

ABSTRAKSI

Di dalam globalisasi ekonomi yang melanda semua negara di dunia, perusahaan – perusahaan memasuki lingkungan bisnis yang sangat berbeda dengan lingkungan bisnis sebelumnya. Lingkungan bisnis sekarang dan di masa yang akan datang memiliki karakteristik : (1) *customer* memegang kendali bisnis, (2) persaingan menjadi tajam, (3) perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, serentak dan pervasif. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat mengakibatkan perubahan posisi dan fungsi perusahaan, baik manufaktur maupun jasa. Pada awalnya kegiatan perusahaan hanyalah memproduksi barang dan jasa tanpa memperhatikan faktor *customer*. Namun sekarang, di dalam kompetisi yang sangat tajam, agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing – pesaingnya, maka salah satu aspek yang harus mendapat perhatian pihak perusahaan adalah aspek *customer*. Perusahaan haruslah menyadari bahwa *customer* menghasilkan profit bagi perusahaan. Di dalam memberikan pelayanan kepada *customer*, perusahaan sebaiknya telah menentukan segmentasi *customer* yang akan dilayaninya. Hal ini mempengaruhi proses bisnis internal yang terjadi di perusahaan dalam upayanya memenuhi kebutuhan *customer*.

Berdasarkan hal itulah penulis mengadakan penelitian untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui proses bisnis internal yang terjadi. Subyek penelitian adalah Pizza Hut Darmo. obyek penelitiannya adalah pelayanan makan di restoran (*dine in*), pelayanan pesan bawa (*take away*), dan pelayanan pesan antar (*delivery*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan bentuk studi kasus tunggal (*single case study*), yaitu yang dilakukan hanya pada satu organisasi. Studi kasus digunakan karena diharapkan dapat memahami secara mendalam dan terfokus pada salah satu bidang ilmu pengetahuan dalam kondisi praktik yang sebenarnya dengan segala kompleksitasnya. Untuk mengetahui apakah upaya yang dilakukan telah meningkatkan kepuasan *customer*, maka akan dibandingkan hasil survey kepuasan *customer* dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah sebagai berikut : *percentage of sales product, on time delivery, customer complaints, cycle time, dan manufacturing cycle efficiency*.