

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki beragam kekayaan wisata dan kuliner. Sebagai kota pelajar, Yogyakarta mampu menarik konsumen dengan berbagai wisata alam dan kulinernya. Kuliner merupakan bisnis yang tidak ada matinya, bahkan usaha ini sangat menjanjikan dengan pengembalian modal yang relatif cepat. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi para usaha bisnis untuk merintis usaha kuliner.

Perkembangan kuliner di Yogyakarta sangat pesat. Saat ini bisnis makanan menjadi tonggak perekonomian daerah Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan realisasi pendapatan asli daerah (PAD) Pemerintah Kabupaten Sleman pada 2016 mampu melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp 648,8 miliar, yang didalamnya termasuk pemasukan jenis pajak lain seperti hotel, restoran, dan parkir telah terpenuhi bahkan realisasi PBB mampu melebihi target. Dari angka yang dipatok 64 miliar, realisasi telah menembus angka Rp 65 miliar (sumber www.republika.co.id). Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa perkembangan kuliner di daerah Yogyakarta sangat berkembang pesat.

Saat ini kuliner yang berkembang tidak hanya gudek yang menjadi *icon* kota Yogyakarta, namun berbagai hidangan lain juga mewarnai kuliner Yogyakarta. Hidangan dari berbagai daerah di Indonesia juga berkembang pesat, misalnya coto Makasar, sate padang, seblak, rawon, nasi balap khas Lombok, dan lain

sebagainya. Perkembangan kuliner daerah yang terdapat di kota Yogyakarta tidak lepas dari konsumennya yang kebanyakan berasal dari berbagai daerah dan tinggal di Yogyakarta.

Pada saat ini, salah satu kuliner yang sedang berkembang adalah kuliner sate. Berbagai jenis sate yang di jual di daerah Yogyakarta antara lain sate ayam, sate kambing, sate kere, sate ayam khas Madura, sate klatak, dan sebagainya. Di Yogyakarta banyak ditemukan penjual sate. Ada yang berjualan di kakilima, di pinggir jalan, bahkan ada di sepanjang jalan Malioboro. Selain itu, bisnis sate pun kini merambah ke restoran. Mr.Teto merupakan usaha restoran yang menyajikan menu makanan sate ayam dan soto Madura. Outlet Mr.Teto terletak di jalan Perintis Kemerdekaan 61A Umbulharjo. Keunggulan dari produk di Mr.Teto ini antara lain produk satenya yang khas dan unik yaitu terletak pada teknik pengolahannya, yaitu pada saat pengolahan menggunakan campuran madu dan kelapa sehingga rasanya sangat khas dan berbeda dari yang lainnya. Namun, pada waktu malam produk yang ditawarkan pada daftar menu tidak semua nya tersedia.

Usaha sate dan soto Madura milik Junaidi ini berkembang mulai tahun 2012. Nama Mr.Teto sendiri merupakan singkatan dari sate soto Madura. Kata “Mr” di sini bukan berarti *mister* (dalam bahasa Inggris berarti bapak) tapi kata “Mr” berarti Madura. Junaidi sang *owner* sukses mem-*branding* sate soto khas Madura dengan nama Mr.Teto. Pada awalnya, Mr.Teto melakukan promosi dari rumah ke rumah, dari satu instansi ke instansi lain, serta menyebar brosur promosi *delivery order* sate Madura pertama di Indonesia. *Branding* Mr.Teto semakin kuat sehingga usahanya pun makin melejit. Produk-produk yang ada di Mr.Teto

semakin dikenal oleh konsumen, seperti sate kelapa dimadu, sate madurasa, soto rancap, soto koya, dan lain-lain.

Jumlah karyawan di Mr.Teto sedikit, yaitu berjumlah lima orang setiap satu *shift* terdiri dari *waiters* ada dua orang, satu orang di kasir, satu orang dibagian pembakaran sate, dan satu orang di dapur. Ketika outlet ramai karyawan sibuk menyiapkan dan mengantarkan pesanan, sehingga konsumen kurang mendapatkan pelayanan dengan baik. Pelayanannya juga kurang ramah. Konsumen tidak diberi tahu prosedur pemesanan menu, sehingga konsumen yang baru sekali ke Mr.Teto menjadi kebingungan. Untuk prosedur pemesanannya konsumen mengambil menu di meja kasir sendiri, memilih menu makanan, dan menyerahkan ke kasir. Berdasarkan hasil pengamatan tanggal 2 Februari, untuk konsumen yang memesan sate ayam original, pesanan akan datang dalam jangka waktu sekitar 10 sampai 15 menit karena sebelumnya sate sudah setengah matang dan tidak perlu dibumbui lagi.

Perkembangan Mr.Teto tidak lepas dari produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Makin meningkatkan usaha ini, makin bertambah pula pesaing-pesaing yang menyediakan produk yang sama. Namun, hal ini tidak membuat surut. Berbagai strategi dilakukan oleh Mr.Teto untuk menarik minat konsumen agar berkunjung dan menikmati hidangan sate dan soto khas Madura.

Fasilitas yang disediakan di Mr.Teto cukup memadai dengan adanya wifi dan toilet. Namun, lahan parkirnya kurang luas. Selain itu, di Mr.Teto juga tidak menyediakan mushola. Lahan parkir hanya mampu menampung 10 kendaraan

roda dua dan 1 kendaraan roda empat. Selain itu tempat makannya juga kurang nyaman, asap bakaran sate masuk ke area makan sehingga mengganggu konsumen yang makan ditempat. Meskipun fasilitas yang diberikan belum maksimal, pengunjung yang datang tetap banyak. Rata-rata pelanggan perhari dalam waktu tiga bulan dari bulan Oktober-Desember yaitu 120 orang.

Kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen serta meningkatkan daya saing. Konsumen akan menilai pelayanan yang di berikan oleh perusahaan dan akan membandingkan dengan perusahaan lain. Selain itu, konsumen juga akan membandingkan produk dan pelayanan yang di terima dengan yang diharapkan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk maupun pelayanan yang diterima di suatu perusahaan akan merasa senang dan akan berkunjung lagi di lain waktu, serta dapat menciptakan promosi dari mulut ke mulut. Sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan kecewa dan bisa menginformasikan kejelekan perusahaan tersebut kepada orang lain. Oleh sebab itu, produk dan pelayanan menjadi tonggak utama bagi perusahaan *food and beverage* dalam menjalankan bisnis.

Mr.Teto dari tahun 2012 sampai 2018 mengalami perkembangan, dari mulai jumlah pelanggan yang bertambah dan usahanya merambah ke *delivery order* yang saat ini telah bekerja sama dengan 52 instansi. Dengan perkembangan usaha Mr.Teto yang semakin meningkat, membuat peneliti tertarik untuk mengamati kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Mr.Teto. Dengan terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto akan memberikan manfaat seperti adanya promosi konsumen dari mulut

ke mulut. Tentu saja hal ini dapat berdampak positif bagi Mr.Teto karena dapat menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan omset.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.
2. Pelayanan di Mr.Teto kurang ramah.
3. *Waiters* tidak memberi tahu prosedur pemesanan di Mr.Teto, sehingga pengunjung yang baru pertama kali ke Mr.Teto menjadi kebingungan.
4. Karyawan di Mr.Teto jumlahnya sedikit, untuk satu *shift* hanya ada 2 waiter, 1 kasir, 1 di bagian dapur, dan 1 dibagian pembakaran. Sedangkan pelanggan yang datang relatif banyak.
5. *Waiters* sibuk mengantarkan pesanan sehingga kadang konsumen kurang mendapat pelayanan dengan baik.
6. Konsumen yang datang ke Mr.Teto relatif banyak, namun tempat parkirnya kurang luas.
7. Konsumen yang merasa tidak puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, akan kecewa dan tidak akan kembali lagi ke Mr.Teto.
8. Jumlah pelanggan di Mr.Teto relatif banyak, namun belum diketahui data mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, agar pembahasan tidak luas maka penelitian ini perlu batasi yaitu:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk di Mr.Teto.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Mr.Teto.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk di Mr.Teto?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Mr.Teto?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk di Mr.Teto.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Mr.Teto.

F. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa
 - a. Dapat menambah pengetahuan mengenai aspek-aspek kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan, sehingga akan menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan membuka usaha restoran.

- b. Dapat menambah wawasan dan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis.
 - c. Dapat menjadi acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.
2. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta pada umumnya, khususnya kajian ilmu bagi para mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Boga.

3. Bagi Mr.Teto
- a. Mr.Teto dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen.
 - b. Mr.Teto dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan, sehingga mampu membuat pelanggan merasa puas.
 - c. Mr.Teto dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.