

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Makan dan minum pada dasarnya adalah salah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang berfungsi sebagai sumber energi untuk melakukan segala aktifitas dan salah satu faktor utama bagi kelangsungan hidup manusia, dengan kata lain tanpa makanan manusia tidak akan dapat bertahan hidup, saat ini seiring dengan perkembangan jaman sudah banyak keanekaragaman makanan yang ada untuk dikonsumsi masyarakat baik itu makanan yang dibuat sendiri maupun makanan siap saji yang disediakan oleh para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner (Damayanti, Pritasari, & Lestari, 2017). Selain kebutuhan biologis yang mendorong keinginan manusia untuk makan, timbulnya selera makan dikarenakan juga karena penampilan dari makanan mulai dari aroma, cita rasa, dan bagaimana cara penyajiannya (Jamaludin, 2016).

Perkembangan usaha kuliner saat ini sangat pesat mulai dari negara-negara maju dan berkembangpun mengikuti perkembangan bisnis usaha kuliner ini, begitu juga di Indonesia pola konsumsi masyarakat akan makanan telah mengalami pergeseran dimana masyarakat lebih senang untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah terutama bagi masyarakat yang sibuk bekerja dan beraktifitas diluar rumah, pola konsumsi masyarakat ini menyebabkan semakin banyaknya usaha kuliner yang menyediakan makanan siap saji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat makan diluar rumah, usaha kuliner terus menunjukkan daya tariknya, pertumbuhan bisnis ini terus mengalami peningkatan yang positif, Pasarnya yang luas mulai merambah pada masyarakat kelas menengah ke bawah hingga kelas atas. Berkembangnya usaha kuliner sering dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, dimana masyarakat

di sibukan dengan pekerjaannya di luar rumah sehingga lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis dan instan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dilihat dari perilaku masyarakat yang semakin berkembang inilah yang menyebabkan usaha yang bergerak di bidang kuliner terbilang sangat menjanjikan (Jamaludin, 2016).

Dalam industri restoran yang sangat kompetitif, menarik pelanggan dengan layanan yang berdedikasi dan makanan yang berkualitas tinggi sangat penting untuk keberhasilan bisnis rumah makan. Memang, bisnis kuliner di Indonesia sangat besar. Namun, banyaknya pemain baru yang bermunculan di bisnis ini jelas akan menimbulkan kompetisi yang makin panas. Jika salah langkah, pengusaha restoran bakal kalah bersaing dan akhirnya gulung tikar. Ada tiga hal yang menyebabkan pengusaha restoran gulung tikar di tengah persaingan yang ketat. Pertama, karena memang makanan yang diujikan tidak enak atau tidak sesuai dengan selera konsumen. Kedua, karena sistem dan manajemen yang tidak bagus. Ketiga, karena lokasi restoran yang tidak strategis. (Prasetyo, 2014)

Kota Jombang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di provinsi Jawa Timur juga mengalami peningkatan bisnis kuliner seperti warung, rumah makan, restoran dan cafe. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang hasil jumlah rumah makan tahun 2018 sebanyak 13, tahun 2019 sebanyak 19 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang, 2019). Menurut pengamatan peneliti banyak rumah makan yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang hampir sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, banyak rumah makan

yang berlomba-lomba menciptakan ciri khas atau keunikan agar memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan.

Rumah makan sagu merupakan salah satu rumah makan yang terdampak karena persaingan bisnis. Dapat di lihat dari tabel 1.1 pendapatan rumah makan sagu mojawarno dalam tiga bulan terakhir mengalami penurunan.

Tabel 1.1 pendapatan rumah makan sagu mojawarno tiga bulan terakhir

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp 50.372.000
2	Februari	Rp 44.973.500
3	Maret	Rp 43.659.000

Sumber Data: Data Wawancara Owner Rumah Makan Sagu Pada Bulan April 2020

Omset yang terus menurun mengakibatkan rumah makan sagu terus menciptakan inovasi baru seperti adanya jasa antar dalam pembelian banyak. Apa bila ada kesalahan pemesanan dari pihak Rumah Makan Sagu maka akan diganti dengan pemesanan yang baru. Serta meningkatkan kualitas makanan seperti daging ayam dan daging bebek di pesan langsung dari peternakan yang terbaik dari resep yang berbeda dan penyajian yang unik dan menarik. Produk unggulan dari Rumah Makan Sagu itu adalah bebek bakar dan ayam goreng sambal pencit yang menjadi ciri khas Rumah Makan Sagu.

Menurut Khusnul dan Ugie (2019), tujuan utama sebuah rumah makan adalah menyajikan dan memberikan pelayanan makanan dan minuman bagi konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan/ laba yang maksimal. Harapan yang dicapai adalah tercapainya kepuasan pelanggan. Disamping mutu pelayanan yang baik dari suatu produk

makanan sangat berperan penting dalam upaya terencapai kepuasan konsumen. Pelanggan yang puas akan memiliki ikatan emosional dan cenderung memiliki loyalitas tinggi terhadap produk. Kesetiaan pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan konsumen dalam membeli produk tanpa mempertimbangkan produk alternatif yang ditawarkan oleh pesaing dan merekomendasikannya. (Sidi, 2018)

Loyalitas pelanggan merupakan wujud hubungan jangka panjang. Untuk dapat bertahan ditengah persaingan, maka perusahaan membutuhkan strategi Loyalitas Pelanggan pemasaran yang baik. Agar perusahaan dapat melanjutkan dan memperluas usaha bisnisnya ada syarat yang harus dilakukan adalah mampu memasarkan produknya agar berhasil dan memperoleh keuntungan, dimana upaya memasarkan produknya dengan maksimal dapat mempengaruhi komponen kebijakan. Widodo (2012) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas. Para konsumen membeli suatu produk bukan karena fisik produk semata-mata tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibeli. Pada era modern ini, loyalitas pelanggan telah menjadi suatu keharusan bagi rumah makan untuk selalu menjaga dan meningkatkannya. Seperti halnya yang diungkapkan Siregar (2014), salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran. Karena dengan Loyalitas Konsumen yang baik perusahaan dapat bertahan di pasar menghadapi kompetitor– kompetitornya di segala situasi pasar. Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan (Caruana, 2012). Loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis dan loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru (Beerli, et al:2014). Kualitas layanan dan makanan pelanggan merupakan kunci dalam

menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yaitu selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 2014).

Pemberian layanan berkualitas tinggi sangat penting bagi keberhasilan organisasi sehingga mereka dapat bertahan dan memperkuat daya saing mereka. Industri restoran belum dibebaskan baik dari peningkatan persaingan atau permintaan pelanggan untuk kualitas layanan yang tinggi. Saat ini, pelanggan memiliki berbagai layanan restoran untuk memilih dari kondisi kualitas layanan memang mempengaruhi keunggulan kompetitif restoran. Secara konvensional, kualitas layanan diyakini sebagai faktor kunci dalam memuaskan pelanggan dan dalam meningkatkan pendapatan serta meningkatkan pasar. Mengingat fakta bahwa saat ini hampir semua perusahaan yang bersaing dalam industri Makanan menawarkan produk serupa, cara terbaik untuk meyakinkan pelanggan untuk menggunakan layanan adalah memiliki kualitas layanan terbaik. Dalam dunia yang kompetitif saat ini, perusahaan menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian mereka, dan kesetiaan mereka adalah kunci untuk mendapatkan keuntungan kompetitif bagi organisasi. Peran dan pentingnya pelanggan berefek langsung pada pertumbuhan dan kelangsungan hidup organisasi di pasar kompetitif dan keuntungan. (Sardi, 2018). Dengan adanya para pesaing, para pelaku bisnis makanan diuntut untuk meningkatkan kualitas makanan yang disajikan dalam rumah makan misalnya dari segi cita rasa, penampilan, kebersihan, dan

kesegaran terhadap makanan yang disajikan guna memenangkan persaingan yang ada.
(Cahaya, 2018)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ramadhanty, Utami dan Azzahra (2019) tentang kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan kedua variabel berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sidi (2018) dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel berpengaruh positif dan signifikan. Menurut Sari dan Yulastri (2020) berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Sagu Mojowarno** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Sagu Mojowarno?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Sagu Mojowarno?

1.3 Tujuan Penelitian

tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Sagu Mojowarno.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan Sagu Mojowarno.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka manfaat penelitian tersebut sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat teoritis

Sebagai pengetahuan untuk pengembangan dan memperdalam ilmu serta menambah literatur mengenai kualitas pelayanan, kualitas makanan, terhadap loyalitas pelanggan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat di jadikan dasar bagi penelitian lain yang tertarik untuk meneliti permasalahan yang sama dan sebagai masukan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Sagu Mojowarno