BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Prasetyo, B (2019) Setiap organisasi memerlukan sumber daya untuk mencapai usaha yang telah ditentukan. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting yang terus menerus dibicarakan. Oleh ka rena itu diperlukan usaha-usaha yang lebih bagi peningkatan dalam membina manusia sebagai tenaga kerja. Organisasi harus dapat mengatur dan memanfaatkan sedemikian r upa sehingga potensi sumber daya manusia yang ada di organisasi dapat dikembangkan.

Jenis usaha yang cukup me narik untuk dianalisis saat ini adalah bidang kuliner atau makanan yang merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang, sehingga banyak dimamfaatkan untuk menjadi salah satu peluang usaha oleh masyarakat. Usaha ini mampu menghasilkan keuntungan yang cukup besar,selain itu faktor lain yang mendorong untuk membuat usaha tersebut adalah terjadinya pergeseran pola hidup di masyarakat yang sudah terbiasa untuk makan diluar rumah, karena selain efesiensi juga dijadikan sarana refreshing, baik bersama keluarga maupun ke rabat. Usaha dalam bidang ini disebut dengan usaha kuliner. Usaha ini mengalami perkem bangan yang pesat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah restauran, cafe, maupun warung yang ada disetiap daerah, termasuk di Jakarta Pusat.

Menurut Warnadi (2019) Perkembangan usaha kuliner yang bermunculan membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan persaingan yang berbeda- beda yaitu baik dari segi kualitas makanan, cita rasa, pelayanan maupun pemasaran atau promosi. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh setiap pelaku usaha adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan tersebut akan berkelanjutan yang akan menarik lebih banyak pelangg an, karena salah satu indikator yang cukup handal untuk kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus mengakuisisi pelanggan baru dengan konsep kepuasan pelangg an,

akan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap bagian pasar. kepuasan pelan ggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas atau senang.

Muzdalifah (2019) Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang. Kunci dari kesuksesan usaha bubur ayam di jakarta pusat ini mengutamakan kualitas makanan nya dengan takaran bumbu-bu mbu yang pas dan dengan peralatan-peralatan kualitas tinggi untuk mempertahankan cita rasa yang khas dari bubur tersebut. Dilihat dari perpaduan bahan antara satu dengan yang lain , pengusaha tersebut tidak tanggung tanggung dalam mengkombinasikan semuanya. Citarasa sendiri ialah atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur , dan suhu. Citarasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, pencium, perabaan, pengliihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa *taste buds* yang terletak dilidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari citarasa.

Selain dari kualitas makanan dan citarasa, kualitas pelayanan menjadi poin penting yang mendukung kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan. Dikarenakan data penjualan bubur ayam tidak dibukukan oleh pemilik, maka peneliti merangkum sedikit data penjualan hasil wawancara dengan pemilik bubur ayam tersebut.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2022

Jam Operasioanal	Penjualan	Jangka Waktu	Pendapatan
18.00 – 00.00	10 - 20 Mangkok	Per Hari	Rp.150.000 – Rp.300.000
18.00 – 00.00	300 - 600 Mangkok	Per Bulan	Rp.4.500.000 – Rp.9.000.000
18.00 – 00.00	3600 - 7200 Mangkok	Per Tahun	± Rp.108.000.000

Sumber : warung bubur ayam (februari - juli 2022)

Menurut Muzdalifah (2019) perkembangan dunia industri makanan saat ini memasuki persaingan yang sangat ketat di tandai adanya berbagai usaha yang dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat melalui sarana dan prasarana yang lebih baik. Persaingan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Oleh karena itu setiap perusahaan di dorong untuk mam pu melakukan hal-hal yang di anggap lebih baik dari pesaing guna mampu menghadapi tantangan tersebut.

Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi penelitian di Bubur ayam Kemayoran ini, antara lain :

1) Apa yang membuat Bubur ayam ramai pengunjung
2) Ketertarikan saya dalam kuliner indonesia.
3) Lebih efisien untuk menghemat waktu dan biaya karena Jakarta Pusat domisili tempat saya tinggal.
4) Kualitas sumber daya manusia yang menjadi peranan penting UMKM tersebut.
5) Promosi yang tidak berkembang dengan media yang semakin maju
6) Kualitas bahan topping yang tidak segar

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS MAKANAN, CITARASA, PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Study Kasus Pada Bubur Ayam Di Kemayoran)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini antara lain :

1) Apakah terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam ?
2) Apakah terdapat pengaruh citarasa terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam ?

3) Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam ?
4) Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam ?
5) Apakah terdapat pengaruh antara kualitas makanan, cita rasa, pelayanan dan promosi secara ber sama terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam.
2) Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam .
3) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam.
4) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam.
5) Untuk mengetahui pengaruh secara bersama antara kualitas makanan, cita rasa, pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di bubur ayam.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut ini penjelasan dari kedua manfaat penelitian tersebut :

1) Secara teoritis

- Memberikan tambahan pemahaman konsep atau teori mengenai pengaruh besar bahwa keutamaan kuliner yaitu dilihat dari kualitas makanan, cita rasa, layanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

- Sebagai pembelajaran bahwa kebutuhan dan kepusan pelanggan menjadi yang utama disetiap usaha apapun yang dijalani.

2) Secara praktis

- Bagi peneliti

  Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan evaluasi terkait perubahan situasi dan kondisi, perubahan gaya hidup bersosial di dunia usaha makanan.

- Bagi perusahaan (UMKM)

  Penelitian ini memberikan manfaat bagi para UMKM karena setiap kebutuhan pelanggan yang utama, sipemilik tahu kelemahan dan kelebihan apa yang dipunya di tempat usaha tersebut.