

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Diera modern ini perkembangan bisnis di Indonesia dalam bidang kuliner saat ini sangatlah menarik untuk diteliti. Hal tersebut merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang sangat viral dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia. Sehingga banyak sekali usaha catering, rumah makan atau tempat usaha lainnya dengan berbagai model dalam pelayanannya.

Dalam perkembangan bisnis serta teknologi akhir-akhir ini telah muncul suatu gejala, yang semakin banyak dan keragaman produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada industri yang sama, hal ini membuat persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis dituntut untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur. Siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati sajian kuliner yang kini menjamur. Saat ini dapat dilihat makin banyak kafe, rumah makan, dan bahkan warung tenda bermunculan diberbagai tempat baik yang berlokasi di dalam sebuah pusat pembelanjaan, di pinggir jalan raya maupun di daerah perumahan, dengan makin maraknya persaingan persaingan antara usaha kuliner saat ini, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan

keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dalam persaingan pasti ada pengusaha sukses yaitu seseorang yang mendirikan usaha dan mengelolanya sesuai dengan tata pengelolaan perusahaan yang baik, dan mampu mengembangkan usahanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya diseluruh penjuru dunia, salah satunya konsumen restoran siap saji. Perkemabangan industri pangan saat ini lagi berkembang dengan cepat, khususnya di daerah perkotaan. Hal tersebut ditandai dengan menjamurnya berbagai restoran siap saji di dirikan. Beberapa tahun ini, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan. Industri restoran dan makan hingga saat ini masih di yakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun demikian dalam periode yang sama banyak restoran yang gulung tikar, karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Sukses dibidang makanan dan minuman tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya saja tetapi, ditentukan juga oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.¹

Warung gunung merupakan salah satu perusahaan milik perorangan yang didirikan oleh Bapak Yahya awal tahun 2017, yang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang usaha kuliner. Menurut hasil observasi yang peneliti lakukan yakni untuk usaha ini menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, dilihat dari harga, yang mereka berikan tergolong relative terjangkau.

¹ Mashur Malaka, 2014, *Jurnal AL-Adl Praktek Monopoli dan Persaigan Usaha*, e-journal.IAIN Kendari.ac.id/al-adl/article/view/218. Di unduh pada tanggal 16 Januari 2021.

Selain itu warung gunung juga memberikan promosi, mulai harga paket, mengadakan *event*, kemudian penataan ruang yang bagus, serta lokasi yang nyaman dan menarik bagi konsumennya. Dengan konsep penyajian makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas yang di olah dengan bumbu pilihan, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat.²

Disini peneliti tertarik, mengenai Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Tinjau dari Manajemen Syariah pada warung gunung Mojoroto Kediri. Dari segi strategi maupun pelayanan antar restoran siap saji sendiri, yakni restoran siap saji warung gunung ini dapat di lihat dari segi perkembangannya. Bukan hanya dari segi perkembangannya saja, akan tetapi pada manajemen pelayanan atau strateginya dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang kian marak semakin melambung pesat. Di sini peneliti berusaha ingin mengetahui sejauh mana strategi pelayanan pada usaha warung gunung ini antara warung lainnya yang ada di Kota Kediri.

Namun, selain warung gunung ada beberapa pesaing yang sejenis serta memiliki jarak yang sangat berdekatan dengan warung gunung antara lain, café Expo, dan warung atau café lainnya. Yang merupakan sebuah usaha juga yang bergerak di bidang kuliner. Warung gunung mempunyai peluang dan tantangan yang sama dengan warung lainnya. Konsumen lebih akan membandingkan harga, lokasi, kenyamanan ruangan, serta fasilitas tambahan lainnya yang diberikan oleh rumah makan siap saji tersebut dengan apa yang diharapkan mereka. Jika konsumen merasa puas, tentu akan kembali makan

² Manajer warung gunung, Mojoroto Kediri, 25 Juli 2020.

atau menggunakan jasa tersebut dan menjadi pelanggan yang setia, serta akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain.

Maka untuk mengetahui peningkatan jumlah pengunjung peneliti mengambil sampel dari warung gunung dengan warung exspo karena di warung exspo sistemnya dari mulai pemesanan hingga pembayaran menggunakan web (online), berikut data yang di gunakan:

Tabel 1.1
Data perbedaan Warung Gunung dengan café Exspo

N O	Perbedaan	Warung Gunung	Café Exspo
1	Segi Tempat	Rumah makan Warung Gunung tersebut lokasinya mudah di jangkau yang berada di pinggir jalan raya yang di lewati kendaran umum juga. dan tempat yang luas, juga bersih. Dalam warung ini terdiri dari 150 meja dan 8 lesehan. Wagu buka setiap hari, dan 24 jam buka	Tempatnya nyaman dan untuk tata letak mejanya berjumlah 25 dan 8 lesehan. Untuk parkirannya ada upah sewanya kalau motor 2 ribu mobil 3 ribu lokasinya strategis berada di pinggir jalan raya dan berada dekat dengan sekolah dan buka jam 10 pagi sampai 10 malam.
2	Segi Produk	Produk atau daftar menu di rumah makan Warung Gunung ini banyak seperti makanan, snack, minuman dingin dan panas, sambel dan masih banyak yang lain. Untuk pelayanan produknya waiters datang langsung menggunakan handphone	Produk yang ditawarkan berupa: main menu, bubble variant, special drink, snacks, set menu paket, special coffe, special tea. Untuk pelayanan produknya waiters tidak langsung datang ke tempat.
3	Segi Pelayanan	Sistem pelayananpun berbeda ketika pemesanan menu, di rumah makan Warung Gunung ini dengan	Bisa pesen langsung dikasir atau bisa pesan langsung melalui aplikasi yang sudah disediakan. Masing-masing

		menggunakan aplikasi. Dan dalam segi sistem pembayaran (kasir), di warung gunung ini sistem pembayarannya yang paling menarik yaitu, saat pembayaran pelayanan jemput pelanggan untuk pembayarannya dan langsung ada notanya, hal tersebut menjadi pelanggan tidak perlu antri ke kasir.	meja ada barcode kemudian di scan dan nanti akan muncul web khusus milik kedai expo, gunanya untuk memesan tanpa ke kasir dan pembayarannya bisa dibayar dipelayan yang mengantar makanan atau minuman.
4	Segi Harga	Harga makanan di warung gunung ini sangat terjangkau lebih murah mulai. Harga minuman dari 2 ribu sampai 10 ribu, harga makanan dari 2 ribu sampai 40 ribu yang paling mahal menu gurami namun yang lainnya harganya sangat terjangkau. Di Warung Gunung tersebut mempunyai slogan yaitu "DOMPET SENANG PERUT KENYANG "	Harga makanan di Warung Ekspo terbilang harga kota karena produk harga yang ditawarkan mulai dari 7 ribu sampai 30 ribu.
5	Segi omset	Di rumah makan Warung Gunung ini dalam sehari omsetnya bisa mencapai 2,5 juta hingga 5 juta per/hari	Di rumah makan Warung Ekspo ini dalam sehari omsetnya bisa mencapai 3 juta – 6 juta per/hari.

Sumber data: Wawancara Manajer Warung Gunung dan supervaser kedai expo Mojoroto Kediri.³

Mengapa peneliti sangat tertarik dengan Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di warung gunung Mojoroto Kediri ini, karena dari hasil observasi dan Searching di Internet dari berbagai sumber, warung gunung lebih meningkat dan terus berupaya bisa bersaing dengan

³ Manajer warung gunung dan Supervisor kedai expo, Mojoroto Kediri, 15 Agustus 2020.

warung lainnya. Di warung gunung ini harga murah disbanding warung lain disekitarnya, tempatnya enak dan strategis. Berdasarkan data dan uraian diatas pelanggan warung gunung mengalami peningkatan dengan pembuktian data sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data Pelanggan Warung Gunung

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2017	1,560 orang
2	2018	3,620 orang
3	2019	6,210 orang
4	2020	4,300 orang

Sumber: wawancara manajer Rumah Makan Warung Gunung⁴

Berdasarkan data pengunjung rumah makan warung gunung pada tahun 2017, 2018, 2019 Terjadinya peningkatan jumlah pengunjung di warung gunung karena banyak faktor yang didukung, semula pada tahun 2017 jumlah pelanggan masih terbilang rendah karena pada tahun tersebut warung gunung masih mulai usaha dan masih menggunakan sistem manual, dengan berkembangnya zaman pada tahun 2018 warung gunung mengubah pelayanannya dengan memanfaatkan IT (*Informasi Teknologi*), sehingga pada tahun 2018 hingga 2019 jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Dan di tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan karena adanya wabah *Covid*

⁴Manajer warung gunung, Mojoroto Kediri, 25 Juli 2020.

19 atau *Corona Virus* yang mewabah di Indonesia, sehingga mempengaruhi jumlah pengunjung.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengamati lebih lanjut dengan cara melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Tinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di Rumah Makan Warung Gunung Mojoroto Kediri)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pelayanan Warung Gunung Mojoroto Kediri Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan ?
2. Bagaimana strategi pelayanan Warung Gunung Mojoroto Kediri Mojoroto Kediri dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Tinjau Dari Manajemen Syariah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Pelayanan Warung Gunung Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan di Rumah Makan Warung Gunung Mojoroto Kediri dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Tinjau Dari Manajemen Syariah

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan wawasan dalam hal strategi pelayan dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Rumah Makan Warung Gunung Mojoroto Kediri ditinjau dari manajemen syariah.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi Lembaga

Sebagai bahan tambahan untuk menambah literatur tentang ekonomi syariah serta dijadikan bahan pertimbangan untuk peneliti berikutnya.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan tentang strategi pelayan dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Rumah Makan Warung Gunung Mojoroto Kediri ditinjau dari manajemen syariah.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah konsumen di Rumah Makan Warung Gunung Mojoroto Kediri ditinjau dari manajemen syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan terhadap penulis maupun peneliti sejenis di masa yang akan datang.

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang terdahulu sehingga tidak terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan untuk mempermudah focus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hanafik Priambodo Pratama pada tahun 2014 yang berjudul "*Strategi Pelayanan Koperasi Syariah Harum Dhaha Kota Kediri Dalam Meningkatkan Penjualan Produk*". Hasil dari skripsi ini penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kemajuan yang diperoleh KSSU Harum Dhaha meliputi bertambahnya penjualan produk yang dimilikinya dan bertambahnya keuangan yang diperoleh KSSU berupa aset, dana pihak ketiga, dana yang tersalur dan laba. Peningkatan penjualan produk KSSU mengalami peningkatan 40% pada tahun 2012-2013, namun ada beberapa produk yang belum mengalami peningkatan yang signifikan dikarenakan persaingan yang ada dan kurangnya SDM pemasar yang dimiliki KSSU Harum Dhaha. Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri menerapkan strategi pelayanan yang terarah yaitu elemen-elemen pelayanan yang harus diperhatikan diantaranya keandalan, yaitu memberikan pelayanan dan produk yang handal. Daya tanggap, memberikan pelayanan yang cepat dan selalu siap

membantu nasabah. Kemudian jaminan yaitu dengan memberikan rasa nyaman kepada nasabah KSSU berupa ijin dari pihak terkait. Serta berempati atau berpihak kepada nasabah dan menjaga baik hubungan dengan nasabah dan bukti langsung atau yang terlihat pada sistem komputerisasi, kebersihan, kesegaran udara menggunakan penyejuk udara/ AC yang semuanya itu bertujuan untuk mememanjakan nasabah.⁵

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yosi Putri Septiani, pada tahun 2008 yang berjudul “*Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di CV. Miki Tour Solo*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Miki Tour didirikan oleh seseorang yang telah berpengalaman memimpin suatu Biro Perjalanan Wisata. Agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik, pimpinan CV. Miki Tour berusaha merekrut orang-orang yang ahli dalam bidang ticketing yang ramah, mendukung para pegawai dan memberi insentif, serta berusaha memberikan perhatian secara individual yang tinggi kepada para pelanggan. Di samping itu kerjasama yang baik dengan para pemangku kepentingan juga akan berpengaruh pada tingkat kualitas pelayanan pelanggan.⁶

3. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Retnowati pada tahun 2016 yang berjudul “*Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank di Bank DKI Cabang Otista Jakarta Timur*”. Hasil

⁵ Hanafik Priambodo Pratama, “*Strategi Pelayanan Koperasi Syariah Harum Dhaha Kota Kediri Dalam Meningkatkan Penjualan Produk*”, STAIN KEDIRI 2014.

⁶Yosi Putri Septiani, “*Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di CV. Miki Tour Solo*”, (Surakarta, Universitas Sebelas Maret, 2008).

penelitian menunjukkan bahwa sebagian bank yang ada di Indonesia, khususnya pada kategori Bank Pembangunan Daerah (BPD) kurang baik pelayanannya pada konsumen. Termasuk Bank DKI Jakarta yang hanya berada di urutan ke-4 di bawah Bank NTB, Bank Jatim dan Bank Jateng. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pelayanan yang tepat dan efektif untuk peningkatan jumlah nasabah sesuai yang ditargetkan. Hasil Penelitian menyatakan bahwa strategi pelayanan untuk meningkatkan jumlah nasabah secara umum cukup baik, karena di tahun 2015 mampu mencapai perolehan nasabah sebesar 97,96% (130.581 nasabah) dari 133.300 nasabah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Zelvi Dianita yang berjudul “*Strategi Pelayanan di PT Arminareka Perdana Surabaya*” pada tahun 2019. Skripsinya menjelaskan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya Pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya adalah pelayanan yang berkualitas dalam artian pelayanan utama dan pelayanan tambahan untuk kepuasan para jamaah Haji dan Umroh.⁷
5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Atun Chasanah pada tahun 2015 yang berjudul “*STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga*”. Hasil penelitian ini menunjukkan PT. PLN Rayon Purbalingga dalam memenuhi pelayanan agar kepuasan pelanggan dari pengguna listrik pasca

⁷ Zelvi Dianita, “*Strategi Pelayanan di PT Arminareka Perdana Surabaya*”, (Surabaya, Universitas Negeri sunan Ampel Surabaya, 2019).

bayar adalah dengan memberikan kemudahan atau memperluas jaringan pembayaran melalui PPOB (Payment Point Online Bank), yaitu pembayaran bisa dilakukan melalui Atm Banking, E-Banking, Sms Banking, kantor pos. Dalam perspektif ekonomi Islam terwujud dalam hubungan antara manusia, karena di dalamnya karyawan PT. PLN (Persero) Purbalingga tidak membedakan antara pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lainnya, semua dilayani dengan ramah, cepat dan tanggap.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas mengenai strategi pelayanan yang digunakan masing-masing perusahaan sehingga bisa meningkatkan penjualan produk atau meningkatkan jumlah pengunjung. Perbedaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian sekarang terletak pada strategi pelayanan yang di gunakan oleh masing-masing perusahaan, untuk penelitian sekarang strategi pelayanan yang digunakan terdapat pada sistem pembayaran, sistem pemesanan menu dan konsep rumah makan tersebut.