

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada konteks pemasaran modern saat ini, yang menjadi pilar utama dalam menjalankan bisnis untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba salah satunya adalah kepuasan konsumen. Utama mengatakan “indikator terbaik untuk mendapatkan laba di masa mendatang adalah kepuasan konsumen” (Kotler dan Keller, 2014). Dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Kepuasan pelanggan mempunyai empat dimensi yang terdiri dari *expectation* (harapan), *perceived delivery product or service* (penyampaian produk atau jasa yang dirasakan), *confirmation or disconfirmation* (konfirmasi dan diskonfirmasi), *complaining behavior* (perilaku mengeluh) (Lovelock at el.2004). Apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi kualitas pelayanan dan sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan memperoleh (Utama, 2014:134). Selain itu, Indrasari mengemukakan bahwa setiap perusahaan bertujuan untuk memuaskan pelanggan untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Indrasari, 2019:82). Secara tidak langsung beberapa pendapat tersebut menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan oleh profesionalisme perusahaan akan menjadi pengaruh besar untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Atmodjo dan Fauziah (2019:14) mengatakan terdapat faktor-faktor yang mendukung profesionalisme yaitu adanya pendidikan, pelatihan, bimbingan, pengembangan, baik dalam bidang pengetahuan maupun keterampilan. Peralatan yang lengkap dan canggih juga mempengaruhi profesionalisme suatu pekerjaan, serta adanya perhatian dan motivasi dari pimpinan. “Profesionalisme diartikan sebagai mutu, kualitas, dan tindak tanduk yang merupakan ciri suatu profesi atau orang yang profesional. Profesionalisme juga dapat dimaknai sebagai sikap mental dalam bentuk komitmen dari para anggota suatu profesi, agar senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kemampuannya sesuai aturan serta etika yang berlaku.” (Kumparan.com, 24 Mei 2023). Perbuatan atau perilaku yang profesional dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan profesionalisme tidak terlepas dari pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan.

Secara umum, pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang ditujukan untuk kepuasan pelanggan, karena melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Pelayanan prima di dunia bisnis disebut juga sebagai *Excellent Service*. Parasuraman dalam Tjiptono (2011) mengatakan bahwa *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima) adalah faktor yang mempengaruhi kualitas suatu layanan. Pendapat Norman dikutip Djafri pelayanan prima merupakan suatu tindakan dalam manajemen modern yang menganggap

kepedulian terhadap pelanggan adalah hal yang paling utama. Dalam tugas pelayanan diperlukan suatu sikap baik dan ramah yang wajar serta kemauan untuk bekerja dengan baik. Hampir semua perusahaan menerapkan perilaku pelayanan prima kepada pelanggannya. Salah satu perusahaan yang menerapkan pelayanan prima adalah industri pengelolaan dan penyajian makanan atau biasa disebut restoran.

Restoran merupakan tempat yang menyediakan makanan dan minuman. Arief (2009:41) mengatakan, dalam restoran bisnis terdapat tiga bagian inti yaitu bagian dapur yang mempersiapkan dan memproduksi hidangan, bagian *dining room* atau restoran yang menawarkan dan menyajikan hidangan-hidangan yang telah dimasak oleh bagian dapur. Industri penyajian makanan dan minuman ini selalu berubah-ubah dari tahun ke tahun untuk mengikuti perkembangan zaman dan selera pembeli yang selalu berubah. “Dengan semakin besarnya restoran, pelayanan kepada tamu yang semakin bervariasi begitu pula menu makanannya dan semakin besar perkembangannya” (Arief, 2009:34).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan khususnya di Kota Palembang terdapat sekitar 1.316 restoran, beberapa diantaranya merupakan restoran *Fine Dining*. Salah satu restoran *Fine Dining* yang menjadi rekomendasi adalah Butcher Steak & Pasta yang menyediakan makanan dan minuman dengan kualitas tinggi. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari penilaian ulasan dari media sosial *tripadvisor.co.id* salah satunya dengan nama pengguna jodyk33 mengatakan “Makanan steak enak, ramai, pelayanan bagus & baik, menu bervariasi, tempatnya juga nyaman & bagus cuma parkirnya sempit” (ulasan *tripadvisor*,2019). Butcher Steak & Pasta

mendapat komentar yang positif salah satunya dalam pelayanan yang sangat memuaskan. Meskipun harga jual makanan dan minuman di Butcher Steak Pasta lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual di restoran pada umumnya, tetapi tetap ramai pengunjung setiap harinya. Melihat hal tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pelayanan yang diberikan oleh Butcher Steak & Pasta untuk menarik minat pelanggan.



Gambar 1.1. Ulasan Pengunjung

Sumber : Tripadvisor.co.id

Pada kesempatan ini, penulis perlu menguraikan lebih lanjut mengenai masalah yang penulis jabarkan dalam judul Karya Akhir, **“PENGARUH PROFESIONALISME PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BUTCHER STEAK & PASTA PALEMBANG”**.

Pembahasan ini akan mengarah pada profesionalisme pelayanan dalam menarik minat pelanggan untuk berkunjung dan menikmati produk makanan dan jasa di Butcher Steak & Pasta Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis akan menjabarkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana profesionalisme Pelayanan di Butcher Steak & Pasta Palembang ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang ?
3. Bagaimana Pengaruh profesionalisme pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Profesionalisme Pelayanan di Butcher Steak & Pasta Palembang
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang
3. Untuk Mengetahui Profesionalisme Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan, untuk mempertahankan dan meningkatkan profesionalisme pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang.
2. Bagi Peneliti, menambah ilmu pengetahuan, informasi, serta wawasan dari segala aspek mulai dari penulisan dan penelitian.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, Penulis mempunyai ruang lingkup penelitian yang dibahas, yaitu bagaimana profesionalisme pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Butcher Steak & Pasta Palembang dengan melihat tanggapan dari responden dan data pengunjung di Butcher Steak & Pasta Palembang. Penelitian ini dimulai pada bulan Juni 2023.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan Tugas Akhir ini mencakup 5 bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang dasar-dasar penulisan Tugas Akhir yang mencakup latar belakang, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisi tentang teori-teori dasar yang diperoleh dari Buku, jurnal, skripsi, tesis dan lain-lain lalu digunakan dalam penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang berupa pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian eksperimen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil pembahasan yang telah di rumuskan di dalam rumusan masalah, validitas, dan reliabilitas. Pengujian validitas dalam penelitian ini adalah Profesionalisme Pelayanan (X), dan Kepuasan Pelanggan (Y), dengan jumlah pertanyaan untuk variabel X.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah dibahas dan saran untuk semua pembaca.