal peneliti juga mewawancarai konsumen yang mana masih adanya konsumen complain dan mengeluh bahwa rumah makan minang sejahtera tidak konsisten dalam menjaga cita rasa makanannya yaitu seperti nasi pada rumah makan minang sejahtera berstektur lembek atau keras lalu tidak hanya itu konsumen juga menyampaikan keluhannya terkait rasa makanan yang terkadang berubah-ubah terkadang rasa gulai mereka keasinan lalu menu rendang mereka tidak terasa rempahnya dan berasa manis untuk tampilan gulai yang ada pada rumah makan minang sejahtera terkadang juga terlalu berminyak serta encer dan tidak kental. Adapun ulasan beberapa keluhan konsumen yang tidak puas dengan cita rasa makanan di rumah makan minang sejahtera ini.



Sumber : Google Ulasan

Gambar 1. 2 Keluhan Konsumen mengenai Cita Rasa pada Rumah Makan Minang Sejahtera.

Hal ini tentunya bukan harapan dari konsumen sehingga kepuasan konsumen belum tercapai dengan maksimal, kurangnya kepuasan konsumen atas layanan yaitu daya tanggap (*responsiveness*) dan cita rasa yang diberikan akan membuat para konsumen enggan mengunjungi rumah makan kembali dan tidak bersedia merekomendasikan kepada teman-teman dan pengunjung masih mempertimbangkan rumah makan tersebut sehingga menimbulkan banyak konsekuensi pada pihak rumah makan.

Maka berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk membuat judul penelitian tentang **“Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1. Adanya penurunan jumlah pembeli pada Rumah Makan Minang Sejahtera pada tahun 2018-2022.
2. Kurangnya daya tanggap karyawan Rumah makan minang sejahtera dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
3. Cita rasa pada Rumah Makan Minang Sejahtera belum konsisten dan masih berubah-ubah.

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Maka penulis menetapkan Batasan dan ruang lingkup penelitian, yaitu antara variable Daya Tanggap (*responsiveness*), Cita Rasa dan Kepuasan Konsumen.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?
2. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?
3. Apakah Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan berpengaruh Cita Rasa kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas sebelumnya, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?
2. Untuk mengetahui Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?
3. Untuk mengetahui Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Minang Sejahtera di Amplas?

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai wadah penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Selain itu sebagai sarana meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir ilmiah khususnya yang berkaitan dengan masalah pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat melakukan langkah yang tepat untuk dapat mengatur ulang cara pelayanan rumah makan terhadap konsumen sehingga dapat memperbaiki kekurangan yang ada, dan pihak manajemen mampu menetapkan solusi dan kebijakan perusahaan disamping maraknya pesaing-pesaing di bidang usaha kuliner.

3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan

Menambah literature kepustakaan Universitas Negeri Medan di bidang pemasaran khususnya, tentang Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau bahan literature bagi penelitian lanjutan dan dapat dijadikan acuan atau rujukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut baik mengenai judul yang sama maupun tema yang lainnya.