

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan diharapkan . menurut Husein Umar (2005:50). Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Perilaku konsumen berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Dengan demikian kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini dapat diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsive*), jaminan (*Assurance*), dan Empaty (*Empaty*). Beberapa masalah yang timbul selama prasurvei yang dilakukan penelitian antara lain : Bukti fisik (*Tangible*), meliputi kualitas bahan produk yang digunakan warung soto ayam Tembaan, warung soto ayam Tembaan mempunyai tempat yang bersih, Karyawan warung soto ayam tembaan berpakaian rapi.

Kehandalan (*Reliability*), meliputi cara penyajiannya cepat dan menarik, Karyawannya murah senyum. Daya tanggap (*Responsive*), meliputi melayani customer dengan tegas dan baik, Memberikan pelayanan secara cepat. Jaminan (*Assuranc*), meliputi warung soto ayam Tembaan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan setiap hari diganti, Tempatnya bersih dan nyaman. Empaty (*Empaty*), meliputi melayani customer dengan tegas dan baik, Memenuhi kebutuhan konsumen.

Bisnis kuliner saat ini memiliki perkembangan yang sangat pesat dan sangat menjanjikan baik di Indonesia maupun di wilayah Provinsi Jawa Timur, khususnya

Kabupaten Jember. Kabupaten Jember, yang dikenal dengan salah satu kota festival budaya di Indonesia, juga merupakan kota pendidikan serta kota industri dan perdagangan. Berdasarkan Sensus Tahun 2019, jumlah penduduk Kabupaten Jember Tahun 2020 sebanyak 2.345.851 jiwa dengan perincian laki-laki = 1.164.715 jiwa dan wanita = 1.181.136 jiwa yang tersebar di 31 Kecamatan (<https://jemberkab.bps.go.id>).

Perkembangan kuliner di Kabupaten Jember, tentu saja dibarengi dengan adanya/tajamnya persaingan semakin ketat dan hal utama yang perlu mendapatkan perhatian oleh setiap pengusaha adalah kepuasan konsumen sehingga tujuannya terwujud. Pengusaha kuliner harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan berupaya untuk menghasilkan kinerja yang sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen dan mampu bertahan serta tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan berdasarkan pada 5 faktor utama yang harus diperhatikan oleh sebuah Perusahaan menurut Irawan (2004:37), dimana faktor-faktor tersebut yaitu kualitas, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional dan biaya. Warung soto ayam Tembaan - Jember merupakan salah satu Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember. Data hasil penjualan selama 1 (Satu) Tahun terhitung mulai dari Juni 2018 S.d Mei Tahun 2019, seperti ditampilkan pada table berikut ini.

Tabel 1.1 : Kepuasan sementara konsumen warung Soto Ayam Tembaan Tahun 2018-2019.

No	Bulan/Tahun	Jumlah Pembeli	Puas		Tidak Puas	
			Jumlah	%	Jumlah	%
1.	Juni 2018	3.900	3.000	76,92	900	23,08
2.	Juli 2018	3.224	2.800	86,85	424	13,15
3.	Agustus 2018	3.340	2.600	77,84	740	22,16
4.	September 2018	3.600	2.650	73,61	950	26,39
5.	Oktober 2018	1.911	1.000	52,33	911	47,67
6.	November 2018	2.880	1.800	62,50	1.080	37,50
7.	Desember 2018	3.720	2.500	67,20	1.220	32,80
8.	Januari 2019	2.520	2.000	79,36	520	20,64
9.	Februari 2019	2.912	1.900	65,24	1.012	34,76
10.	Maret 2019	3.625	2.627	72,43	1.000	27,57
11.	April 2019	3.900	2.850	73,08	1.050	26,92
12.	Mei 2019	2.604	1.000	38,40	1.604	61,60

Sumber : warung soto ayam Tembaan – Jember Tahun 2018-2019

Pada bulan Juni 2018, pembeli pada warung soto ayam Tembaan – Jember yang puas = 3.000 (76,92%) dan tidak puas = 900 (23,8%); bulan Juli 2018 yang puas = 2.800 (86,85%) dan tidak puas = 424 (13,15%); bulan Agustus yang puas = 2.600

(77,84%) dan tidak puas = 740 (27,16%); bulan September yang puas = 2.650 (73,61%) dan tidak puas = 950 (26,39%); bulan Oktober yang puas = 1.000 (52,33%) dan tidak puas = 911 (47,67%); bulan Nopember yang puas = 1.800 pembeli (62,50%) tidak yang puas 1.080 (37,50%); bulan Desember yang puas = 2.500 (67,20%) dan tidak puas = 1.220 (32,80%); bulan Januari 2019 yang puas = 2.000 (79,36%) dan tidak puas = 520 (20,64%); bulan Februari yang puas = 1.900 (65,24%) dan tidak puas = 1.012 (32,80%); bulan Maret yang puas = 2.627 (72,43%) dan tidak puas = 1.000 (27,57%); bulan April yang puas = 2.850 (73,08%) dan tidak puas = 1.050 (26,92%); dan bulan Mei yang puas = 1.000 (38,40%) dan tidak puas = 1.604 (61,60%).

Oleh karena itu, pihak manajemen dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan penjualan serta pangsa pasar, harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini patut diperhatikan karena saat ini konsumen tidak hanya berpedoman kepada harga yang murah saja, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan dan juga kualitas produk yang ditawarkan oleh warung soto ayam Tembaan - Jember (Yuliani, 2008).

Maka dari itu alasan kenapa peneliti memiliki judul ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa jauh metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat mengukur tingkat kepuasan konsumen di warung soto Tembaan Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Setiap usaha tentu dan pasti mempunyai permasalahan, tidak lepas juga pada warung soto ayam Tembaan – Jember, oleh karena itu dalam rangka memecahkan permasalahan dibutuhkan suatu metode. Adapun metode yang dipakain oleh penlit dengan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengetahui dan mengukur kepuasan konsumen di warung soto ayam Tembaan - Jember dengan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memecahkan persoalan atau permasalahan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak manajemen warung soto ayam Tebaan - Jember.

1. Manfaat bagi Perguruan Tinggi agar supaya semua mahasiswa tau tentang kuliner kuliner yang ada di jember terutama Soto Ayam Tembaan tersebut.
2. Manfaat bagi Perusahaan yaitu agar supaya warungnya lebih ramai dan lebih dikenal lagi oleh masyarakat terutama yang ada di Kota Jember.

3. Manfaat bagi Penulis ini, diharapkan mampu memberikan masukan dan dapat meningkatkan penjualan yang berguna bagi warung Soto Ayam Tembaan.

