

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam Era Globalisasi pada abad XXI ini sudah menjadi tuntutan mutlak bagi setiap organisasi bisnis untuk tidak sekadar bertahan hidup. Ia harus berani maju dan mampu bersaing bebas dengan unsur lain di dalam dan di luar lingkungan.

Secara kebetulan, buku Profesor W.Chan Kim & Reneé Mauborgne yang berjudul BLUE OCEAN STRATEGY terbitan Harvard Business School Publishing Corporation, Boston tahun 2005, pada prinsipnya bertema PERUBAHAN dan berani menantang perusahaan-perusahaan di seluruh dunia untuk berani keluar dari *status quo*, dengan menciptakan strategi baru dengan biaya ekonomis dan menjadikan persaingan tidak relevan. Secara filosofis *Blue Ocean Strategy* ini dapat diibaratkan : “ Daripada mereka harus bersaing memperebutkan “kue tradisional” untuk mendapatkan bagian kue yang makin sedikit, lebih baik menciptakan “kue baru” lebih besar, murah dan menarik.”

Strategi ini juga yang tampaknya digunakan oleh pemilik restoran D'Cost Seafood. Kejelian David Vincent Marsudi dalam melihat peluang yang ada didorong oleh masih minimnya restoran seafood yang lebih merakyat. Peluang ini pula yang mampu menciptakan restoran seafood yang menarik perhatian

banyak konsumen sejak dibukanya gerai pertama di Kemang, pada 9 September 2006. Hal ini disebabkan layanannya yang cepat, harga relative murah dan ruangan yang bersih dan tertata rapi. Menurut David, kekuatan D'Cost memang terletak pada *volume*. Dengan pembelian bahan baku dalam jumlah besar langsung dari nelayan atau petani, D'Cost mampu menekan harga jual mereka sehingga mereka unggul dalam harga. Ditambah lagi dengan penggunaan teknologi iPad, yang membuat layanan menjadi cepat dan tepat. Keberhasilan ini masih ditambah dengan terobosan D'Cost dalam mendirikan *D'Cost Academy*, *D'Cost Logistic* dan mulai uji coba penggunaan iPad di salah satu cabangnya D'Cost Mall Ambassador, Jakarta.

Sebagai contoh, dengan *D'Cost Academy*, D'Cost bisa mendidik SDM-nya untuk bisa memberikan pelayanan terbaik, termasuk menciptakan kreasi menu terbaru serta inovasi promo yang unik dan menarik. Manajemen D'Cost juga mengembangkan inovasi *Delivery Services*, yang menawarkan menu khusus dan kemasan eksklusif sejak 10 Oktober 2010. Meskipun layanan ini baru dijalankan di tiga kota, yaitu: Jakarta, Surabaya dan Bandung.

Strategi jitu lainnya dari Restoran D'Cost, D'Cost memiliki strategi marketing yang lain dari yang lain seperti "*Mangan sak waregmu, mbayar sak karepmu*", yang artinya makan sepuasnya, bayar sesukamu. Juga membuat daya saing D'Cost bertambah di antara restoran lainnya saat ini. Juga promo

umurmu=diskonmu, yang dilakukan setiap hari Selasa, dengan menunjukkan KTP.

Restoran D'Cost memiliki moto “ **Mutu Bintang Lima, Harga Kaki Lima**”, namun tetap menyediakan layanan menu makanan yang dapat diandalkan, suasana yang nyaman dan aspek higienitasnya terjamin. Dengan ini, telah berhasil membuat image tersendiri di mata masyarakat. Berawal dari hal tersebut, penulis tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul “ **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran D'Cost**”.

B. Identifikasi Masalah

1. Tingginya tingkat persaingan dalam industri restoran
2. Penerapan strategi bisnis terhadap pelayanan dari Restoran D'Cost
3. Kebutuhan konsumen akan layanan restoran yang cepat dan harga terjangkau

C. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan Restoran D'Cost.

D. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan restoran D'Cost mal Ciputra ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen restoran D'Cost mal Ciputra?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran D'Cost mal Ciputra?
4. Faktor kualitas pelayanan manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen restoran D'Cost mal Ciputra?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen Restoran D'Cost mal Ciputra terhadap kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan restoran D'Cost mal Ciputra.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran D'Cost mal Ciputra.
4. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen restoran D'Cost mal Ciputra.

F. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian bertujuan untuk memberikan manfaat :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam usahanya untuk mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Bagi penulis, untuk menambah khasanah ilmu manajemen pemasaran dan latihan penerapan teori-teori yang didapat dari perkuliahan.
3. Bagi pihak lain, kiranya dapat memberikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori yang dianggap relevan sebagai landasan untuk penelitian, yang kemudian disusun ke dalam uraian penelitian berupa kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengambilan sample, metode pengolahan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang *Company Profile*

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merinci seluruh proses penelitian dan hasilnya. Hasil pengolahan data akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang nantinya akan disimpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup, dimana penulis akan memberikan kesimpulan atas keseluruhan analisa serta mengungkapkan saran-saran yang dapat menjadi masukan.