

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner sekarang menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, khususnya dalam penjualan makanan dan minuman karena makanan dan minuman adalah kebutuhan primer yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup. Masyarakat mampu menciptakan produk makanan dan minuman yang unik dengan resep rahasia dan menarik guna bersaing dengan produk makanan dan minuman lain. Produk makanan dan minuman tersebut dipasarkan dengan berbagai cara agar dapat menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berbagai tujuan perusahaan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan adalah menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan memperoleh keuntungan besar bagi perusahaan, serta mencegah pelanggan berpindah ke produsen lain. Perusahaan beranggapan bahwa dorongan seorang pelanggan untuk melakukan pembelian di antara berbagai jenis produk maupun jasa didasari kualitas tinggi, harga terendah dan layanan yang diberikan oleh perusahaan (Jorie, Mandey, & Ongoh, 2015: 583).

Perusahaan yang bergerak di bidang penjualan makanan dan minuman sangatlah penting dalam menjaga kualitas produk, harga, fasilitas, maupun kualitas pelayanan. Ini merupakan tantangan yang dihadapi setiap perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan hal-hal yang

mempengaruhinya. Beragam menu dengan harga terjangkau serta memberikan fasilitas dan layanan berkualitas tinggi yang diharapkan dapat menghadirkan kepuasan pelanggan. Fasilitas yang baik dalam bidang ini bisa berupa tempat duduk nyaman, meja kokoh tidak bergoyang, kondisi alat makan, piring dan mangkok bersih, sendok dan garpu bersih, kondisi gelas dalam keadaan baik tidak pecah ataupun retak, kondisi gelas bersih, air yang digunakan bersih dan tidak berbau, tersedia penunjang peralatan makan (tempat tisu), tempat sampah, tempat cuci tangan, kebersihan toilet/kamar kecil, akses internet gratis, tempat parkir aman, desain interior yang menarik, tersedia hiburan (musik/pemandangan) yang menarik perhatian disekitar. Kualitas pelayanan yang baik merupakan cepat dalam tanggapan, pelayan bersih dan rapi, sopan dan terampil. Apabila fasilitas dan kualitas pelayanan dari perusahaan yang kurang mendukung, maka akan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung. Fasilitas yang menarik rapi, dan mendukung tentu merupakan alasan bagi pelanggan untuk memilih perusahaan ini dan akan membawa efek yang baik yaitu kepuasan pelanggan yang lebih senang dan meningkatnya pengunjung yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Pelanggan akan tetap memilih perusahaan sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang mereka peroleh tentang fasilitas dan pelayanan yang tersedia. (Syahsudarmi, 2020: 3)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang dapat memberikan kemudahan, keamanan, kenyamanan, dan kepuasan dalam menjalani usaha yang bergerak di bidang jasa maupun

produk, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat pelanggan secara langsung. Fasilitas dapat berupa bangunan yang timbul karena adanya daya tarik utama yang merupakan fasilitas primer. Fasilitas yang timbul karena adanya daya tarik antara lain fasilitas pengunjung. (Meilinda & Ratnasari, 2017: 39).

Kualitas layanan adalah segala sesuatu yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan tertentu. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memberikan kualitas pelayanan yang menguntungkan dan harmonis, karena kualitas pelayanan yang harmonis dapat mendorong semangat pelanggan untuk tetap setia terhadap perusahaan tersebut (Ahmaddien & Widati, 2019: 1). Fokus kualitas layanan adalah upaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam sebuah perusahaan, kualitas layanan merupakan bagian penting dari persepsi konsumen. Dalam kasus pelayanan murni, kualitas layanan adalah elemen utama dalam evaluasi konsumen. Apabila jasa perusahaan yang diterima melebihi ekspektasi konsumen maka kualitas jasa perusahaan dianggap baik dan memuaskan, apabila jasa perusahaan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa perusahaan dianggap buruk. Umumnya, tingkat layanan yang lebih

tinggi akan mengarah pada kepuasan yang lebih tinggi dan pembelian berulang yang lebih sering (Rasmansyah, MM. & Furi, 2018:4).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu fokus utama dalam menjaga perusahaan agar dapat melanjutkan aktivitas perdagangan. Kepuasan pelanggan tergantung pada setiap level yang didapat. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara fakta yang diperoleh dengan harapan konsumen. Apabila barang dan jasa yang dibeli konsumen memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, begitu pula sebaliknya (Sudaryono, 2016:78).

PT Teno Sukses Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan besar makanan dan minuman lainnya ataupun yang sering di sebut restoran/*Food Market* dan perdagangan eceran tas, dompet, rancel, koper dan sejenisnya. PT Teno Sukses Abadi memiliki sebuah *food market* yang berlokasi di Fanindo Sanctuary Garden Lot Nomor 02-J Jalan Ahmad Yani, Kel.Teluk Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Prop. Kepulauan Riau bernama “*Pandora Food Market*”. PT Teno Sukses Abadi adalah salah satu perusahaan yang unik di kota batam karena tempat yang digunakan untuk para tenant tersebut menggunakan konsep kontainer yang terdiri dari 20inci dan 40inci. Kontainer dengan ukuran 20inci terdapat 4 kontainer yang dimana 1 kontainer memuat 2 tenant dan kontainer dengan ukuran 40inci terdapat 2 kontainer yang dimana 1 kontainer memuat 4 tenant, total tenant yang ada di PT Teno Sukses Abadi sebanyak 14 tenant dan 1 Kontainer di gunakan untuk penjualan minuman. PT Teno Sukses Abadi

menjual minuman dan makanan seperti ayam geprek, nasi goreng, mie goreng, bebek goreng, soto, stik ayam, burger, sate ayam, dimsum, pancake, gorengan, makanan jepang dan lain sebagiannya.

Keadaan yang terjadi pada saat ini adalah berkembangnya tujuan orang datang ke pujasera atau yang sering disebut *Foodcourt*, mayoritas individu yang berdatang ke pujasera hanya berkumpul semata, menyelesaikan tugas kuliah, melepas lelah, ataupun melakukan meeting dengan klien. Tentu mereka memilih tempat yang santai serta aman untuk melakukan diskusi. Oleh itu perusahaan kami membuat penawaran beragam kenyamanan, agar orang yang berkunjung memperoleh kepuasan pada satu tempat misalkan pendatang antusias terhadap hiburan yang tersedia dipujasera itu sembari hidangan yang sudah tersedia serta membuat tugas.

Berikut merupakan jumlah data pelanggan antara bulan Januari 2020 - Juni 2020 pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Data Pelanggan PT Teno Sukses Abadi,2020

BULAN	Jumlah Pelanggan
JANUARI	7.984
FEBRUARI	7.496
MARET	8.128
APRIL	7.922
MEI	7.513
JUNI	7.322
TOTAL	46.365

Sumber : PT Teno Sukses Abadi 2020

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa pelanggan di PT Teno Sukses Abadi mengalami kenaikan dan penurunan pelanggan. Pada bulan Januari jumlah pelanggan sebanyak 7.984 pelanggan, dan pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 7.496 pelanggan, kemudian pada bulan Maret

mengalami kenaikan yang signifikan menjadi 8.128 pelanggan di karenakan pada bulan Maret, PT Teno Sukses Abadi mengadakan kompetisi antar tim yang merupakan sasaran dari kalangan pemuda untuk berkunjung. Pada bulan april sampai bulan juni, dimana 3 bulan ini mengalami penurunan pelanggan secara konsisten. Menurunnya jumlah pelanggan sebagian besar dikarenakan ketidakpuasan pelanggan terhadap fasilitas dan kualitas layanan yang diberikan oleh PT Teno Sukses Abadi. Pada hasil observasi yang dilakukan, terdapat beberapa faktor yang menjadi masalah pada PT Teno Sukses Abadi yaitu kendala kenyamanan pelanggan terhadap keramaian di setiap akhir pekan yang membuat suasana di tempat makan menjadi pengap dikarenakan kurangnya udara segar. Selain dari itu, Kurangnya inisiatif pada pelayan PT Teno Sukses Abadi mengecewakan pelanggan di karenakan keterlambatan dalam melayani pelanggan yang datang ke tempat. Kejadian seperti ini seakan-akan membuat pelanggan merasa bahwa pelayanan di PT Teno Sukses Abadi tidak menghargai pelanggan tersebut. Hasil observasi ini diambil dari data komplenan di bulan januari sampai bulan juni 2020.

Secara tidak langsung, pelanggan yang terabaikan dapat menurunkan jumlah pelanggan yang berkunjung ke perusahaan ini. Perusahaan yang menjual makanan dan minuman harus selalu menjaga fasilitas yang di berikan dan bahkan kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan agar mendapatkan reputasi yang baik dari pelanggan lama maupun pelanggan baru perusahaan ini. Jika perusahaan memberikan fasilitas yang kurang memadai dan kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka

nama perusahaan akan tercemar. Jika kepuasan pelanggan terus menurun maka omset perusahaan juga akan ikut menurun dan akan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi baik secara simultan atau parsial oleh fasilitas dan kualitas pelayanan. Dengan meningkatkan fungsi fasilitas dan kualitas pelayanan, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Syahsudarmi, 2020:58)

Berdasarkan tabel dan uraian yang ada diatas ini peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dengan pengaruhnya fasilitas dan pelayanan dari perusahaan tersebut. Maka peneliti merumuskan untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai **“PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT TENO SUKSES ABADI DI KOTA BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Kurangnya udara segar dikarenakan ramai pengunjung,
2. Terdapat keluhan pelanggan mengenai kamar kecil yang penerangan kurang terang,
3. Kondisi lantai kamar kecil yang masih bersemen hitam,
4. Kurangnya pelayanan di karenakan lambat dalam melayani pelanggan yang datang ke tempat.

1.3. Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini agar menghasilkan informasi yang tepat dan mendalam antara lain :

1. Fasilitas (X1) : mencakup pertimbangan/perencanaan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna, pesan–pesan yang disampaikan secara grafis dan unsur pendukung.
2. Kualitas Pelayanan (X2) : mencakup kehandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan bukti langsung.
3. Kepuasan Pelanggan (Y) : mencakup terpenuhinya harapan pelanggan, selalu menggunakan produk, merekomendasi ke orang lain, loyalitas, reputasi yang baik.
4. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan PT Teno Sukses Abadi pada bulan Desember 2020.

1.4. Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikemukakan disimpulkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi ?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi.
3. Untuk menganalisis apakah fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Teno Sukses Abadi.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan masukan kepada perusahaan agar dapat mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami oleh perusahaan. Perusahaan harus bisa memberi solusi bagaimana agar pelanggan tetap setia dan kembali lagi ke perusahaan ini, bagaimana caranya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya pada perusahaan yang lebih baik dari sebelumnya dan juga mencari solusi agar tetap mempertahankan bagaimana agar fasilitas di perbaiki lebih baik. Jika masalah tersebut dapat diatasi maka perusahaan juga yang akan mendapatkan nama baik mereka di hadapan orang. Perusahaan juga harus memasang strategi yang tepat dan benar agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapai targetnya.

1.6.2. Aspek Praktis

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai panduan dalam pemecahan masalah perusahaan untuk mencapai tujuan bersama dan berguna

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai tujuan bersama dalam perusahaan, karena dengan adanya pelayanan yang sopan dan cepat dari perusahaan maka dapat meningkatkan penjualan yang lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi media belajar yang tepat untuk menyusun dan menentukan metode program pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Peneliti berharap dengan adanya peneliti ini dapat menjadikan motivasi kepada teman-teman diluar sana dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai kualitas pelajaran yang berharga. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu kalian yang sedang membutuhkan informasi.