

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang masuk dalam kategori Negara industri, hal ini disampaikan oleh Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto saat orasi ilmiah pada wisuda Universitas Muhammadiyah Malang ke-86 periode 1V tahun 2017 di Malang. Menteri perindustrian ini menjelaskan sektor industri lebih dari 20% kontribusi terbesar bagi perekonomian Nasional. Capaian 20% sangatlah besar sehingga Indonesia masuk jajaran elit dunia. Berdasarkan jumlah persentase tersebut Indonesia masuk dalam jajaran lima besar negara-negara di dunia yang kontribusi industrinya cukup tinggi (Kompas, 2017).

Industri Indonesia banyak yang tumbuh di daerah Karawang Jawa Barat, sebelumnya daerah Karawang ini adalah daerah pertanian atau yang dikenal lumbung padi Nasional (Kompas, 2018). Saat ini kawasan industri Karawang banyak diisi perusahaan mapan, baik dalam negeri maupun multinasional. Setiap tahunnya terjadi urbanisasi, catatan tiga tahun terakhir arus urbanisasi Karawang cukuplah tinggi dan tidak terkendali. Kini Karawang menjadi daerah industri dengan upah (UMK) tertinggi di Indonesia (Kompas, 2018).

Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Karawang, Yudi Yudiawan mengatakan populasi pendatang mencapai 60% dari keseluruhan jumlah penduduk Karawang, di banding dengan penduduk asli. Yudi menyebut saat ini jumlah penduduk Karawang mencapai 2,9 juta jiwa, sementara jumlah pendatang sekitar 1,7 juta jiwa (Kompas, 2018).

Yudi mengatakan lonjakan urbanisasi terjadi sejak tiga tahun yang lalu. Pada tahun 2016 tercatat sekitar 30.000 pendatang tinggal di Karawang setahun kemudian bertambah 1.000 orang. Sedangkan tahun 2018 ini sekitar 11.600 orang dalam kurun waktu lima bulan, sejak awal januari 2018 sampai juni 2018, terhitung 11.600 orang datang ke Karawang. Mayoritas para pencari kerja, para pendatang tinggal ditempat kos, kontrakan dan dekat kawasan industri, seperti tinggal di Klari, Kosambi, Teluk Jambe dan didaerah Cikampek (Kompas, 2018).

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kabupaten Karawang Tahun 2016

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karawang		
	Laki – Laki	Perempuan	Jumlah
	2016	2016	2016
0-4	110973	105496	216469
5-9	102555	97564	200119
9-14	104320	99116	203436
15-19	108049	97697	205746
20-24	109252	96368	205620
25-29	102334	96942	199276
30-34	100246	98669	198915
35-39	94866	91484	186350
40-44	86380	81742	168122
45-49	71612	67816	139428
50-54	58403	55482	113885
55-59	45398	41582	86980
60-64	33697	32508	66205
65+	49225	56002	105227
Jumlah	1177310	1118468	2295778

Sumber : BPS Kabupaten Karawang Tahun 2016

Melihat populasi yang ada di Karawang setiap tahunnya selalu meningkat, menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk melakukan usahanya, beragam usaha menarik yang ada di Karawang, seperti usaha *home industry*, konveksi, perbankan, bisnis online dan usaha kuliner. Di Karawang bisnis kuliner terus berkembang. Kim (2014), *chief Excecutif Officer* dan pendiri *Oraved.com* mengatakan, *tren* makan di restoran merupakan bagian dari aktivitas sosial, separuh dari pengunjung yang makan di restoran datang berkelompok bersama rekan bisnis, teman, ataupun keluarga.

Pertumbuhan pengguna media sosial dalam lima tahun terakhir yang begitu pesat juga mendorong *tren* makan di restoran. Menurut Kim hampir semua orang membagi pengalaman makan di restoran melalui media sosial populer seperti *instagram*, *facebook*, *twitter* dan *path*, alhasil semakin banyak orang berbagi pengalaman makan di restoran atau rumah makan, maka semakin banyak pula orang yang tertarik untuk makan di restoran tersebut. Begitu pun menurut Haryadi Sukamdani, Wakil Ketua Umum Himpunan Hotel dan Restoran

Indonesia (PHPRI) mengatakan bahwa kultur masyarakat Indonesia memang menyukai makanan, sehingga prospek bisnis restoran di Indonesia selalu cerah dengan jumlah penduduk sebanyak 250 juta jiwa Indonesia jelas menjadi pangsa pasar bisnis kuliner yang menjanjikan. (Kontan Mingguan 34- XVIII, 2014).

Berdasarkan paparan di atas bahwa telah terjadi perubahan perilaku konsumen atau pelanggan dalam memilih tempat makan, saat ini Pelanggan memilih tempat makan bukan hanya untuk makan, tetapi juga menjadi tempat untuk bertemu dan bercengkrama dengan rekan bisnis, teman ataupun keluarga. Dalam menikmati hidangan makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam pemenuhannya. Cara tersebut di antaranya, memilih rumah makan yang bagus dan pelayanan yang baik, dengan itu harapan pelanggan akan merasa puas setelah mengeluarkan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan tersebut. Cara lainnya adalah dengan memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang dikonsumsi. Sebagian besar pelanggan beranggapan dengan makan di tempat Rumah Makan yang mewah dan mahal lebih baik memilih rumah makan yang biasa, pelayanan yang baik dan rasa tetap terjaga .

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya keinginan pelanggan begitu beragam, hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha kuliner untuk dapat membuat inovasi yang unik dan berbeda di banding dengan kompetitornya, agar dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian, para pelaku usaha kuliner bersaing baik dalam kualitas pelayanan, variasi menu makanan dan minuman, kualitas pelayanan yang baik dapat menarik minat daya beli pelanggan, dan juga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

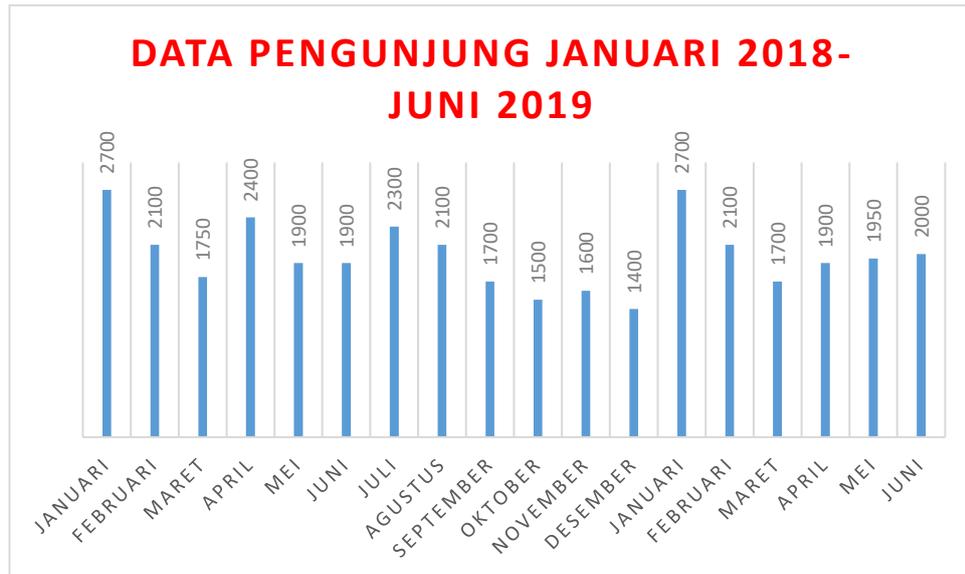
Tjiptono (2009:10), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan, kualitas pelayanan dapat diukur oleh lima dimensi kualitas jasa diantaranya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tangkap. Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan dan parsial, Sinambela (2010:35), menyatakan pada dasarnya manusia membutuhkan pelayanan bahkan secara

ekstrim dapat dikatakan pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang hak-hak perlindungan pelanggan bahwa pelanggan harus mendapat pelayanan yang baik dan tidak di diskriminasikan antara pelanggan yang kaya dan pelanggan yang biasa, seperti pelayanan dalam segi moral, fasilitas tempat, administrasi pembayaran dan pelayanan lainnya.

Mie merupakan makanan instan setiap orang pasti bisa membuatnya, akan tetapi makanan tersebut ketika di hidangkan dengan baik dan di jual di tempat rumah makan yang strategis, di tambah dengan tata ruang bentuk tempat ala *cafe*, inilah yang di jadikan daya jual bisnis yang berkembang dan menjanjikan.

Rumah Makan Mie Xp Extra Pedas merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner, mulai berdiri pada Oktober 2011 di Karawang, Rumah Makan Mie Xp sendiri beralamat di jalan Husni Hamid no.23. lokasinya cukup strategis berada di pusat kota Karawang. Yang berbeda dari Rumah Makan Mie Xp adalah konsumen dapat memesan mie dan nasi goreng sesuai tingkat kepedasan yang diinginkan, di mulai dari level 1 sampai dengan level 10. Serta menyediakan beberapa *topping* yaitu bakso, keju, sosis, dan kornet yang dapat di tambahkan dalam hidangan mie ataupun nasi goreng. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau yaitu mulai Rp. 11.000 sampai dengan Rp. 19.000. rata-rata Rumah Makan Mie Xp dapat menjual 850 mangkuk perharinya. (sumber: wawancara peneliti dengan pemilik Rumah Makan Mie Xp, 15 Januari 2019).

Munculnya usaha Rumah Makan Mie Xp di Karawang, menandakan bahwa Mie Xp ini dapat di terima oleh masyarakat Karawang sebagai menu makanan mereka. Di sisi lain persaingan makanan kuliner pun tidak ketinggalan, karena berbagai strategi di luncurkan untuk menarik minat masyarakat untuk menikmati sajian Mie Xp. Saat ini Rumah Makan mie Xp telah melakukan pengembangan bisnisnya dengan membuka cabang di beberapa kota di Indonesia, diantaranya adalah di Purwakarta dan di Madiun, dengan slogan Rumah Makan Mie Xp yaitu "GA PEDAS GA MAKAN". (wawancara peneliti dengan pemilik Rumah Makan Mie Xp, 15 Januari, 2019).



Gambar 1.1
Diagram Data Pengunjung
Sumber Mie Xp Karawang , 2019

Berdasarkan hasil survei lapangan yang telah dilakukan oleh Penulis pada tanggal 27 Januari dan 02 April 2019, melihat data pengunjung dari tahun 2018 sampai tahun 2019 hasilnya fluktuatif artinya naik turun, prediksi di bulan Juli 2019 dengan menggunakan rumus rata-rata bergerak hasilnya akan mendapatkan angka 2.100 orang. Hasil tersebut di dapatkan dari data bulan Januari 2019 sampai Juni 2019 di bagi 4. Sedangkan dalam segi pelayanan Rumah Makan Mie Xp extra pedas yang berada di Karawang ini masih cukup baik, pendapat ini di kemukakan oleh beberapa orang penggemar mie, dan salah satunya mengatakan ada pelayanan yang masih belum diperhatikan oleh tempat Rumah Makan Mie Xp ini, contohnya tidak *mengupdate* (memperbarui) perlengkapan ketika memang sudah habis, seperti halnya *tissue* yang ada di atas meja, ketika sudah habis tidak langsung untuk diisi ulang kembali, lalu kemudian masih kurang baiknya sistem dalam pembayaran, seperti disaat melakukan pembayaran konsumen tidak melakukan budaya antri sehingga mengakibatkan kondisi tidak rapih, kemudian tempat area parkir masih belum cukup untuk kendaraan mobil datang ke tempat tersebut, ruang ibadah belum memadai, dan pelanggan menunggu lama saat makanan tiba datang (*Survey pelanggan 27 Januari dan 02 Februari, 2019*).

Akan tetapi ada beberapa pelanggan yang puas dengan pelayanan yang ada di tempat ini, karena melihat bentuk gaya tempat yang sangat modern dan kekinian, nyaman untuk tempat berkumpul dan terkoneksi *wifi*, serta untuk berkumpul anak remaja yang memiliki rencana untuk makan, adapula yang komplain terhadap Rumah Makan Mie Xp, menunggu lama, tidak ada pembaharuan perlengkapan meja, tidak ada kotak saran, serta suara panggilan dari pengeras suara kurang jelas, kemudian data pengunjung terjadi jumlah fluktuatif.

Berdasarkan penelitian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini, tujuannya agar peneliti memahami betul tentang pelayanan dan kepuasan pelanggan ditempat Rumah Makan Mie Xp tersebut (wawancara peneliti dengan pelanggan Rumah Makan Mie Xp, 02 Februari, 2019).

Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, kepuasan ini dapat diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Ada beberapa masalah yang muncul setelah survei lapangan yang dilakukan oleh peneliti antara lain:

1. Bentuk fisik (langsung), fasilitas dan sarana prasarana belum memadai, contohnya Area parkir, tempat ibadah serta penataan meja dan kursi tidak tertata dengan baik.
2. Keandalan, meliputi kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, dan kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini dirasakan oleh beberapa pelanggan, mengenai informasi panggilan dengan pengeras suara yang kurang terdengar jelas untuk mengetahui posisi tempat duduk pelanggan ditempatkan setelah melakukan pembayaran.
3. Daya tanggap, meliputi kemauan yang membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, di tempat makan ini ketika pelanggan memesan makanan lama untuk menunggunya, hal ini dirasakan oleh beberapa pelanggan Mie Xp Karawang, dan tidak disediakannya *tisu* ketika sudah habis.
4. Jaminan, meliputi keamanan transaksi dan reputasi rumah makan, karyawan dan kotak saran hal ini tergambar dari jumlah pelanggan yang datang dan

pendapat pelanggan tentang Mie Xp Karawang di media sosial atau media massa.

5. Empati, meliputi rasa peka terhadap kondisi pelanggan, hal ini terlihat saat pelanggan memerlukan bantuannya akan tetapi karyawan kurang cepat untuk melakukan tindakan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Mie Xp Karawang".

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat diambil dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Terjadi urbanisasi di kota Karawang tiap tahunnya selalu meningkat.
2. Terjadinya perubahan perilaku konsumen atau pelanggan.
3. Bentuk fisik (langsung), fasilitas dan sarana prasarana yang belum memadai contohnya area parkir, tempat ibadah dan penataan meja yang masih belum baik.
4. Keandalan, meliputi kecepatan petugas dalam melayani dan ketepatan informasi yang di berikan masih kurang baik. Hal ini dirasakan oleh beberapa pelanggan bahwa mengenai informasi panggilan dengan pengeras suara yang kurang terdengar jelas, untuk mengetahui tempat duduk konsumen berada setelah melakukan pembayaran.
5. Daya tanggap yang masih kurang baik contohnya dalam kecepatan dalam melayani pesanan makanan ataupun minuman, lama untuk menunggunya, serta Karyawan dalam melakukan inisiatif masih kurang baik, seperti ketika *tissue* habis karyawan tidak ada yang memperhatikannya.
6. Jaminan yang masih cukup baik, contohnya tidak adanya kotak saran yang di sediakan di tempat rumah makan ini.
7. Empati yang masih cukup baik seperti rasa peka terhadap pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan yaitu:

1. Penelitian ini termasuk dalam ilmu manajemen khususnya dalam manajemen Pemasaran.
2. Judul penelitian ini “Analisis Kepuasan pelanggan pada Mie Xp Karawang Jawa Barat”.
3. Metode penelitiannya deskriptif kuantitatif.
4. Teknik analisis data menggunakan IPA (*Importance and Performance Analysis*).

1.4 Perumusan Masalah

Rumusan masalah Berdasarkan Dimensi Pelayanan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan bukti langsung
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan keandalan
3. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja Karyawan Mie Xp berdasarkan daya tanggap
4. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja Karyawan Mie Xp berdasarkan jaminan
5. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan empati
6. Indikator pelayanan manakah yang harus menjadi prioritas untuk diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Mie Xp.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan peneliti adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan bukti langsung.
2. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan keandalan.

3. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan daya tanggap.
4. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan jaminan.
5. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja karyawan Mie Xp berdasarkan empati.
6. Mengetahui Indikator pelayanan manakah yang menjadi prioritas untuk diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan Mie Xp Karawang.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya penelitian, maka diharapkan mendapat manfaat diantaranya:

1. Bagi perusahaan Mie Xp Karawang, penelitian ini diharapkan mendapat masukan dalam segi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi para pelanggan, Penelitian ini diharapkan para pelanggan lebih memahami tentang pelayanan dan perbaikan serta perkembangan dalam usaha makanan.
3. Bagi peneliti, Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memahami Analisis kepuasan Pelanggan pada Mie Xp yang ada di Karawang.
4. Bagi akademis, Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan kajian atau referensi bagi peneliti dalam Analisis kepuasan pelanggan Mie Xp Karawang.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dalam manfaat teoritis ini, penulis melakukan penelitian di bantu oleh teori-teori dari berbagai buku dan referensi jurnal. Manfaatnya penulis melakukan penelitian lebih akurat sesuai data yang ada dan tidak rekayasa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis antara lain:

- a. Peneliti dapat mempraktikkan secara langsung penelitiannya dengan teori-teori yang sudah dipelajari, sehingga dapat berguna bagi tempat yang dilakukan penelitian.

- b. Bagi pemilik, dapat merubah strategi dalam segi pelayanan yang sudah dilakukan, dan mengevaluasi mana saja yang harus dipertahankan dan perlu di perbaiki.



