

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang berkembang sangat pesat membuat persaingan bisnis yang semakin ketat, hal ini mendorong pemilik perusahaan harus dapat mempertahankan dan mampu meningkatkan strategi bisnis yang tepat. Jakarta sebagai ibukota Indonesia, adalah tempat bermukimnya aneka ragam masyarakat dari luar maupun dalam Jakarta. Keadaan ini membuat kegiatan yang berlangsung di Jakarta semakin padat dan sibuk. Lokasi Jakarta yang menjadi Ibukota menjadi tempat pilihan dalam mengembangkan usaha terutama dalam lingkup restoran. Makanan dan minuman adalah komoditi sehari-hari setiap manusia, usaha kuliner ataupun restoran ini memiliki potensi untuk sukses dan berkembang dengan pesat dikarenakan frekuensi pembelian yang terus menerus, hal ini membuat usaha di bidang industri kuliner banyak diminati oleh para pengusaha ataupun para individu yang ingin memulai bisnis karena diyakini memiliki prospek yang menjanjikan.

Bermodal kecil, mereka bisa mendapatkan keuntungan yang besar, dengan catatan bahwa usaha tersebut di kelola dengan benar dan teratur serta memikirkan strategi-strategi pengembangan bisnis yang jitu. Setiap usaha tentu ada resikonya. Seperti di bidang kuliner ini, resikonya adalah bahan bakunya yang tidak bisa bertahan lama untuk mempertahankan kualitas baik pada makanan yang disajikan. Berbisnis kuliner bisa menjadi salah satu jenis usaha yang dapat terus berkembang, karena akan selalu dicari oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan tubuh mereka. Mengingat masyarakat Indonesia khususnya Jakarta merupakan masyarakat yang sangat terkenal konsumtif dalam hal makanan dan minuman.

Restoran di Jakarta mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu. Pertumbuhan restoran sesuai dengan data yang terdaftar dalam dirjen pajak tahun 2015 dan 2018 sebagai berikut.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Restoran di DKI Jakarta

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan
2015	6979	-
2016	8113	16.2%
2017	8433	3.9%
2018	9054	7.4%

Sumber : <http://data.jakarta.go.id> (diakses pada 7 Januari 2019)

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah restoran di Jakarta yang sudah terdaftar di Dirjen Pajak mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2015-2016. Secara keseluruhan tingkat pertumbuhan restoran di Jakarta di tahun 2016 dari periode sebelumnya mencapai 16,2%. Sementara itu jumlah restoran yang terdaftar di Dirjen Pajak pada tahun 2018 meningkat menjadi 9054 unit restoran, meskipun tingkat pertumbuhannya tidak signifikan dari periode 2017 yaitu 7,4%

Tabel 1.2
Daftar Pesaing Restaurant Seafood

MEREK	TBI	TOP
D'Cost Seafood	14,9%	TOP
City Seafood Restaurat	7,9%	-
Samudra	6,0%	-
Bandar Jakarta	3,7%	-
New Raja Laut	5,7%	-

Sumber : Top Brand Award 2018

Salah satu usaha restoran yang telah berkembang di Jakarta yaitu D'Cost Seafood yakni suatu merek dagang waralaba yang bermarkas di Jakarta dikenal terutama karena mottonya yang disebut mutu bintang lima, harga kaki lima (semurah ibu masak sendiri di rumah). D'Cost Seafood pertama didirikan di Jl. Kemang Raya, Jakarta Selatan, pada 9 September 2006. Saat itu D'Cost Seafood melihat sebuah peluang untuk mendirikan jaringan restoran yang menyajikan hidangan laut, yang saat itu dipandang sebagai makanan mewah. Akan tetapi, D'Cost Seafood ingin menyajikan hidangan tersebut dengan harga yang sama dengan harga kaki lima. Dengan variasi menu dan harga yang terjangkau, D'COST memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia, juga para pekerja, dan pelajar, yang mencari masakan dengan harga dan rasa seperti masakan Ibu di rumah.

Dalam kegiatan usahanya, D-Cost Seafood telah menjadi "*Top Brand Award*" pada periode 2011-2014 dalam kategori "*Seafood Restaurant in recognition of outstanding achievement in building the Top Brand*". Pada tahun 2014 juga mendapat Halal Certification by LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia) dengan predikat A. Sementara itu pada tahun 2015 dinobatkan menjadi *Seafood Restaurant Great Performing Website* dan tahun 2016 menjadi juara pertama dari *Adibakti Mina Bahari Award Fishery processing and marketing sector*.

Seperti usaha restoran yang lainnya, D-Cost Seafood telah dikenal masyarakat dan memiliki banyak pengikut, seperti yang tertera dalam akun instagram yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Jumlah Pengikut Media Sosial Instagram D'Cost Seafood

Data di atas menunjukkan bahwa D-Cost Seafood sudah dikenal oleh masyarakat khususnya di DKI Jakarta yang merupakan tempat pertama kali gerai ini dibuka. Jumlah usaha restoran yang begitu banyak ini membuat persaingan usaha yang semakin ketat termasuk D-Cost Seafood. Banyak restoran-restoran menerapkan berbagai strategi khususnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan harapan pelanggan akan kembali melakukan kunjungan ke restoran tersebut. Kepuasan konsumen menjadi kunci awal agar para konsumen tidak berpindah ke tempat lain. Kepuasan konsumen akan tercipta manakala apa yang dipersepsikan konsumen sesuai dengan apa yang diditerimanya. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi penting bagi keberlangsungan usaha kuliner atau restoran, hal ini untuk menjaga agar setiap pelanggannya tidak mudah berpindah ke tempat lain.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari complain yang disampaikan pelanggan, semakin banyak complain maka kepuasan pelanggan semakin rendah dan sebaliknya. Salah satu D-Cost Seafood yang berlokasi di Jakarta Barat terdapat beberapa complain yang disampaikan pelanggan baik secara langsung maupun melalui website seperti yang tertera dalam tabel berikut.

Tabel 1.3
Ulasan Komplain Pelanggan (2019)

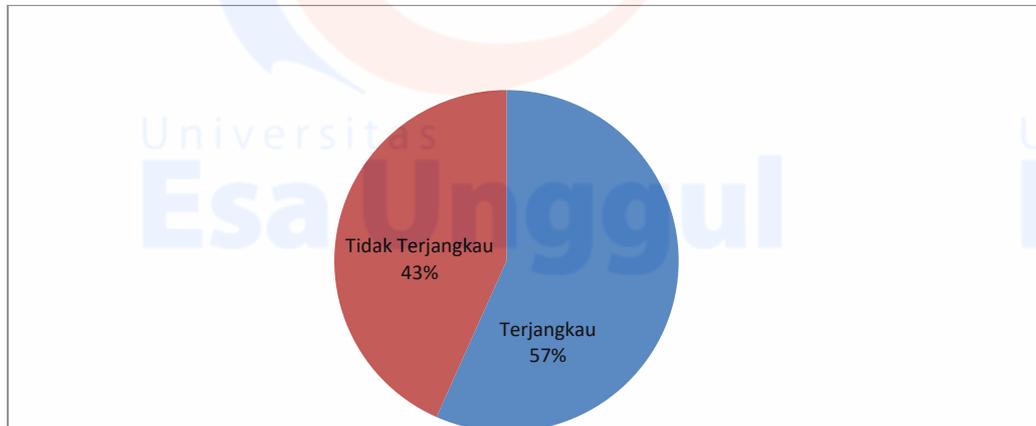
Cabang Dcost	Ulasan
D-Cost Binus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya pesan cumi saos padang, ternyata cuminya belum matang, masih berlendir gitu. 2. Harga nya sudah bukan harga kaki lima lagi, rasanya pun biasa saja, pelayanan terlalu lama, not recommended resto 3. Makanan tersedia cukup lama karena ramai, tempat kurang bersih namun masih oke.
D'Cost Seafood-Thamrin Terrace	<ol style="list-style-type: none"> 4. Tempat nya enak pas. Tapi yang di sayang kan saya pesan Nasi Goreng Jawa tidak pedas untuk anak saya, tapi hasil nya Nasi Goreng

	<p>pedas yang saya dapat. Apa memang di resto ini saya gak bisa request makanan pedas atau tidak nya.</p> <p>Akhirnya nya anak saya batal makan, jadi buang waktu saja. Tolong di rubah ya biar tidak ada yang kecewa lagi.</p> <p>5. OMG lama banget pelayanannya. Harga kaki lima, pelayanan kaki lima juga. Rasa standard lah. Biasa aja gak rasa bintang lima juga seperti motonya.</p>
D'Cost Seafood CitraLand	<p>6. Harap bersabar, jangan makan di sini jika anda telah kelaparan!!! Penyajian sangat lama, tempat luas tapi selalu sepi.</p> <p>7. Dcost citra land sudah tidak nyaman lagi, sambal nya beli dan es teh manis nya awal nya beli dulu, tidak seperti dulu jadi saya sudah tidak merasakan nyaman</p>
D'COST Seafood - Seasons City	<p>8. Parah banget rasanya makin kurang, pelayanan juga. Lelet, soal harga lumayan lah untuk harga seafood, tapi pelayanan itu lama padahal gak rame" banget, tingkatin pelayanannya dong biar pelanggan gak kecewa, masa iya nunggu nasi doang sampe kelaparan padahal pesenan juga nggak banyak banyak amat.</p> <p>9. Sudah dua kali makan cumi bakar kecap selalu gosong, jadi pahit rasanya dan gak bisa dimakan</p>

Sumber : Ulasan Google (2019)

Data di atas memperlihatkan ulasan pelanggan yang menunjukkan komplain ke D-Cost Seafood di beberapa cabangnya. Komplain pertama meliputi makanan yang dipesan tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan pelanggan seperti gosong, mentah sampai rasa yang tidak enak. Kedua berkaitan dengan pelayanan yang kurang sesuai harapan pelanggan seperti lama antri, lama menunggu sampai dengan salah hidangkan pesanan. Komplain selanjutnya berkaitan dengan harga yang mana pelanggan menganggap harga makanan dan minuman sudah tidak lagi seperti harga makanan kaki lima karena kenaikan harga. Ulasan komplain ini menunjukkan masih ada pelanggan yang merasa harapannya tidak terpenuhi dan menimbulkan kekecewaan. Artinya masih ada pelanggan yang belum merasa puas atas pembelian yang dilakukannya.

Sementara itu, peneliti juga melakukan pra survey pada 30 pelanggan di salah satu cabang D-Cost Seafood di Jakarta Barat berkaitan dengan kesesuaian harapan atas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil pra survey sebagai berikut.



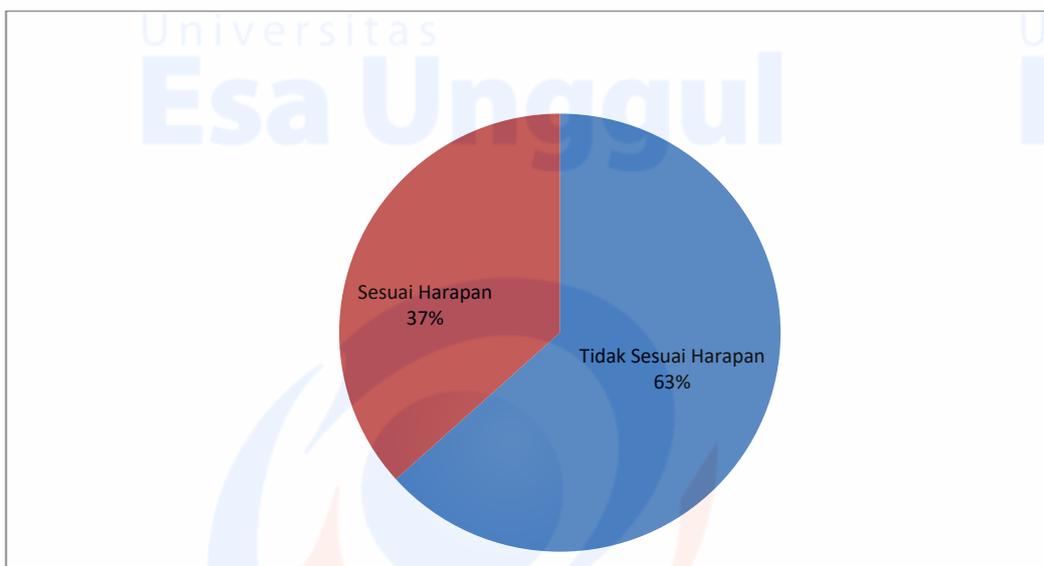
Sumber : Pra Survey Pelanggan (2019)

Gambar 1.2

Pra Survey Harga Makanan dan Minuman D-Cost Seafood

Berdasarkan hasil pra survey mengenai harga makanan dan minuman di D-Cost Seafood diketahui bahwa sebagian besar pelanggan memberikan jawaban “tidak”, artinya masih banyak pelanggan yang masih menganggap harga makanan dan minuman di D-Cost Seafood kurang terjangkau.

Hasil pra survey mengenai kualitas makanan dan minuman di D-Cost Seafood disajikan dalam gambar berikut.



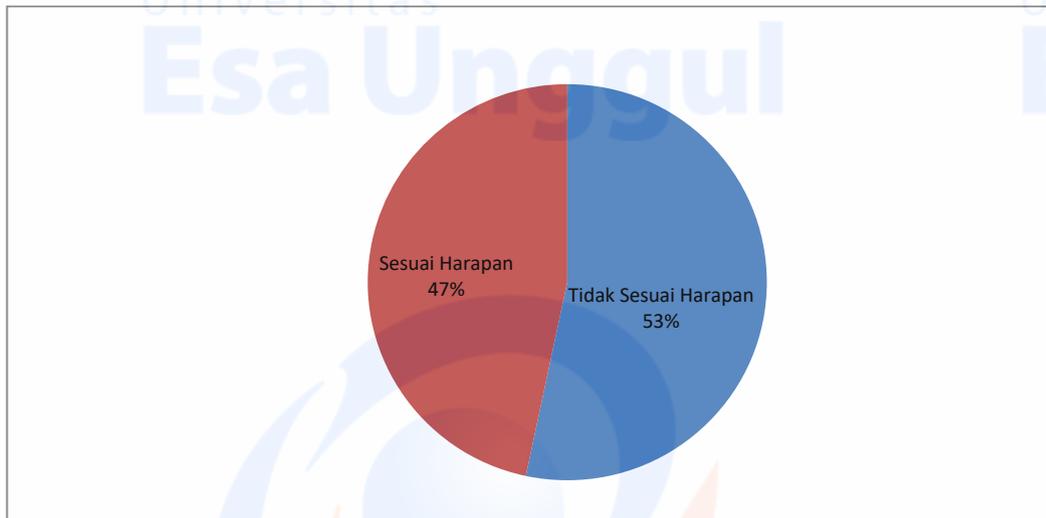
Sumber : Pra Survey Pelanggan (2019)

Gambar 1.3

Pra Survey Kualitas Makanan dan Minuman D-Cost Seafood

Berdasarkan hasil pra survey mengenai harga makanan dan minuman di D-Cost Seafood diketahui bahwa sebagian besar pelanggan memberikan jawaban “tidak”, artinya masih lebih banyak pelanggan yang menganggap kualitas rasa makanan dan minuman di D-Cost Seafood tidak sesuai harapan saya.

Hasil pra survey mengenai kualitas pelayanan di D-Cost Seafood disajikan dalam gambar berikut.



Sumber : Pra Survey Pelanggan (2019)

Gambar 1.4
Pra Survey Kualitas Pelayanan D-Cost Seafood

Berdasarkan hasil pra survey mengenai kualitas pelayanan di D-Cost Seafood diketahui bahwa sebagian besar pelanggan memberikan jawaban “tidak”, artinya masih banyak pelanggan yang menganggap pelayanan dari karyawan di D-Cost Seafood tidak sesuai harapan saya.

Melalui hasil pra survey, terlihat bahwa faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang banyak menjadi keluhan pelanggan. Harga sering menjadi perhatian bagi pelanggan. Harga merupakan salah satu instrument yang dijadikan sebagai tolak ukur oleh konsumen untuk menentukan kualitas barang dan pelayanan yang didapatkan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Faktor kualitas produk juga penting sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk bisa bermanfaat berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*) yang berpotensi memuaskan pelanggan. Produk yang

berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan pelanggan dapat dipenuhi. Melalui keinginan pelanggan terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat pelanggan menerima suatu produk bahkan akan merasa puas pada produk tersebut. Beberapa produk yang ditawarkan oleh D-Cost Seafood berkaitan dengan berbagai variasi makanan dan minuman dan ukuran atau porsi sesuai dengan pesanan pelanggan. Pada menu makanan dibedakan menjadi dua yaitu hidangan laut dan hidangan non laut. Pada hidangan laut misalnya berbagai variasi olahan cumi, gurami, kuwe, patin kepiting, kerang dan sebagainya, sedangkan pada hidangan non laut meliputi berbagai olahan dari ayam, sapi, bakmi, omelete, nasi goreng dan lain sebagainya. Selain itu, D-cost Seafood juga menyediakan berbagai olahan makanan dari bahan sayur-sayuran. D-Cost Seafood menggunakan bahan-bahan yang masih segar dan diolah dengan peralatan yang lebih modern sehingga dari segi higienis juga terjamin, hal ini untuk menjamin kualitas dari makanan yang dihidangkan kepada pelanggan.

Faktor lain yang juga menjadi perhatian pelanggan menuju tingkat kepuasan yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen. Setiap pelanggan mengharapkan pelayanan yang baik dalam proses pembelian, ketika pelayanan yang diberikan sesuai yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan merasa senang yang mana perasaan ini awal pelanggan yang puas. Begitu sebaliknya ketika pelayanan yang diberikan sangat mengecewakan maka akan menimbulkan ketidakpuasan dalam pembelian, hal ini tentu sangat tidak diinginkan baik dari pihak restoran maupun pelanggan karena sangat memungkinkan pelanggan tersebut untuk tidak kembali melakukan pembelian di tempat tersebut. Untuk itu, faktor kualitas pelayanan yang diberikan D'Cost Seafood menjadi penting dalam mewujudkan pelanggan agar memiliki tingkat kepuasan yang baik.

Berbagai pelayanan diberikan oleh D-cost Seafood yang bertujuan dalam memudahkan pelanggannya diantaranya pesan antara (*delivery*), layanan ini diberikan pada pelanggan yang tidak ingin membeli langsung di kedai D-cost Seafood namun melalui aplikasi atau via telephon untuk diantar sesuai dengan lokasi yang diinginkan pelanggan. Selain itu, D-cost Seafood memberikan pelayanan yang maksimal bagi setiap pelanggannya yang datang langsung ke lokasi mulai dari fasilitas tempat sampai kenyamanan dalam meningkatki sajian makanan.

Berdasarkan uraian diatas, faktor harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebagaimana telah diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan D'Cost Seafood dalam tiga bulan terakhir belum maksimal, hal ini terlihat dari banyaknya komplain yang disampaikan pelanggan. Hal ini dimungkinkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Sesuai hasil pra survey diketahui bahwa masih banyak pelanggan

yang menganggap bahwa harga makanan dan minuman di D-Cost Seafood kurang terjangkau, kualitas rasa makanan dan minuman di D-Cost Seafood tidak sesuai harapan, dan pelayanan dari karyawan di D-Cost Seafood tidak sesuai harapan.

Dengan demikian perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DCOST SEAFOOD”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah penelitian, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut.

1. Kepuasan pelanggan D-Cost Seafood belum maksimal, hal ini terlihat dari berbagai komplain yang disampaikan pelanggan, sehingga menjadi masalah yang perlu diidentifikasi penyebabnya.
2. Harga makanan dan minuman di D-Cost Seafood masih dianggap pelanggan masih kurang terjangkau, sehingga memungkinkan dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.
3. Makanan dan minuman yang disajikan tidak seperti yang diharapkan, seperti kualitas rasa yang berubah maupun dijumpainya makanan yang gosong, sehingga memungkinkan dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.
4. Pelayanan karyawan D-Cost Seafood kurang sesuai dengan harapan pelanggan seperti penyajian yang relatif lama, sehingga memungkinkan dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikembangkan melalui latar belakang masalah yang telah diuraikan, yaitu :

1. Apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D’Cost Seafood?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D’Cost Seafood?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D’Cost Seafood?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D’Cost Seafood?
5. Variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan D’Cost Seafood?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, yaitu:

1. Untuk membuktikan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Cost Seafood.
2. Untuk membuktikan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Cost Seafood.
3. Untuk membuktikan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Cost Seafood.
4. Untuk membuktikan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan D'Cost Seafood.
5. Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan D'Cost Seafood.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai indikator dalam memecahkan masalah atau mengantisipasi masalah kepuasan pelanggan melalui perbaikan dalam unsur yang terkandung dalam harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi D'Cost Seafood dalam merumuskan strategi-strategi pemasaran yang tepat dalam menopang pengembangan bisnis yang berdampak pada persaingan yang lebih ketat yang pada akhirnya memberikan nilai terbaik bagi pelanggan.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan kognitif yaitu kemampuan mengetahui, kemampuan memahami, kemampuan menerapkan, kemampuan menganalisis, kemampuan menarik kesimpulan, dan kemampuan mengevaluasi mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sebagai media dalam menambah referensi dalam perkembangan ilmu pemasaran.