

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kota Jember mengalami perkembangan yang pesat terutama di bidang perdagangan. Hampir setiap sudut kota Jember dipenuhi oleh pusat perdagangan baik skala kecil maupun skala besar. Salah satu bisnis yang menjadi pilihan untuk dikembangkan adalah tidak hanya didominasi oleh perusahaan besar akan tetapi juga oleh perusahaan skala kecil. Usaha makanan dan minuman telah banyak dirintis dan berkembang hampir di seluruh kota Jember. Makanan dan minuman menjadi pilihan bagi para pengusaha di kota Jember karena kedua komoditas tersebut merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia sehingga diharapkan dapat menarik minat konsumen dari berbagai umur dan latar belakang (Yanti.2011)

Bentuk dan cara pengusaha memasarkan produk makanan dan minuman dapat beraneka ragam. Kreatifitas pemasar menentukan besar kecilnya daya beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Misalnya para pedagang kaki lima menawarkan makanan dan minuman dengan mendirikan warung lesehan, pengusaha bermodal besar mendirikan restoran/depot, sedangkan pengusaha lain mendirikan *food court* sebagai salah satu cara untuk menjual produk makanan dan minuman. *Food court* yang disediakan di pusat perbelanjaan (toko swalayan) menawarkan berbagai makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh konsumen yang sedang berbelanja. Keberadaan *food court* ini dinilai tepat karena pemasar melihat bahwa konsumen yang sedang berbelanja mungkin akan merasa lapar, penat dan membutuhkan tempat yang dapat memenuhi kebutuhan itu. Adanya *food court* memungkinkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya tanpa harus mencari tempat yang jauh dan berada di luar area toko swalayan (*one stop shopping*)

Salah satu pengusaha *food court* di kota Jember adalah Golden Market yang lokasinya berada di jantung kota. Golden Market hadir sebagai pusat pembelanjaan yang menawarkan hal berbeda pada masyarakat Jember. Harga murah dengan pelayanan yang baik diharapkan mampu menambahkan sebuah kenyamanan bagi mereka yang berbelanja di GM (Golden Market) serta menonjolkan sisi keindahan dan kebersihan

Golden Market Jember terdiri dari 4 lantai, lantai dasar digunakan sebagai area parkir, lantai 1 terdiri dari Supermarket, CFC. Sedangkan lantai 2 diisi oleh department store dan untuk lantai 3 di tempati oleh Konter sepatu dan tas, Wisata bugar, *Toyshop*, *Food Court*, *Element*. *Food court* dalam area Golden Market Jember didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sedang berbelanja. Kebutuhan untuk memenuhi rasa lapar, penat perlu diantisipasi. Pengelola *food court* Golden Market Jember berusaha maksimal untuk memberikan pelayanan terbaik bagi

konsumen dengan harapan dapat meningkatkan minat dan daya beli. Pengelola *food court* harus dapat meningkatkan pelayanan agar dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan pengelola lain yang sejenis. Karena pada dasarnya “pelanggan adalah raja” yang harus dilayani dan prinsip inilah yang harus dipegang teguh kapanpun, dimanapun dan siapapun.

Bisnis *food court* biasanya menggunakan konsep kualitas jasa, karena kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2004), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Pasuraman dalam Tjiptono, 2004). Apabila jasa yang diterima dan dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

**Tabel 1.1 Market Share Food Court di Kab.Jember**

No	Nama kafe	Jumlah Pengunjung	Prosentase
1	Golden Market	5,294	44%
2	Max Kitchen	3,972	33%
3	Pujasera Hayam wuruk	2,683	22%

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Saingan yang sangat kompetitif antar foodcourt banyak mengalami tren menurun dalam kurun dekat ini. Walaupun mengalami penurunan, foodcourt telah tersebar di Kota jember dengan menawarkan menu utama yang berbeda-beda foodcourt yang paling sering di kunjungi oleh konsumen yaitu golden market yang memiliki pengunjung paling banyak pada tahun 2019. Penelitian ini sesuai dengan penelitian pabudi 2014 Dilihat dari kualitas pelayanan serta aplikasi bauran pemasaran yang meliputi variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible, Product Quality, dan Price di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero) yang dianalisis melalui Importance Performance Analysis (IPA) maka dari tiga puluh lima atribut yang termasuk pada tujuh variabel tersebut maka ada dua hal penting yang perlu di improvisasi yaitu mengenai atribut biaya jasa yang ditawarkan PT Sucofindo harus sesuai dengan kualitas dan paket harga yang ditawarkan agar terjangkau/menarik, sedangkan dari analisis gap antara kinerja aktual dan harapan

maka dapat diketahui bahwa kinerja SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero) belum ada yang melampaui harapan pelanggan., kasymir 2013 Terungkap bahwa restoran A dan restoran B sedang dalam pelaksanaan dalam dua atribut, yaitu kenyamanan dan keramahtamahan restoran. Secara khusus, Restoran A berada di bawah pertunjukan dirasa makanan dan Restoran B di bawah dilakukan dalam kebersihan dan kerapian; ketersediaan kamar kecil dan ketersediaan wastafel / wastafel., budianto 2013 untuk membandingkan antar pelanggan harapan dan kinerja perusahaan. Ada 11 faktor yang harus dibayar perusahaan perhatian dan itu ditunjukkan dalam Diagram Cartesian mengenai Tingkat kepuasan konsumen.

Dalam hal kualitas jasa, faktor kepuasan pelanggan merupakan salah satu prioritas utama suatu perusahaan untuk meningkatkan mutu. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2004). Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan akan menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Untuk itu pihak manajemen *food court* berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan pelanggan, baik produknya sendiri maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Karena jika hal itu diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang ada di *food court*.

Oleh karena itu berhasil tidaknya *food court* dalam komunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada pelayanannya. Pelayanan memegang peranan yang sangat penting, yang mana perusahaan akan memberikan kepuasan dengan pelayanan yang ada di *food court* bagi pelanggan. Seperti dalam hal keramahan, kehandalan, kecepatan dan pemberian informasi yang lengkap dan akurat, jaminan, empati.

Dengan melihat kondisi di atas, jelaslah sudah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan utama dari setiap pengelola tempat makan. Dari uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pada *Food Court* Golden Market Jember”

## 1.2 Perumusan Masalah

*Food Court* Golden Market Jember sebagai salah satu bisnis yang bergerak dibidang pelayanan jasa makanan dan minuman perlu memberikan kepuasan konsumen dengan tujuan membangun loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan dikatakan baik jika kinerja yang diberikan oleh perusahaan minimal sama dengan apa yang diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan

mengecewakan pelanggan. Perusahaan akan mempunyai citra yang positif jika perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Berdasarkan masalah tersebut, maka dapat disusun pertanyaan penelitian:

- a. Bagaimana kepuasan pelanggan atas kualitas jasa *Food Court* Golden Market Jember sudah tercapai?
- b. Bagaimana posisi masing-masing atribut kualitas jasa pada diagram kartesius?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian.**

Penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui kepuasan konsumen atas kualitas jasa pada *Food Court* Golden Market Jember.
- b. Untuk mengetahui posisi masing-masing atribut kualitas jasa pada diagram kartesius.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini disusun agar dapat memberikan manfaat bagi semua pihak antara lain:

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak *Food Court* Golden Market Jember terutama untuk perbaikan kualitas jasa *Food Court* Golden Market Jember

- b. Bagi Akademis

Dapat digunakan sebagai informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan dalam bidang yang sama serta menambah wawasan teoritis kepuasan pelanggan atas kualitas layanan jasa.