

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis sudah semakin sangat pesat dan dapat kita temukan dimana-mana. Dunia bisnis yang sangat mudah untuk kita temukan ada di bidang kuliner yang semakin meningkat. Pola hidup masyarakat yang sering mencari makanan di luar rumah, masyarakat yang lebih memilih restoran cepat saji (*fast food*) karena di nilai lebih praktis, masyarakat yang semakin jeli dan tertarik untuk lebih memilih-milih makanan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan pertumbuhan bisnis di bidang kuliner. Kuliner ataupun makanan tidak akan pernah habis untuk menjadi pembahasan dalam kehidupan sehari-hari, makanan yang sejatinya merupakan kebutuhan primer yang setiap harinya manusia selalu membutuhkannya.

Bisnis makanan dan minuman ini menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis, karena selain dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Jadi, di manapun dan kapanpun, masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan. Banyaknya restoran *fast food* yang berada di kabupaten Bogor membuat para pelaku bisnis bersaing dengan restoran *fast food* yang lain. Persaingan tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan bisnis. Untuk memenangkan persaingan bisnis maka restoran *fast food* harus tetap menjaga kualitas pelayanannya. Menurut Idrus, S.A. (2019:1) perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus bisa menyajikan produk yang baik dan bermutu dengan nilai jual yang mampu bersaing dengan pasaran, penyerahan produk yang jauh lebih cepat, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Menurut Atmadjati, A. (2018:21) mengatakan bahwa pelanggan sangat ingin keberadaannya dihargai atau dilayani dengan sebaik mungkin oleh perusahaan. Itulah

sebabnya kualitas pelayanan sangat penting untuk pelanggan menjadi puas. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya adalah dengan produk yang *higiene* dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik.

Bisnis kuliner yang banyak ditemukan saat ini adalah restoran cepat saji (*fast food*). Salah satu restoran cepat saji *fast food fried chicken* yang berada di Kabupaten Bogor adalah Chick N Tea Dramaga Bogor. Chick N Tea sendiri berasal dari kata Chicken dan Tea yang berarti *fried chicken* atau ayam goreng *crispy* dan es teh sesuai dengan tagline nya yaitu “Jagonya Ayam dan Es Teh”. Chick N Tea sudah menjadi *top of mind* di daerah Dramaga Bogor dan menjadi lebih berkembang karena dikenal oleh masyarakat bahkan sudah memiliki 7 outlet. Diantara nya Chick N Tea Dramaga, Chick N Tea Babakan Tengah, Chick N Tea Caringin, Chick N Tea Sindang Barang, Chick N Tea Sirna Galih, Chick N Tea Pakuan dan cabang terbaru Chick N Tea Babakan Raya Dramaga yang sudah *Grand Opening* pada tanggal 19 Maret 2022.

Pusat Chick N Tea terletak di Jl. Raya Dramaga – Bogor No.KM. 7, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680. Chick N Tea menawarkan berbagai macam menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau tetapi produknya berkualitas dan pelayanan nya juga prima sehingga cocok bagi mahasiswa, pekerja kantoran maupun masyarakat lainnya yang tidak memiliki banyak waktu untuk istirahat makan. Branding Chick N Tea ini sudah *number one* dibenak masyarakat sekitar, jadi kalau orang mencari *fried chicken* pasti *top of mind* nya Chick N Tea saja.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini untuk membuat minat beli ulang para konsumen). Chick N Tea selain menyajikan berbagai macam varian menu makanan dan minuman, tempatnya yang nyaman serta pelayanannya yang ramah. Di sisi lain juga terdapat beberapa kompetitor yang memiliki produk yang sama seperti D’besto dan Sabana (*low price*) MC Donald’s dan KFC (*high price*) sehingga banyak pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih restoran tersebut. Pihak manajemen Chick N Tea Dramaga Bogor berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, yaitu kualitas pelayanan. Oleh karena itu berhasil tidaknya bisnis kuliner dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pelayanan terbaik yang diberikan

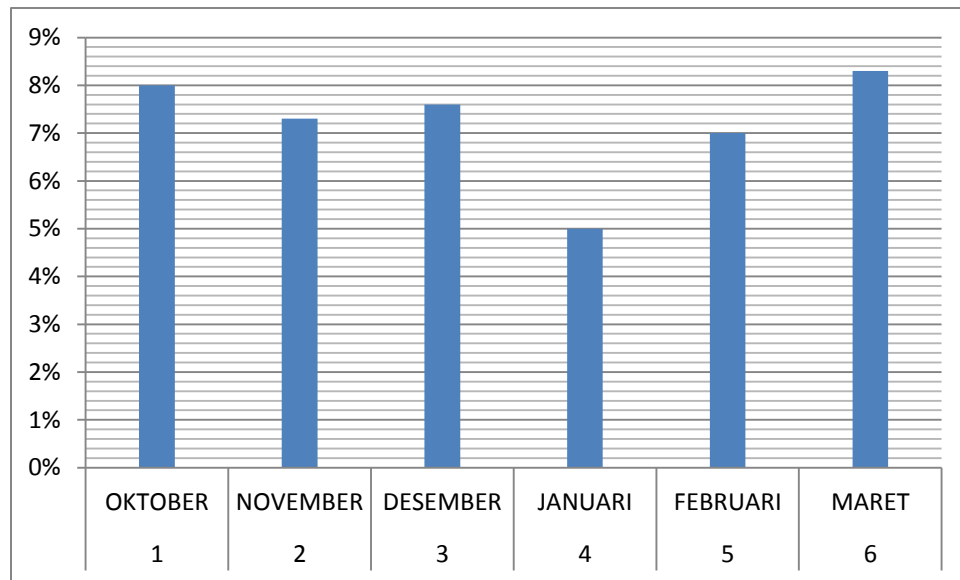
kepada pelanggan. Namun fakta yang terjadi di lapangan masih ada pelanggan yang mengeluhkan kualitas pelayanan Chick N Tea Dramaga Bogor seperti pada ulasan di *google maps* berikut ini.



Gambar 1.1. Ulasan Pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor
Sumber: Google Maps (2022)

Bagaimanapun prosedur produksi dan pemasaran telah dijalankan dengan cukup baik, tetapi kenyataannya penjualan di Chick N Tea Dramaga Bogor terjadi fluktuasi pada beberapa bulan terakhir dimana secara prosentase, hasil penjualannya pun menunjukkan naik turun yang sekaligus menunjukkan masih rendahnya loyalitas pelanggan. Berikut adalah tabel rata-rata volume penjualan per Oktober – Maret 2022 data penjualan Chick N Tea Dramaga Bogor.

Tabel 1.1. Presentase Penjualan Chick N Tea Dramaga Bogor



Sumber: Chick N Tea Dramaga Bogor, hasil penjualan tidak dipublikasikan

Pada Tabel 1.1. di atas menunjukkan adanya penurunan secara drastis dari bulan Januari dan berhasil naik lagi di bulan Februari. Hal ini disebabkan karena dampak dari musibah yang tengah terjadi di Indonesia pada saat ini. Covid-19 menjadi faktor terjadinya penurunan pendapatan perusahaan. Dengan adanya ketentuan *lockdown* dan sistem ganjil genap dari pemerintah, yang mayoritas pelanggan nya yaitu mahasiswa kampus IPB pada beberapa bulan terakhir menjalankan perkuliahan *daring* di rumah dan banyak masyarakat yang di rumahkan menyebabkan pendapatan perusahaan menurun drastis.

Penurunan data hasil penjualan baik dilihat dari omzet penjualan, jumlah pengunjung maupun rata-rata transaksi setiap pelanggan seperti data penjualan di atas membuktikan bahwa saat ini daya beli masyarakat juga mengalami penurunan. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa kemungkinan besar pelanggan yang masih setia melakukan pembelian di Chick N Tea Dramaga Bogor adalah para pelanggan yang sudah loyal dengan Chick N Tea Dramaga Bogor sehingga walaupun daya beli sedang mengalami penurunan namun mereka tetap setia untuk melakukan pembelian.

Namun jika melihat omzet penjualan, jumlah pelanggan dan besarnya rata-rata pembelian mengalami penurunan hal tersebut sekaligus membuktikan bahwa jumlah pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor juga mengalami penurunan, sehingga perlu dicari tahu berbagai hal yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah loyal tersebut.

Berdasarkan tabel 1.1. serta uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan N Tea Dramaga Bogor mengalami penurunan yang secara langsung maupun tidak langsung turut mempengaruhi jumlah pembelian yang ada. Guna mengetahui lebih lanjut mengenai faktor penyebab menurunnya loyalitas pelanggan tersebut maka peneliti telah melakukan kegiatan observasi dan didapatkan beberapa hal yang diduga menjadi faktor penyebab menurunnya tingkat loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor.

Diantara sekian banyak hal yang diduga menjadi faktor penyebab menurunnya tingkat loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelanggan merasa masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan yang penulis lihat secara langsung di lapangan maupun keluhan di ulasan *google maps* itu penulis duga menjadi faktor yang paling utama menyebabkannya penurunan loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor**. Harapannya dengan diadakannya penelitian tersebut, maka dapat diketahui dengan pasti apakah memang benar kualitas pelayanan berpengaruh atau tidak terhadap loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor. Kalau pun berpengaruh maka dapat diketahui juga seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tersebut terhadap loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan secara langsung di Chick N Tea Dramaga Bogor, maka berbagai identifikasi masalah yang penulis dapatkan, dapat penulis sampaikan seperti di bawah ini, yaitu:

1. Kurangnya rasa empati para karyawan terhadap pelanggan yang terkadang membuat pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan yang ada.
2. Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan masih kurang khususnya terkait dengan kecepatan dalam melayani serta ketanggapan setiap karyawan akan apa yang dibutuhkan pelanggan.
3. Disamping itu pelanggan menunggu antrian terlalu lama dikarenakan kasir hanya ada satu, sedangkan karyawan lain terlihat *free* karena masih menunggu list pesanan dari kasir.

4. Masih terlihat bekas makanan pelanggan berada di meja makan, yang membuat pelanggan yang baru datang tidak nyaman ketika memilih meja tersebut.
5. Hasil penjualan selama enam bulan yang menunjukkan tren menurun sebagai bentuk masih rendahnya loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Chick N Tea Dramaga Bogor menunjukkan bahwa masih banyak terdapat masalah yang ada. Guna mencegah melebarnya penelitian dan karena keterbatasan yang penulis miliki maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapan penulis juga agar pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Judul penelitian adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor.
2. Penulis menggunakan kualitas pelayanan sebagai variable independent tanpa memecahnya atas masing-masing unsur dari dimensi kualitas pelayanan itu sendiri.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pelayanan yang diterapkan di Chick N Tea Dramaga Bogor?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan yang dijabarkan pada rumusan masalah, maka tujuan yang akan diraih dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh atau tidak terhadap loyalitas pelanggan Chick N Tea Dramaga Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan atau informasi bagi pihak manajemen dan pimpinan perusahaan, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Chick N Tea Dramaga Bogor sehingga dapat ditemukan kebijakan yang dapat diambil dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di masa yang akan datang.

2. Bagi institusi

Dapat menjadi acuan dan bahan pembelajaran serta referensi bagi civitas akademis khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dan civitas akademis lainnya dalam melakukan penelitian dengan judul atau materi yang relevan.

3. Bagi penulis

Dapat menjadi tambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat dalam peningkatan kompetensi penulis khususnya dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan tugas akhir ini dikelompokkan menjadi beberapa bab maupun subbab. Bab maupun subbab tersebut selanjutnya akan diuraikan satu persatu dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah yang ada di Chick N Tea Dramaga Bogor tersebut, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan tugas akhir, beberapa

literatur yang berhubungan dengan penelitian, kerangka konseptual dan hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.