

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, pariwisata merupakan salah satu bidang industri yang sangat menunjang program pemerintah, khususnya dalam pemasukan devisa negara dan pembangunan pada umumnya. Bidang pariwisata juga dapat membawa citra bangsa di negara lain. Oleh karena itu, pihak pemerintah maupun swasta berusaha meningkatkan bidang pariwisata dalam hal produktivitas atau efisiensi dari tenaga kerja yang potensial, terutama di bidang perhotelan, industri makanan dan minuman seperti restoran, rumah makan, cafe. Bidang ini masih dianggap kurang memiliki tenaga terampil dan siap pakai yang benar-benar dibutuhkan. Berbagai usaha telah dilaksanakan untuk menyiapkan tenaga kerja yang siap pakai dan professional.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi, barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Contohnya, dalam industri makanan dan minuman yang menyediakan macam-macam makanan dan minuman yaitu restoran, rumah makan, café.

Menurut Suarhana (2006 : 23) restoran adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman

untuk umum di tempat usahanya. Sedangkan menurut Sihite (2000 : 16) restoran adalah suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa restoran adalah tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial.

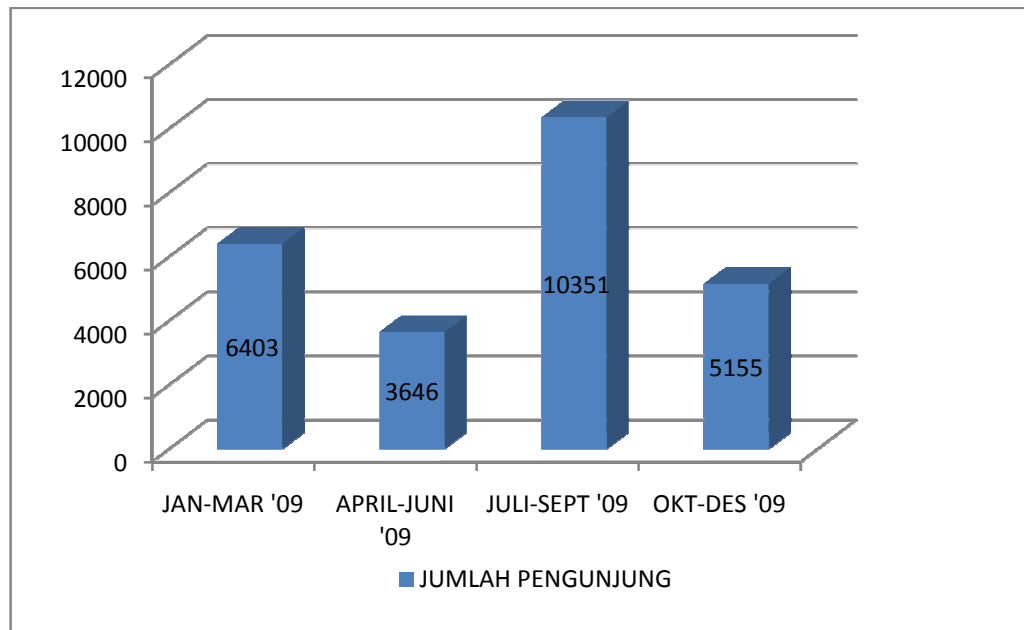
Bersamaan dengan adanya perubahan perilaku dan kemampuan manusia dalam mengelola usaha bidang bisnis kuliner, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan makanan dan minuman. Dewasa ini mendorong para pengusaha di bidang bisnis kuliner khususnya dari daerah perkotaan hingga daerah pedalaman yang memiliki berbagai macam makanan khas yang sangat lezat.

Salah satu contoh perkembangan restoran saat ini terdapat di kota Bandung. Kota Bandung telah terkenal dengan wisata kulinernya. Hampir di setiap sudut kota terdapat sajian makanan dan minuman yang menggugah selera. Di kota Bandung telah terdapat banyak jenis restoran yaitu Table D' hote Restaurant, Coffee Shop atau Brasserie, Cafeteria atau Café, Canteen, Dinning Room, Inn Tavern, Pizzeria, Speciality Restaurant, and Family Tipe Restaurant. Yang salah satunya ialah restoran Kelapa Lagoon yang ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya. Restoran Kelapa Lagoon merupakan jenis Table D'hote

Restaurant, yang menurut Marsum (1994) bahwa Table D'hote Restaurant adalah suatu restoran yang khusus menjual makanan menu table d' hote, yaitu suatu susunan menu yang lengkap (dari hidangan pembuka sampai dengan hidangan penutup) dan tertentu, dengan harga yang telah ditentukan pula. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan restoran Kelapa Lagoon itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Menu yang disajikan di restoran Kelapa Lagoon terdiri dari makanan Indonesia khususnya khas sunda dan makanan seafood. Macam-macam menu khas sunda dari restoran Kelapa Lagoon ialah nasi liwet, ayam, gurame, ikan mas, pepes, sop dan sayur, sate, tumisan, dan macam-macam menu seafood ialah udang bago, udang jerbung, cumi, baronang, kakap merah, bawal putih, dan kerapu. Dari menu tersebut ada menu favorit dari restoran Kelapa Lagoon yaitu nasi liwet special.

Restoran ini memiliki konsumen dari dalam dan luar negeri. Jumlah pengunjung di restoran ini pun terbilang sangat banyak. Di triwulan pertengahan tahun 2009 restoran ini memiliki peningkatan jumlah pengunjung tetapi lain halnya dengan akhir triwulan tahun 2009 ini. Seperti bagan di bawah ini.



Sumber : Data Restoran Kelapa Lagoon 2009

Gambar 1.1
Bagan Penurunan Jumlah Pengunjung Restoran Kelapa Lagoon Periode Januari 2009 – Desember 2009

Dari data di atas menunjukkan bahwa di akhir triwulan tahun 2009 jumlah pengunjung restoran Kelapa Lagoon mengalami penurunan dari triwulan sebelumnya. Pada awal triwulan Januari hingga Maret 2009 sampai triwulan kedua April hingga Juni 2009 jumlah pengunjung restoran Kelapa Lagoon menunjukkan penurunan sebanyak 43,05 %, Sedangkan triwulan ketiga, Juli hingga September menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung mencapai 183,90% dan pada akhir triwulan Oktober hingga Desember 2009 jumlah pengunjung menunjukkan penurunan kembali dan hanya mencapai 50,19%. Dengan demikian penurunan rata-ratanya ialah 46,62%. Hal ini menunjukkan bahwa telah mengalami penurunan jumlah konsumen dari triwulan sebelumnya. Penurunan jumlah pengunjung tersebut menunjukkan adanya indikasi ketidakpuasan konsumen

terhadap restoran Kelapa Lagoon. Pada triwulan Juli hingga September menunjukkan peningkatan yang sangat besar dari triwulan sebelumnya, dikarenakan khusus pada waktu bulan puasa atau Idul Fitri restoran Kelapa Lagoon menyediakan makanan gratis atau tajil untuk semua konsumen restoran Kelapa Lagoon.

Sebagian besar konsumen yang membeli makanan dan minuman di restoran Kelapa Lagoon menginginkan kualitas produk yang bagus. Beberapa konsumen ada yang beranggapan kualitas produk yang kurang bagus, seperti rasa makanan yang disajikan kurang lezat, kebersihan makanan kurang baik, kombinasi warna makanan kurang menarik dan kesegaran makanan kurang menarik. Apabila kualitas produk menurun maka konsumen akan merasa apa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataannya, maka akan terjadi ketidakpuasan konsumen.

Jika suatu produk disajikan dengan kualitas yang baik maka akan terjadi kepuasan kepada konsumen, kualitas produk yang diharapkan sesuai dengan harapannya. Menurut Kotler (2000 : 36) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan kepuasan atau kekecewaan yang didapat dari mengkonsumsi sebuah produk dalam hubungannya dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler, menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.

Jadi, produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan

keinginan atau kebutuhan. Termasuk didalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

Menurut Armstrong dan Kotler (2000:226) bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, itu termasuk ketahanan keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, dan menawarkan nilai atribut lainnya.

Kualitas produk adalah salah satu faktor dalam menentukan kepuasan konsumen, apakah produk yang diberikan oleh restoran sesuai atau tidak dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tidak hanya kualitas produk, harga pun salah satu faktor dalam menentukan kepuasan konsumen. Dengan kebijakan-kebijakan dalam menentukan harga yang ditawarkan restoran Kelapa Lagoon yang sesuai dengan daya beli konsumen. Harga menu di restoran Kelapa Lagoon dari termurah Rp 4.500 dan harga termahal Rp 545.000, harga tersebut termasuk harga untuk kategori kalangan menengah ke atas.

Sebagian besar konsumen beranggapan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti harga yang ditawarkan restoran kemahalan, harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan daya beli konsumen contohnya menawarkan produk dengan harga yang mahal sedangkan konsumen tidak mampu untuk membeli, harga yang diberikan berada diatas harga pesaing. Maka hal tersebut yang akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Restoran sebaiknya memberikan harga yang sesuai dengan harapan konsumen agar konsumen tidak beranggapan harga yang diberikan restoran

kemahalan. Jika konsumen beranggapan seperti itu, maka akan menimbulkan penurunan jumlah pengunjung di restoran tersebut.

Menurut Kotler (1997:340) bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Jadi, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan konsumen. Pola berpikir perusahaan dalam menetapkan harga jualnya harus sedikit dimodifikasi. Penetapan harga memang bukan sesuatu yang mudah dilakukan karena berbagai produk saling memiliki keterkaitan permintaan dan biaya yang berada pada tingkat persaingan yang berlainan. Selain itu, menurut Nitisemito (1993:55) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang di mana berdasarkan nilai tersebut, seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain.

Di dalam sebuah restoran, tidak akan terlepas dari kualitas pelayanan terhadap konsumennya. Kualitas pelayanan pun adalah salah satu faktor terpenting dalam menentukan kepuasan konsumen.

Menurut Berry, Parasuraman dan Ziethaml (1993:21-22) bahwa kualitas pelayanan adalah kecocokan antara ekspektasi atau keinginan konsumen dan persepsi mereka. Selain itu, menurut Ziethaml dan Bitner (1996:44) kualitas pelayanan adalah persepsi dari konsumen terhadap keunggulan atau kelebihan pelayanan.

Jadi, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu usaha restoran, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan

membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Ada ketidakpuasan dari konsumen restoran Kelapa Lagoon. Hal ini diperkuat dengan data yang diperoleh langsung dari konsumen restoran Kelapa Lagoon melalui wawancara yang diambil dari kuesioner sementara dengan jumlah sampel 30 pengunjung restoran.

Tabel 1.1
Tanggapan Responden Tentang Faktor yang Menyebabkan Ketidakpuasan dan Kepuasan Di Restoran Kelapa Lagoon Kota Bandung

Faktor	f	Puas	%	Tidak Puas	%
Harga	30	12	40	18	60
Kualitas Makanan	30	14	46,67	16	53,33
Kualitas Pelayanan	30	13	43,33	17	56,67
Tempat Parkir	30	25	83,33	5	16,67
Lain-lain	30	29	96,67	1	3,33

Sumber: Data Kuesioner 2009, diolah

Dari penelitian awal, berdasarkan kuesioner menunjukkan bahwa 60% konsumen menyatakan ketidakpuasannya terhadap harga yang ditawarkan oleh restoran Kelapa Lagoon dan 40% menyatakan puas. Sedangkan sebanyak 53,33% konsumen menyatakan ketidakpuasannya terhadap kualitas produk yang dihidangkan dan 46,67% menyatakan puas. Untuk ketidakpuasan akan kualitas pelayanannya berkisar 56,67% dan 43,33% menyatakan puas. Sisanya sebanyak 16,67% dan 3,33% konsumen menyatakan tidak puas akan tempat parkir dan faktor lainnya.

Oleh karena itu, dari uraian masalah tersebut di atas maka dalam skripsi ini penulis mengambil judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan dan hasil wawancara yang penulis lakukan, maka dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Kelapa Lagoon Jl.Sumatra kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi restoran Kelapa Lagoon JL.Sumatra kota Bandung dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka. Agar tidak mengalami penurunan pengunjung atau konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya kepuasan konsumen, ilmu manajemen pemasaran dan teori-teorinya.