

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang kita jalani saat ini kompetisi dalam dunia bisnis sedikit ketat. Tidak bisa dilihat bahwa dunia ini akan perubahan terus-menerus. Karena itu, tidak ada kata tambahan yang bisa digunakan selain menyesuaikan dengan perubahan yang dilakukan dalam persaingan, kepuasan konsumen merupakan kondisi penting yang seharusnya dipenuhi baik oleh perusahaan besar maupun kecil agar dapat bersaing dipasar. Menurut Kasali, (2019), Kebutuhan konsumen akan dipenuhi dengan kedudukan lebih besar, lebih baik dalam segala hal, dan menawarkan layanan yang unggul yang mendorong produsen dan pemasok untuk memberikan keuntungan yang diterima. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi kebahagiaan konsumen. Jika pelanggan memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai harapannya, maka mereka akan merasa puas.

Proses persepsi kualitas oleh konsumen dimulai dengan mengumpulkan dan mengategorikan ciri-ciri produk secara intrinsik dan ekstrinsik. Ciri-ciri instrinsik meliputi produk seperti penyajian produk, penampilan, bentuk dan varian rasa. Sebaliknya ciri-ciri ekstrinsik tentang produk tertentu yang terkait dengan harga, merek, cap dan kualitas. Menurut Heinio (2017), Penentuan persepsi adalah tujuan dan motivasi konsumen untuk mengkonsumsi. Pandangan pelanggan terhadap kelengkapan roti dari segi citra rasa dan bentuk, kualitas dan pelayanan. Dengan kata lain, atribut produk adalah prinsip mendasar yang harus dicapai tinggi untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan sepenuhnya. Menurut Engel et al, (2017), pengetahuan tentang produk mencakup pengetahuan tentang kategori dan jenisnya, atribut atau karakteristiknya, kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik. Konsumen yang merasa puas dengan produk, layanan, atau barang, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada konsumen lain perihal pelayanan menyenangkan yang dirasakannya.

Toko roti Khasanah merupakan usaha yang bergerak dibidang *cake* yang menjual berbagai macam jenis kue seperti bolu ulang tahun, brownies dan roti

dengan berbagai macam citra rasa yang berbeda. Sistem pelayanan toko roti khasanah yaitu *first in first out* artinya konsumen yang datang lebih dulu akan dilayani lebih cepat sesuai dengan kedatangan. Produk roti merupakan produk halal dan aman untuk dikonsumsi. Roti merupakan produk pangan yang disukai oleh kalangan masyarakat, hal ini mendorong bertumbuhnya bisnis makanan. Ada banyak produsen yang menjual roti dapat menyebabkan persaingan usaha, karena ada banyak pilihan roti bagi konsumen, usaha yang memiliki konsep pemasaran dengan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen harus memahami kebutuhan pelanggannya. Setiap konsumen memberikan persepsi atau sikap yang berbeda terhadap sifat-sifat yang terkait dengan produk roti. Persepsi manusia menentukan kecenderungan, keputusan dan sikap. Pilihan makanan bergantung pada kesukaan dan keyakinan konsumen. Keyakinan adalah pemahaman kognitif konsumen, menghubungkan atribut, manfaat dan objek. Sikap adalah perasaan atau tanggapan untuk kelengkapan barang. Konsumen menggunakan berbagai kriteria produk untuk menilai apakah suatu produk kue memiliki citra rasa yang memuaskan sesuai harapan yang diinginkan konsumen. Dalam hal tersebut toko roti khasanah memiliki kualitas pelayanan yang ramah dan sopan. Pada jasa pelayanan terdapat lima dimensi pada kualitas pelayanan berdasarkan urutan tingkat kepentingannya yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian, bukti fisik (Tjiptono & Chandra, 2017).

Dengan adanya standarisasi ini menjadikan sebagai acuan untuk menerapkan apa saja yang perlu diperhatikan tentang kualitas pelayanan pada Toko Roti Khasanah. Toko roti khasanah merupakan salah satu toko kue yang menjual berbagai jenis roti seperti bolu ulang tahun, brownies dan berbagai macam aneka kue. Toko roti khasanah berdiri pada tahun 2019. Toko roti buka setiap hari dengan jam kerja mulai pukul 09.00 hingga 20.00. Letak dari toko roti ini berada di Jl. Krajan 2, Kondang Jaya. Sebagai toko roti harus mempertimbangkan aspek pelayanan untuk memenuhi ekspektasi konsumen agar tidak pindah ke toko roti yang lain.

Dapat dilihat dalam point-point dari lima dimensi servqual masih belum terpenuhi seperti :

1. Dari segi *Tangible* atau Bukti Fisik yaitu toko kurang menyediakan area parkir yang memadai dan aman
2. Dari segi *Reliability* atau Keandalan yaitu dari segi wawasan karyawan kurang luas dalam bidangnya sehingga pelanggan merasa kecewa terhadap pesanan kue tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.
3. Dari segi *Responsiveness* atau Daya Tanggap yaitu kesigapan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan dan kecepatan petugas dalam menangani transaksi belum bisa diselesaikan.
4. Dari segi *Assurance* atau Jaminan yaitu karyawan kurang memberikan rasa nyaman dan aman saat pelanggan membeli roti.
5. Dari segi *Empathy* atau Empati yaitu karyawan kurang paham apa yang dibutuhkan pelanggan

Dari lima pertanyaan diatas mengenai servis kualitas dari Toko Roti Khasanah terlihat jelas bahwa dari servis kualitas nya kurang dan menyebabkan jumlah pelanggan atau konsumen berkurang karena hal tersebut.

Tabel 1. 1 Keluhan Konsumen Terhadap Toko Roti

Keluhan Konsumen	Jumlah (Orang)	Persen (%)
Toko kurang menyediakan area parkir yang memadai dan aman	7	11%
Karyawan kurang luas dalam bidangnya sehingga pelanggan merasa kecewa terhadap pesanan kue tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan	8	13%
Ketidaksesuaian jumlah produk yang dipesan	9	15%
Karyawan kurang tanggap mengenai keluhan konsumen	10	16%
Kurang memberikan perhatian kepada pelanggan	11	18%

Sumber : Data Penelitian, 2023

Tabel 1. 1 Keluhan Konsumen Terhadap Toko Roti (Lanjutan)

Keluhan Konsumen	Jumlah (Orang)	Persen (%)
Kurang begitu memahami kemauan atau kebutuhan pelanggan	10	16%
Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi belum cepat	5	8%
Total	60	97

Sumber : Data Penelitian, 2023

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa 3% adalah konsumen merasa puas terhadap kinerja karyawan, kualitas pelayanan, varian roti, dan kecepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen.

Tabel 1. 2 Jenis roti yang dikonsumsi

Jenis-Jenis Roti / Bolu	Jumlah Pembeli	Persen (%)
Moza Cheese	15	16%
Choco Bluvan	7	7%
Sosis Moza	11	12%
Pizza Bun	8	8%
Bolu Susu	20	21%
Bolu Ketan Hitam	17	18%
Lapis Surabaya	13	14%
Total	91	99

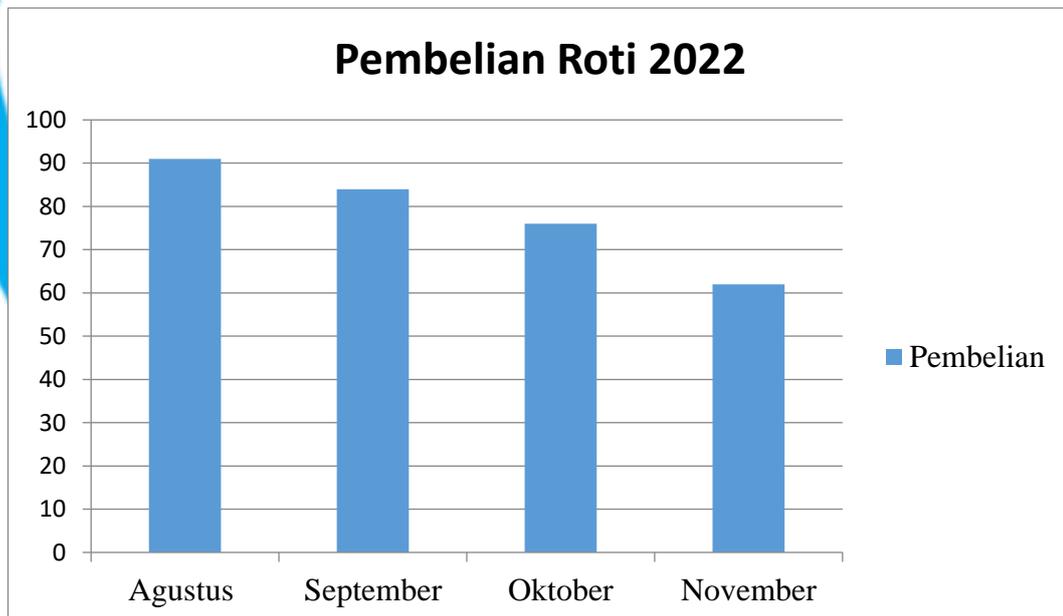
Sumber : Data Penelitian, 2023

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa terdapat berbagai jenis roti / bolu yang dikonsumsi oleh konsumen di Khasanah Sari dapat di lihat di tabel 1.2 sedikit lebih dari persentasinya 21 persen yaitu bolu susu, bisa disimpulkan bahwa bolu susu adalah jenis bolu yang disukai oleh konsumen. Karena 1% konsumen menyarankan agar membuat varian roti yang memiliki tekstur dan citra rasa yang terbaru.

Tabel 1. 3 Jumlah Data Konsumen Pembelian Roti

Bulan	Jumlah Konsumen Pembelian Roti
Agustus	91
September	84
Oktober	76
November	62
Total	313

Sumber : Data Penelitian, 2023



Gambar 1. 1 Grafik Pembelian Roti tahun 2022
(Data Penelitian, 2023)

Dari jumlah data konsumen pada Toko Roti Khasanah diatas menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli roti mengalami penurunan dikarenakan kurangnya kepuasan konsumen terhadap varian rasa yang tidak berubah-ubah dan kurang begitu memahami kemauan atau kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Toko Roti Khasanah Menggunakan Metode Servqual, IPA, Dan CSI

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan pada penelitian di Toko Roti Khasanah Sari yaitu :

1. Bagaimana tingkat kesenjangan (*gap*) antara tingkat persepsi dan harapan konsumen pada konsumen Toko Roti Khasanah Sari?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Toko Roti Khasanah Sari?
3. Faktor pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan Toko Roti Khasanah Sari untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini pada Toko Roti Khasanah yaitu :

1. Menentukan tingkat kesenjangan (*gap*) antara tingkat persepsi dan harapan pada konsumen Toko Roti Khasanah Sari
2. Mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Toko Roti Khasanah Sari
3. Mengetahui faktor pelayanan yang perlu di tingkatkan oleh Toko Roti Khasanah Sari untuk meningkatkan kualitas pelayanannya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat antara lain :

Manfaat untuk penulis :

1. Sebagai tujuan untuk memahami, menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan oleh penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan.

Manfaat untuk perusahaan :

1. Dapat memberikan data sebagai informasi dan gambaran bagi pihak Toko Roti berkonsentrasi pada faktor-faktor yang memengaruhi minat beli pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan meningkatkan penawaran produk.

Manfaat untuk pembaca :

1. Semoga bermanfaat untuk menambah wawasan dan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah

1. Hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen
2. Penelitian mengukur kepuasan konsumen dilihat dari aspek kualitas melayani.
3. Penghitungan kualitas pelayanan dalam analisis ini menggunakan model *servqual* (*Service Quality*), yaitu membandingkan kepentingan/asumsi pembeli dengan kinerja pelayanan dari komponen-komponen model *servqual*.

1.6 Asumsi

Adapun asumsi dari penelitian yang dilakukan adalah

1. Jumlah karyawan diasumsikan tetap
2. Varian tekstur dan citra rasa masih tetap sama
3. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan kinerja karyawan cenderung masih tetap sama

