

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi, kebudayaan asing mulai masuk ke beberapa Negara termasuk di Indonesia. Budaya tersebut mulai membaaur dan turut mempengaruhi perilaku dan selera dari masyarakat. Masyarakat pun tidak menutup diri dari budaya-budaya tersebut tanpa melunturkan jati diri dan kepribadian bangsa Indonesia. Beberapa budaya yang masuk ke Indonesia diantaranya budaya jepang dan korea. Budaya korea akhir-akhir ini berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini disebut dengan fenomena Korean. Budaya yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari diantaranya lagu, film, fashion, kosmetik, dan makanan. Para pengusaha mulai mengambil kesempatan dari masuknya fenomena ini, berbagai bisnis mulai berkembang dengan sangat pesat terutama di bidang makanan.

Food producer merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan bagi beberapa pengusaha yang baru untuk berbisnis maupun yang sudah lama berkecimpang di dunia tersebut. Bisnis ini sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang dan bisnis ini seakan tidak pernah mati dan terus berkembang setiap tahunnya.

Kepuasan konsumen bergantung dengan bagaimana pelayanan yang di berikan. Pelayanan adalah tindakan seorang maupun organisasi dalam memberikan kepuasan pada konsumen, sesama karyawan dan juga pimpinan (kasmir 2017). Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan demi memenuhi kebutuhan orang lain (Endra Sugiarto 2002). Kualitas pelayanan adalah salah satu usaha yang bertujuan agar tercapainya kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali melakukan transaksi jual beli atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen merasa puas dan enggan untuk berpindah tempat.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam berbisnis. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis makanan

menuntut para pengusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar membawa kesan yang baik bagi konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen bisa membawa dampak positif dan menambah konsumen baru. Apabila konsumen merasa puas, maka mereka akan melakukan pembelian yang berulang. Konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan tempat food producers kepada saudara, teman dan kerabat.

Selain terus berusaha untuk meningkatkan mutu dan kualitas makanan serta jasa pelayanan yang terbaik, pengusaha food producer harus mampu menerapkan strategi yang efektif yang dirancang untuk memuaskan konsumen. Karena apabila perusahaan tersebut berorientasi pada kepuasan konsumen, hal tersebut akan berpengaruh besar terhadap loyalitas atau kesetiaan konsumen terhadap suatu brand atau merek. Apabila sudah setia terhadap suatu merk tersebut, maka siklus kehidupan bisnis makanan tersebut akan berjalan dengan baik dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan makanan lainnya. Ini merupakan suatu langkah untuk lebih maju dalam memposisikan diri untuk melawan persaingan di industri yang sama. Keunggulan kompetitif tersebut akan menjadi keunggulan bersaing masa yang akan datang.

Dalam penelitian menemukan ada beberapa konsumen mengatakan kualitas pelayanan yang dapat dikatakan masih kurang baik, diantaranya karyawan yang kurang ramah dan antrian yang sering kali menumpuk. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen belum sesuai SOP pelayanan yang ada. Dengan adanya hal ini menjadi perhatian pihak food untuk memperbaiki kualitas pelayanannya. Sadar akan peran penting konsumen dan pengaruh konsumen terhadap keuntungan untuk bisnis ini, maka pihak food berupaya untuk mencari apa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang kurang, masih banyak pula konsumen yang tetap datang kembali ke food ini. Kepuasan konsumen menjadi faktor utama untuk mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan dalam bisnis makanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN PADA CV. BIMA RAMADHAN FOOD”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan di Bima Ramadhan Food?
2. Hambatan apa saja yang di hadapi pada Bima Ramadhan Food dalam pengembangan kualitas karyawan?

## **1.3 Tujuan Penelitian:**

1. Untuk menganalisis seberapa kualitas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bima Ramadhan Food.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bima Ramadhan Food.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan bagi pelaksana pendidikan dalam meningkatkan mutu lulusan.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi Bima Ramadhan Food.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Metode ini digunakan dengan mengadakan penelitian secara langsung ke lapangan pada perusahaan yang bersangkutan tentang masalah yang diteliti, dimana sumber data yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Observasi

Melakukan secara langsung ke lapangan pada perusahaan yang bersangkutan tentang masalah yang diteliti, dimana sumber data tersebut Berada.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Di dalam penulisan ini, penulis mengelompokan menjadi beberapa bab

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisikan teori-teori yang berkaitan dengan tugas akhir ini.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PEMBAHASAN MASALAH**

Bab ini menjelaskan gambaran umum tentang Bima Ramadhan Food serta pembahasan masalah perusahaan tersebut tentang pengembangan karyawan.

### **BAB IV PENUTUP**

Bab ini menyajikan kesimpulan dari laporan dan beberapa saran yang mungkin berguna bagi pihak perusahaan.