

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini ditandai dengan makin ketatnya persaingan, salah satunya bisnis di bidang kuliner dimana dapat ditemui berbagai bisnis kuliner mulai dari yang berskala kecil, menengah dan besar. Usaha bisnis kuliner memiliki persaingan yang sangat ketat karena merupakan kebutuhan manusia yang paling utama sehingga menjadi trend dikalangan masyarakat.

Dalam bersaing banyak hal yang dipertimbangkan perusahaan, seperti geografis, distribusi, demografi dan lainnya. Tanpa terkecuali perusahaan PT. Sri Indah Mekar Sejati. PT. Sri Indah Mekar Sejati berdiri pada tahun 2007 yang berlokasi di Komplek Tanah Mas blok M nomor 4, Sei Panas-Kota Batam. Perusahaan yang bergerak dibidang kuliner memiliki persaingan pada segmentasi pasar yang sama. Perseroan ini merupakan usaha franchise restoran “**Bakso Lapangan Tembak Senayan**”. Bakso Lapangan Tembak Senayan merupakan restoran yang tidak hanya menyediakan bakso tetapi juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman lainnya seperti nasi goreng, bihun goreng, mie goreng, bistik sapi dan lain sebagainya. Bakso Lapangan Tembak Senayan memiliki 4 cabang yang berlokasi strategis di Mega Mall Batam Centre, Panbil Mall, Mall Botania 2, dan Waterpark Top 100 Tembesi Batu Aji dengan karyawan sebanyak 62 orang yang tersebar di 4 cabang restoran.

Tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan penelitian dengan perusahaan yang lain menyebabkan perusahaan penelitian harus benar-benar

memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan untuk bersaing di pasar. Dalam upaya mencapai tujuan, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan makanan yang berkualitas dan dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapat keuntungan.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen faktor yang harus dipertimbangkan perusahaan adalah faktor promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk atau jasa secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan *image* yang bagus terhadap suatu produk atau jasa tersebut. Pernyataan ini di dukung oleh (mardizal, 2017:130) Promosi adalah salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan promosi bisa membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap suatu produk yang ditawarkan bisa berubah pikiran dan menjadi tertarik pada produk tersebut. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Dengan adanya promosi diharapkan konsumen melakukan keputusan pembelian baik

untuk yang pertama kali membeli maupun pembelian ulang. Disinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah, karena diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan. Dengan promosi yang baik diharapkan akan terjadi komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemudian dengan adanya komunikasi tersebut diharapkan dapat memperoleh konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Penyampaian promosi yang dilakukan restoran bakso lapangan tembak senayan hanya melalui brosur fotocopy yang tidak berwarna, pengiklanan pertama pembukaan restoran menggunakan media televisi dan hanya menggunakan sosial media facebook sehingga dapat dikatakan jangkauan promosi dari restoran bakso lapangan tembak senayan sempit karena mengingat sosial media bukan hanya facebook sehingga bila penyampaian promosi dilakukan pada beberapa sosial media maka jangkauan promosinya akan menjadi lebih luas. Seperti yang diketahui zaman sekarang semua orang memiliki smartphone , sehingga melakukan promosi di sosial media akan lebih efektif dan efisien.

Untuk mengetahui kuantitas penyampaian promosi restoran bakso lapangan tembak senayan dilihat pada tabel 1.1 sebagai promosi restoran bakso lapangan tembak senayan:

Tabel 1.1 Promosi Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

| Jenis Penyampaian Promosi | Kuantitas |
|--|----------------------------|
| Brosur Fotocopy | 3 Kali/Tahun (2018) |
| Pengiklanan pertama buka restoran menggunakan media televisive | 1 Kali(Opening) Tahun 2016 |
| Sosial media (Facebook) | 2 Kali/Tahun (2018) |

Sumber : Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada tiga jenis penyampaian promosi yang dilakukan oleh restoran bakso lapangan tembak yaitu brosur fotocopy, media televisi, dan sosial media facebook. Kuantitas yang dilakukan untuk brosur fotocopy sebanyak 3 kali. Pembagian brosur fotocopy dilakukan pada tempat keramaian seperti didekat eskalator mall, depan supermarket, dan tempat keramaian lainnya. Untuk pengiklanan pertama buka restoran menggunakan media televisi dilakukan hanya sekali pada saat peresmian dan pembukaan untuk pertama kalinya. Pengiklanan tersebut hanya dilakukan sekali karena tujuan dari restoran hanya sebatas memberitahukan bahwa adanya opening atau pembukaan restoran bakso lapangan tembak di mall tersebut. Penyampaian promosi menggunakan sosial media facebook hanya dilakukan dua kali karena kurangnya karyawan atau admin yang khusus mengelola akun sosial media restoran bakso lapangan tembak, dan oleh karena itu juga penyampaian promosi yang dilakukan hanya pada sosial media facebook padahal seperti yang diketahui bahwa terdapat berbagai jenis sosial media seperti instagram, twitter, dan lain sebagainya. Kemudian kualitas penyampaian promosi yang dilakukan sebagai contoh dapat dibahas brosur yang difotocopy, karena fotocopy otomatis kualitasnya kurang karena brosur yang difotocopy buram, dan kurang menarik konsumen karena berwarna hitam putih sehingga pesan promosi yang ingin disampaikan menjadi kurang tersampaikan.

Selain promosi, kualitas pelayanan sangatlah penting karena pelayanan yang baik menentukan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai

nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Pernyataan ini di dukung oleh (Aswad, Realize & Wangdra , 2019: 79) Kualitas pelayanan adalah tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjual produk atau jasanya ,agar dapat mempertahankan konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang ulang.

Faktor kualitas pelayanan harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan konsumen misalnya pelayan kewalahan dalam melayani konsumen yang datang secara bersamaan pada waktu ramai dan jumlah pelayan yang melayani konsumen pada saat waktu ramai dan waktu sepi sama. Pada saat ramai konsumen ingin melakukan pembayaran terkadang sulit menemukan kasir ,karena kasir juga menjadi pelayan untuk melayani konsumen. Ketika ramai makanan yang di pesan oleh konsumen lambat terhidangkan,sehingga konsumen melakukan komplain. Berikut ini data kualitas pelayanan pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan yang direkapitulasi dari kotak saran:

Tabel 1.2 Data Kualitas Pelayanan Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

| Tahun | Deskripsi Kepuasan Konsumen | Jumlah Komplain |
|----------------|-----------------------------|-----------------|
| 2016 | Kecepatan Pelayanan | 38 |
| | Waktu Makanan di Hidangkan | 45 |
| 2017 | Kecepatan Pelayanan | 44 |
| | Waktu Makanan di Hidangkan | 51 |
| 2018 | Kecepatan Pelayanan | 55 |
| | Waktu Makanan di Hidangkan | 79 |
| Jan – Sep 2019 | Kecepatan Pelayanan | 61 |
| | Waktu Makanan di Hidangkan | 87 |

Sumber: Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2018 hingga bulan september tahun 2019 jumlah komplain terhadap kualitas pelayanan mengalami peningkatan seperti pada tahun 2018 jumlah komplain untuk kecepatan pelayanan sejumlah 55 sedangkan pada bulan januari hingga september tahun 2019 sejumlah 61. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan semakin menurun sehingga dapat mengakibatkan konsumen kurang puas terhadap pelayanan dan pindah ke restoran lain.

Persaingan dunia bisnis yang bergerak di bidang kuliner, kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam mempertahankan suatu perusahaan. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Pernyataan ini di dukung oleh (Hermawan, Basalamah, Djamereng, & Plyriadi, 2017:64) menyatakan kepuasan konsumen telah menjadi bagian dari tujuan

sebagian besar perusahaan dan kualitas layanan untuk perusahaan menjadi sangat penting untuk memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan dan pada akhirnya menambah nilai bagi perusahaan.

Faktor promosi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen mempengaruhi penjualan dari restoran bakso lapangan tembak senayan. Data penjualan restoran bakso lapangan tembak senayan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Penjualan Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

| Periode Bulan | Data Penjualan (Rp) |
|----------------------|----------------------------|
| September 2018 | Rp 581.345.049 |
| Oktober 2018 | Rp 554.483.453 |
| November 2018 | Rp 597.401.857 |
| Desember 2018 | Rp 786.471.912 |
| Januari 2019 | Rp 476.932.180 |
| Februari 2019 | Rp 518.938.754 |
| Maret 2019 | Rp 592.583.811 |
| April 2019 | Rp 533.468.456 |
| Mei 2019 | Rp 453.126.185 |
| Juni 2019 | Rp 579.721.809 |
| Juli 2019 | Rp 527.679.613 |
| Agustus 2019 | Rp 500.250.582 |
| September 2019 | Rp 462.560.125 |

Sumber : Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat diketahui bahwa penjualan restoran bakso lapangan tembak senayan tidak stabil, Bila dilihat dari pertumbuhan ekonomi dan inflasi di Indonesia maka dapat dikatakan penjualan restoran bakso lapangan tembak senayan tidak mengalami peningkatan. Sebagai contohnya sejak september 2018 hingga november 2018 penjualannya stagnan berada diangka 500 jutaan namun mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada bulan desember 2018 yang berada diangka Rp 786.471.912. Pada bulan januari 2019 mengalami penurunan yang cukup signifikan yang berada diangka Rp 476.932.180. Kemudian pada bulan februari hingga september 2019 penjualannya kembali

stagnan berada diangka 400 juta hingga 500 juta. Yang menyebabkan penjualan yang tidak stabil karena promosi kurang menarik dan kualitas pelayanan yang tidak dapat memuaskan konsumen. Penyampaian promosi yang dilakukan cenderung kurang menarik dan kuantitas yang sedikit jumlahnya seperti yang terlampir pada data tabel 1.1 serta penjelasan mengenai promosi yang kurang kuantitas maupun kualitasnya. Kemudian kualitas pelayanan yang menurun dapat dilihat dari data tabel 1.2 yang menjelaskan bahwa tingkat komplainan konsumen terus meningkat pada setiap tahunnya sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan restoran bakso lapangan tembak mengalami penurunan sehingga dapat dikatakan bahwa kedua faktor ini yang menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen saat mengunjungi restoran yang menyebabkan penjualan yang tidak stabil dan terus menurun.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan** ”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sebagai identifikasi masalah nya adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kuantitas dan kualitas penyampaian promosi yang dilakukan oleh restoran sehingga mempengaruhi penjualan.
2. Jangkauan promosi restoran bakso lapangan tembak tergolong sedikit.

3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran terdapat komplainan dari konsumen.
4. Kualitas pelayanan ketidakpuasnya konsumen disebabkan sulitnya untuk melakukan pembayaran karena kasir yang sedang bertugas harus merangkap tugas menjadi pelayan saat *weekend* atau hari libur.
5. Ketidakpuasan yang dialami konsumen menyebabkan komplain dari konsumen yang meningkat dari tahun ke tahun.

1.3. Batasan Masalah

Untuk meminimalisir waktu dan biaya, maka perlu dilakukan pembatasan masalah dengan maksud agar pembahasan dapat lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang melebar, maka dalam penelitian ini akan dibatasi pada pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Objek penelitian ini akan dibatasi pada kegiatan sebagai berikut :

1. Variabel yang akan dibahas pada penelitian ini adalah Promosi dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen, dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.
2. Objek pada penelitian ini adalah konsumen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan?
3. Apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Untuk mendukung teori yang didapat oleh penulis dan mendukung penelitian sebelumnya mengenai variabel yang diteliti, dan di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan manfaat bagi dunia pendidikan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran, melalui pendekatan dan metode-metode yang digunakan, terutama pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan datang.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh dan mampu diterapkan di dunia kerja.
2. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dalam pemikiran serta kajian dalam penelitian.
3. Bagi pemilik usaha, sebagai bahan masukan pada Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan dan memberikan perhatian dalam hal promosi dan kualitas pelayanan sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.

4. Bagi Universitas, sebagai bahan referensi dan pustaka bagi yang berminat melakukan penelitian dengan variabel yang sama.