BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan baik itu usaha manufaktur maupun usaha jasa dalam memasarkan produknya mempunyai tujuan. Secara umum tujuan perusahaan adalah mencapai dan meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang menguntungkan, artinya keuntungan itu dapat diperoleh dengan melalui penjulan produknya. Keuntungan ini dapat digunakan dalam usaha untuk tumbuh, berkembang dan meningkatkan kemampuannya yang lebih besar. Keuntungan itu sendiri, merupakan pencerminan dari usaha-usaha yang berhasil memberikan orientasi produknya terhadap konsumennya. Untuk dapat memberikan orientasi produknya terhadap konsumennya tersebut, suatu usaha dapat menyediakan atau menjual barang dan jasa yang paling baik dengan harga yang layak. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi apa yang harus dipakai agar dapat menciptakan minat bagi konsumennya, karena dengan adanya minat konsumen akan membentuk pemasar yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

Menurut Tjiptono (2011), Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan sehingga konsumen akan membuat penilaian antara apa yang sudah mereka berikan dengan apa yang sudah didapatkan oleh konsumen. Menurut Kotler (2011) definisi layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kotler (2010) memandang kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut, apabila harapannya terlampaui berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa, dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi. Sebaliknya ketidakpuasan terjadi apabila harapan itu tidak memenuhi apa yang diinginkan atau perusahaan tersebut gagal melayani konsumennya. Apabila harapannya sama dengan apa yang diperoleh atau yang diharapkan berarti konsumen mendapat kepuasan. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, selalu bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan kualitas layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di fikiran konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yakni harapan konsumen akan kinerja sebuah produk atau jasa, dan kenyataan yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas jika kinerja produk atau jasa sama atau bahkan melebihi harapan semula. Sebaliknya, konsumen akan tidak puas jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapannya.

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya. Pelayanan akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan konsumen dan perusahaan harus mencurahkan perhatian pada hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen. Berdasarkan hasil penilaian *importance* (tingkat kepentingan) dan hasil penilaian *performance* (kinerja) maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor *importance* dan *performance*, James (dalam Supranto, 2011).

Perusahaan membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang telah dilakukannya. Apabila tingkat harapannya lebih tinggi daripada kinerja perusahaan berarti konsumen tersebut belum mencapai kepuasan, begitu pula Menurut Martinez dalam Ariyoso (2009) menyebutkan bahwa “IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja”.

Salah satu usaha jasa dan produk yang menguntungkan saat ini adalah usaha produk dan jasa restoran dan cafe, terbukti dengan semakin banyaknya cafe yang merambah di Kabupaten Jember. Cafe adalah suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan direstoran itu (Sihite, dalam Harjanto, 2010:22). Hal tersebut mengindikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis cafe semakin

kuat. Jenis cafe seperti ini umumnya berada dilokasi-lokasi yang strategis. Jenis kafe yang menyajikan makanan dan hidangan lainnya dengan sangat cepat dan pelayanan lainnya yang mendukung seperti internet wifi, kenyamanan tempat, acara musik eksklusif dan lain sebagainya. Tampilan cafe semacam ini, mulai dari lokasi, jenis dan rasa makanan, penataan, sistim pelayanan, dan sebagainya membawa kesan bagi sebagian orang bahwa citra restoran tersebut mewah atau bergengsi.

Tabel 1.1 Data Penjualan Cafe Armor Jember

Tahun 2017	Tahun 2018
Rp. 25.358.000,	Rp. 21.145.000,

Sumber : Dari data primer yang diolah 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 Kondisi saat ini pada cafe armor jember sedang mengalami penurunan penjualan sebesar Rp. 21.145.000, dikarenakan dilihat dari segi tempatnya kurang menarik, dan menu yang kurang bervariasi. Sehingga berakibat pada konsumen yang kemungkinan besar akan berpindah ke tempat lain. Oleh karena itu cafe armor perlu mengembangkan bisninya dan memerlukan strategi baru untuk menyiasati permasalahan tersebut agar konsumen tidak berpindah ke pesaing yang lain.

Kedai kopi Armor itu sendiri terletak di Jl. Kalimantan X Blok B/3(sebelah utara gedung soetarjo), kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, dimana saat ini kedai tersebut dituntut untuk tetap bertahan dan menentukan startegi kualitas pelayanan yang tepat, karena untuk bertahan dalam dunia bisnis maka perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk dapat bertahan dipersaingan yang semakin ketat. Cafe Armor adalah salah satu dari sekian banyak tempat nongkrong di Jember jember yang menjual singel original been coffee atau kopi biji nusantara, memiliki banyak varian jenis kopi mulai sabang sampai merauke, ada juga menu sajian lain seperti black tea green tea smoothies dan lain sebagainya. Cafe ini memiliki konsep perpaduan elegan dan minimalis yang ditampakkan dalam indor resto ini, juga memiliki fasilitas tambahan yang tersedia, seperti adanya wifi. Cafe ini juga sering dimanfaatkan bukan hanya untuk tempat makan dan menikmati sajian kopi istimewanya, tetapi juga untuk tempat perayaan acara ulang tahun, syukuran, sambil reuni bersama teman dan kerabat serta sebagainya. Peluang semacam ini telah dimanfaatkan oleh Cafe Armor untuk menyediakan model pelayanan jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumennya.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin banyaknya bisnis yang bergerak pada bidang usaha cafe dan restoran, menuntut pengelola Cafe Armor untuk mengelola bisnisnya agar selalu berorientasi pada kepuasan konsumen. Dengan demikian kelangsungan hidup perusahaan menjadi penting untuk mampu menciptakan kepuasan konsumennya.
Berdasarkan permasalahan pokok dalam penelitian ini ;

1. Bagaimana analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang disediakan Cafe Armor berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja?
2. Bagaimana posisi kuadran atribut-atribut pelayanan berdasarkan penilaian *importance* dan *performance* kualitas pelayanan pada Cafe Armor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah ;

1. Untuk menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang disediakan Cafe Armor berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.
2. Untuk mengetahui posisi kuadran atribut-atribut pelayanan berdasarkan penilaian *importance* dan *performance* kualitas pelayanan Cafe Armor.

1.4 Maanfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi ilmu manajemen, terutama yang berkaitan dengan bidang studi manajemen pemasaran, khususnya yang berhububungan dengan perilaku konsumen;
2. Bahan informasi dan masukan positif bagi usaha bisnis sebagai dasar layanan terhadap kualitas jasa yang lebih baik.