

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi, juga merupakan bagian dari pembangunan nasional suatu bangsa. Pariwisata mempunyai efek terhadap perekonomian suatu daerah tujuan wisata, ada kecenderungan bahwa pemerintah di negara berkembang memandang bahwa pariwisata merupakan salah satu alat untuk memudahkan pembangunan ekonomi. *United Nation World Tourism Organisation* (UN-WTO) juga telah memprediksikan bahwa pada tahun 2020 pariwisata akan menjadi industri terbesar di Dunia. Menurut UN-WTO, pariwisata internasional akan senantiasa mengalami pertumbuhan sebesar 4% sampai tahun 2010. Seiring dengan menguatnya indikator pertumbuhan ekonomi Dunia. UN-WTO, juga telah menyatakan bahwa pariwisata merupakan salah satu alat utama pengatasan kemiskinan melalui proyek *Millennium Development Goals* (MGD).

Perkembangan pariwisata di dunia dapat dilihat dari perkembangan kedatangan wisatawan yang terjadi antar benua di dunia, benua asia mempunyai kunjungan wisatawan tertinggi dibandingkan benua lain, yaitu sebesar 92%. Hal itu membuktikan kesuksesan benua asia dalam mendatangkan wisatawan. Negara Indonesia sebagai negara yang berada di Benua Asia mengalami peningkatan di bidang pariwisata.

Perkembangan pariwisata Indonesia saat ini juga sangat meningkat dengan keadaan negara yang belum pulih dan bencana alam pada tahun 2006 lalu,

Indonesia masih dapat meraih kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sebesar 4.796.603 dan penerimaan devisa sebesar 4.379.298 USD. Wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia pada tahun 2006 mencapai 115,385 juta orang, dengan jumlah kunjungan sebanyak 216,5 juta juga menghasilkan perputaran uang sebesar Rp. 78,6 triliun. Pariwisata jika dilihat dari efek ekonominya mengalami peningkatan yang cukup besar, yaitu Rp. 80 triliun per tahun.

Salah satu provinsi yang berkembang pariwisatanya baik adalah Provinsi Jawa Barat. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya jumlah kunjungan wisatawan. Berikut adalah data kunjungan wisman dan wisnus di Provinsi Jawa Barat tahun 2004-2010 :

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISMAN DAN WISNUS
DI PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2004 – 2010

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
2004	239,113	16,611,680	16,850,793
2005	207,935	16,890,316	17,098,251
2006	227,068	23,859,547	24,086,615
2007	338,959	23,782,302	24,121,261
2008	262,189	25,452,040	25,714,229
2009	321,258	27,113,410	27,434,668
2010	405,023	39,565,450	39,970,473

Sumber : Disbudpar Kab./Kota di Jawa Barat tahun 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan statistik jumlah kunjungan wisman dan wisnus ke Jawa Barat tahun 2004–2010 yang menggambarkan bahwa jumlah kunjungan wisman dan wisnus setiap tahunnya mengalami peningkatan. Jumlah kunjungan wisman ke Jawa Barat meningkat sebesar 20,2% pada tahun 2010 dan jumlah kunjungan wisnus ke Jawa Barat meningkat sebesar 22,8% pada tahun 2010. Hal ini dikarenakan Jawa Barat memiliki daya tarik wisata.

Jawa Barat merupakan salah satu destinasi atau tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara, seperti wisatawan dari Asia dan Eropa jumlah kunjungan wisman yang paling tinggi berasal dari Malaysia dan Singapura, dengan jumlah kunjungannya sebesar 70% dan sisanya berasal dari kawasan Eropa dengan target jumlah kunjungan sebesar 7 juta orang pada tahun 2010 (Data Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia 2010). Pada saat ini Jawa Barat sedang memfokuskan pada wisatawan Eropa dan German (Data Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2010). Berikut tabel yang menyatakan secara lengkap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung tahun 2010:

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN
KE KOTA BANDUNG TAHUN 2005-2010

NO.	SUMBER	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	WISNUS	946.344	1.537.272	1.750.000	1.837.500	1.925.000	2.071.459
2	WISMAN	75.407	81.388	87.000	91.350	81.997	92.998
JUMLAH		1.021.751	1.618.660	1.837.000	1.928.850	2.006.997	2.164.457

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung, 2010

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan statistik jumlah kunjungan wisnus dan wisman ke Kota Bandung tahun 2005–2010, menggambarkan bahwa setiap tahunnya jumlah kunjungan wisnus dan wisman mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan Kota Bandung sebagai Ibu Kota Jawa Barat memiliki berbagai macam daya tarik wisata yang didukung oleh infrastruktur yang makin membaik salah satunya dengan dioperasikannya Tol cipularang. Sehingga wisatawan dapat lebih mudah mengakses Kota Bandung yang banyak dipilih wisatawan. Wisatawan juga merasakan dampak dari perkembangan pariwisata Jawa Barat,

setelah dioperasikannya Tol Cipularang, dapat terlihat dari kemacetan di setiap ruas jalan utama Kota Bandung di setiap akhir pekan maupun di hari libur sekolah.

Kota Bandung menjadi salah satu daerah tujuan wisata. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kota Bandung telah berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan, yang mendorong peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) Kota Bandung. Saat ini, 37% PAD Kota Bandung berasal dari pajak pariwisata. Kedatangan wisatawan tersebut disebabkan oleh daya tarik sumber daya alam, budaya, keramahan, juga makanan khas yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Kebudayaan, alam, serta *factory outlet* yang dapat menarik wisatawan di Bandung, wisata makanan atau yang sering disebut wisata kuliner juga merupakan daya tarik wisata Kota Bandung. Sejak 1941 Kota Bandung sudah diposisikan sebagai sentra kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia (sumber: www.bandung-tourism.com tahun 2011).

Banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung harus diantisipasi dengan sarana akomodasi yang memadai seperti akomodasi restoran, karena banyak diantara wisatawan tersebut yang membutuhkan akan makan.

Restoran atau rumah makan merupakan salah satu sarana penting dalam Dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan orang akan makan. Pengertian restoran itu sendiri menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) 2009 "restoran adalah suatu bidang usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus untuk

setiap orang untuk makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya. Berikut data jumlah tempat makan di Kota Bandung tahun 2010 :

TABEL 1.3
DATA JUMLAH TEMPAT MAKAN DI KOTA BANDUNG
TAHUN 2010

Jenis	Jumlah
Restoran	121
Rumah Makan	440
Bar	10

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2010

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa industri restoran atau kuliner di Kota Bandung mempunyai potensi yang cukup baik dan dapat menjadi bisnis yang menguntungkan, baik untuk pebisnis, investor dan pemerintah (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung). Dari sisi ekonomi, wisata ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlihat dalam kegiatan wisata itu sendiri dan dapat memberikan kontribusi berupa PAD untuk Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan tempat yang banyak menyajikan berbagai macam makanan dan minuman, di mulai dari makanan dan minuman tradisional hingga modern. Kota Bandung juga merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi besar dalam pengembangan industri restoran.

Kota Bandung banyak memiliki variasi restoran. Berdasarkan klasifikasinya, restoran terbagi dalam beberapa jenis yaitu Talam Kencana (tingkat tinggi), Talam Salaka (sedang), Talam Gangsa (rendah), Waralaba, Bar, Rumah Makan A, B dan C. Restoran jenis Talam Kencana merupakan restoran yang dikenai pajak Rp. 3.000.000 /tahun, Talam Salaka Rp. 2.500.000 /tahun, Talam Gangsa Rp. 2.000.000 /tahun, untuk jenis waralaba Rp. 1.500.000 /tahun,

Bar Rp. 1.500.000 /tahun, sedangkan untuk jenis rumah makan kelas A sebesar Rp. 1.500.000 /tahun, rumah makan kelas B Rp. 1.000.000 /tahun dan rumah makan kelas C Rp. 500.000 /tahun. (sumber:www.bandung-tourism.go.id).

Berikut ini adalah data berdasarkan klasifikasi restoran di Kota Bandung dari tahun 2010 :

TABEL 1.4
DATA BERDASARKAN KLASIFIKASI RUMAH
MAKAN/RESTORAN/BAR DI BANDUNG
TAHUN 2010

No	Jenis	Klasifikasi	2010
1	Talam Kencana		5
2	Talam Salaka		13
3	Talam Gangsa		117
4	Waralaba		40
5	Bar		11
6	RM/Restoran	A	20
7	RM/Restoran	B	99
8	RM/Restoran	C	143
	Jumlah		448

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung 2010

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa Kota Bandung merupakan daerah yang kaya akan kulinernya. Dari jumlah di atas dapat dilihat bahwa jumlah restoran dan rumah makan yang terdaftar di Dinas Pariwisata Kota Bandung cukup tinggi, diperkirakan untuk tahun-tahun berikutnya akan terus meningkat, hal ini disebabkan oleh keadaan pariwisata Kota Bandung yang semakin baik yang menyebabkan banyaknya wisatawan baik itu wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang datang ke Kota Bandung, yang menjadikan

industri ini memiliki potensi yang sangat baik. Salah satunya adalah Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung yang termasuk dalam klasifikasi Talam Gangsa.

Restoran sebagai salah satu komponen pariwisata sangat menentukan wisatawan untuk memutuskan kunjungannya ke suatu daerah. Restoran tersebut memiliki bermacam-macam variasi dan jenis yang berbeda, antara lain rumah makan khas, restoran, masakan Indonesia, Asia, Eropa, Barat, restoran siap saji dan lain-lain. Sedikitnya terdapat enam jenis restoran yang ada di Kota Bandung, yaitu restoran Sunda (*Sundanese Food Restaurant*), restoran khas Indonesia (*Indonesian Food Restaurant*), restoran Eropa dan Internasional (*European & International Food Restaurant*), restoran Cina (*Asian Food Restaurant Chinese*), dan restoran Jepang, Korea, Thailand (*Japanese, Korean, & Thailand Food*), (sumber : *place to eat in Bandung 2010*). Berikut adalah tabel klasifikasi restoran di Kota Bandung :

TABEL 1.5
KLASISIFIKASI RESTORAN BERDASARKAN JENISNYA DI KOTA BANDUNG

Jenis Restoran/Rumah Makan	Nama Restoran/Rumah makan
<i>Sundanese food Restoran</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bumbu Desa - Sunda kelapa - Raja sunda - Ma Uneh - Saung Kabayan - R.M Ampera - BMC
<i>Indonesian food Restoran</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ayam Goreng Suharti - Raja Melayu - Sari Bundo

Jenis Restoran/Rumah Makan	Nama Restoran/Rumah makan
<i>European & International Food Restorant</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Angus House Steak - Braga Permai - CFC - KFC - Mc Donald - Pizza Hut - Dunkin Donuts
<i>Asian Food Restorant Chinesse</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Flamboyan - Imperial - Pancoran - King Garden - Sun Dragon - Tlaga Sari
<i>Japanesse, Korean, &Thailand</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Eden Café - Hanamasa - Hoka – Hoka Bento - Royal Siam

sumber : *pleace to eat in Bandung 2011*

Persaingan restoran atau bidang industri yang sama dalam perusahaan di bidang kuliner di Kota Bandung saat ini sangat ketat, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah restoran yang terdapat di Kota Bandung, mengingat usaha ini sangat menguntungkan. dari segi ekonomi dapat dilihat dari tabel di atas. Setiap perusahaan membuka usaha restoran dimana-mana pengusaha membuat berbagai konsep yang berbeda dengan restoran-restoran yang lain, setiap restoran memiliki konsepnya masing-masing dari segi konsep yang unik, tradisional hingga yang modern.

Bisnis kuliner di Kota Bandung saat ini sedang mengalami kenaikan, di dukung oleh dikenalnya Kota Bandung sebagai Kota yang menawarkan wisata yang beragam. Setiap rumah makan selain menawarkan makanan dan minuman yang enak , tetap saja akan mengalami banyak kendala dalam perjalanannya. Hal ini disebabkan dengan banyaknya pesaing dari industri yang sama, oleh karena itu

para pelaku bisnis dalam bidang restoran harus pintar mengatur cara agar bisnis yang dijalankannya dapat bertahan dan diterima di hati konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, antara lain dengan meningkatkan pelayanan, kualitas produk agar konsumen merasa puas.

Salah satunya Rumah Makan Bumbu Desa, Rumah Makan Bumbu Desa semakin menyadari bahwa persaingan antar rumah makan Khas di Kota Bandung terus meningkat dan menyebabkan keputusan pembelian pada konsumen rumah makan Khas ini menjadi terbagi karena banyaknya rumah makan Khas yang mempunyai karakteristik yang kurang lebih sama.

Rumah makan Bumbu Desa adalah sebuah rumah makan atau tempat makan yang menyajikan konsep yang tradisional, baik dalam segi makanannya maupun dari segi interiornya yang di tampilkan sangat tradisional. Bumbu Desa didirikan sebagai wujud dedikasi dan apresiasi kepada para *jagoan-jagoan* masak zaman dahulu, Ibu-Ibu rumah tangga dan pembantu-pembantu rumah yang telah berjasa dalam memperkaya kekhasannya dan cita rasa masakan Sunda sehingga menjadi kekayaan keanekaragaman cita rasa nusantara sampai saat ini. Rumah Makan Bumbu Desa adalah *Pop art* restaurant dengan menu tradisional Sunda Dusun Pasundan yang jarang ada di tempat lain. Menonjolkan ciri khas keramahan dengan salam khas Bumbu Desa (tangan disilangkan di dada). Desain interior yang merupakan perpaduan minimalis modern-tradisional. Hal ini dilakukan agar para pengunjung akan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan di Rumah Makan Bumbu Desa.

Berikut jumlah tingkat kunjungan Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki

Bandung dari tahun 2007 hingga tahun 2010:

TABEL 1.6
JUMLAH KUNJUNGAN RUMAH MAKAN BUMBU DESA
PASIRKALIKI BANDUNG TAHUN 2007-2010

TAHUN	2007	2008	2009	2010
Jumlah	10343	9156	8214	6341

Sumber: Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung 2010

Berdasarkan Tabel 1.6 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung pada tahun 2007 hingga tahun 2010 dari tiap tahunnya mengalami penurunan. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh berbagai macam faktor baik *intern* maupun *ekstern*.

Memenuhi keinginan konsumen merupakan hal yang penting bagi industri restoran, karena industri ini memiliki tingkat kompetisi yang cukup tinggi. Oleh karena itu industri restoran dan rumah makan harus berfokus pada pencapaian suatu nilai dari kepuasan konsumen serta menghindari konsumen yang tidak puas. Untuk membangun kepuasan konsumen, pengukuran dan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangat penting dilakukan. Sehingga banyak studi yang dilakukan untuk mengukur dan mengidentifikasi kepuasan konsumen.

Kepuasan merupakan salah satu harapan yang diinginkan oleh setiap pembeli di sebuah rumah makan. Salah satu sumber keberhasilan suatu rumah makan adalah berasal dari kualitas jasa yang diberikan oleh pihak manajemennya, sehingga aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen rumah makan harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, mengingat kebutuhan konsumen bersifat dinamis seiring dengan perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil dari *guest comment* Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, setiap konsumen yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi *guest comment* cenderung lebih memberikan saran ataupun kritik pada masalah pelayanan yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Pelayanan yang diberikan selalu berubah dan terkadang keluar dari standar operasional yang berlaku di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Dari permasalahan yang timbul di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung terutama pada segi pelayanan yang diberikan, berdampak langsung pada kepuasan konsumen itu sendiri. Beberapa indikator masalah yang timbul, indikator pelayanan memiliki nilai dan persentase yang tertinggi, sehingga semakin tinggi nilai dan persentase akan semakin rendah nilai kepuasan yang diterima oleh setiap konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung (Sumber: GRO (*Guest relationship officer*) Bumbu Desa tahun 2011).

Kepuasan menjadi sebuah ukuran yang mutlak diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2009:164) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai berikut :

A person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectations. If the performance falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If the performance matches the expectations, the customer is highly satisfied or delighted.

Pengertian menurut Kotler dan Keller (2009:164) menjelaskan bahwa tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak

bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Sebaliknya jika persepsi terhadap kinerja bisa memenuhi harapan konsumen akan merasa sangat puas. Berikut adalah data rekapitulasi masalah dominan faktor penyebab ketidakpuasan konsumen *dine-in* Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung Tahun 2010:

TABEL 1.7
MASALAH DOMINAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN *DINE-IN*
BERDASARKAN *GUEST COMMENT* RUMAH MAKAN BUMBU DESA
PASIRKALIKI BANDUNG TAHUN 2010

TANGGAL	RASA MASAKAN			RASA MINUMAN			PELAYANAN/SERVICE			FASILITAS		
	B	C	K	B	C	K	B	C	K	B	C	K
Januari	1	1	-	1	1	-	-	4	-	1	1	-
Febuari	3	-	-	3	-	-	-	3	-	3	-	-
Maret	2	2	-	2	2	-	-	2	-	2	2	-
April	2	4	-	2	4	-	-	3	-	3	3	-
Mei	4	-	-	4	-	-	-	5	-	4	-	-
Juni	2	-	-	2	-	-	-	4	-	2	-	-
juli	3	1	-	2	-	-	2	3	2	2	3	-
Agustus	1	2	-	3	-	-	1	4	3	2	4	-
September	1	3	-	1	-	-	3	2	6	3	2	-
Oktober	3	2	-	4	-	-	-	-	2	1	3	-
November	4	-	-	2	-	-	2	7	1	1	4	-
September	3	-	-	1	2	-	-	4	2	4	4	-
Jumlah	29	15	0	27	9	0	8	41	16	28	25	0

Sumber : data *guest comment dine-in* GRO Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung tahun 2010

Keterangan :

B: Baik

C: Cukup

K: Kurang

Berdasarkan data *guest comment* di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen *dine-in* yang datang ke Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung merasa begitu tidak puas akan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat dari suatu indikasi berupa *guest comment* maupun komentar yang langsung diberikan tamu ketika sedang menikmati pelayanan tersebut. Faktor pelayanan menjadi faktor utama penyebab

ketidakpuasan konsumen Rumah Makan Bumbu Desa pasirkaliki Bandung, pelayanan yang diberikan belum cukup untuk memberikan nilai kepuasan terhadap konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian langsung atau yang makan di tempat karena dalam hal ini pelayanan yang diberikan akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap konsumen.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Apabila konsumen telah merasakan produk maupun jasa rumah makan mempunyai kesan dan pengalaman yang tak terlupakan serta memberikan nilai tambah yang positif jika terwujud melalui kualitas jasa rumah makan. Dimensi-dimensi kualitas jasa yang terintegrasikan dengan baik mampu menciptakan produk dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi kualitas jasa. Berikut adalah bukti penerapan program yang dijalankan Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung dalam dimensi kualitas jasa.

TABEL 1.8
IMPLEMENTASI KUALITAS JASA RUMAH MAKAN BUMBU DESA
PASIRKALIKI BANDUNG

No	Dimensi Kualitas jasa	Implementasi Kualitas jasa
1	Kehandalan (<i>reliability</i>)	<p>Seluruh karyawan Bumbu Desa memberikan pelayanan yang cepat</p> <p>Menyediakan menu yang ditawarkan secara cepat</p> <p>Memeriksa pesanan kembali dengan tepat</p> <p>Pihak manajemen akan mengatasi masalah dengan baik apabila konsumen merasa tidak puas</p> <p>Bumbu Desa selalu memberikan suasana yang baru agar konsumen merasa senang pada setiap konsumen yang</p>

		baru
2	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<p>Memberikan respon yang cepat terhadap permintaan konsumen</p> <p>Karyawan Bumbu Desa harus menanggapi secara cepat permintaan konsumen secara khusus</p> <p>Bersedia mendengarkan dengan ramah keluhan konsumen apabila konsumen merasa tidak puas</p> <p>Karyawan Bumbu Desa bisa Memahami keinginan dan kebutuhan konsumen</p> <p>Manajemen Bumbu Desa dapat menangani masalah konsumen dengan cepat</p>
3	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<p>Karyawan Bumbu Desa berpengetahuan luas tentang rumah makan</p> <p>Karyawan Bumbu Desa memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen</p> <p>Karyawan Bumbu Desa dapat memberikan kepercayaan terhadap konsumen</p> <p>Karyawan Bumbu Desa memiliki sikap yang ramah dan sopan terhadap konsumen</p>
4	Empati (<i>empathy</i>)	<p>Karyawan Bumbu Desa mengenali konsumen yang sering datang dengan baik</p> <p>Mengingat pesanan konsumen dengan teliti</p> <p>Karyawan Bumbu Desa cepat Memahami kesulitan konsumen pada saat proses pemesanan</p> <p>Karyawan Bumbu Desa dapat menanggapi akan kebutuhan konsumen</p> <p>Karyawan mengetahui menu favorit atau makanan khas konsumen yang sering datang</p> <p>Karyawan Bumbu Desa memiliki sikap sopan dan ramah terhadap konsumen</p>
5.	Produk-produk fisik (<i>Tangible</i>)	<p>Bumbu Desa Memiliki ruang makan yang sangat tradisional</p> <p>Ruang tunggu konsumen dengan suatu atraksi yang dapat menghibur</p> <p>Bumbu Desa Menyediakan peralatan yang tradisional</p> <p>Busana karyawan Bumbu Desa yang di pakai pada saat operasional bergaya <i>sundanise</i> dan menarik</p>

Sumber : *manual operation handbook* Rumah Makan Bumbu Desa, 2010.

Berdasarkan implementasi kualitas jasa melalui dimensinya di atas dapat diketahui bahwa kinerja yang dilakukan senantiasa mengacu pada dimensi kualitas jasa yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung. Pengaruh kualitas jasa yang baik dapat

meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farida Jafar (2009:47) mengatakan bahwa: “Kualitas jasa adalah tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakan”.

Beberapa data di atas menjelaskan, permasalahan yang timbul pada Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung ini adalah kurangnya pelayanan yang diberikan Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, kualitas jasa yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan atau konsumennya, maka diperlukan suatu penelitian yang mendalam mengenai perancangan dan pengembangan jasa yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga hal ini berpengaruh terhadap Kepuasan konsumennya. Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung ” (Survei Pada Konsumen *Dine-in* Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Kota Bandung).**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Jasa di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.
3. Bagaimana Kualitas Jasa dalam upaya meningkatkan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh temuan mengenai Kualitas Jasa di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai Kualitas Jasa dalam upaya meningkatkan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Secara teoritis hasil penelitian ini akan bermanfaat dalam pengembangan ilmu, khususnya Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Jasa yang diberikan oleh Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, yaitu untuk melihat Kualitas Jasa yang dapat berpengaruh pada Kepuasan Konsumen serta dapat memberikan kontribusi yang besar untuk menambah wawasan dalam pengetahuan penulis mengenai Kualitas Jasa untuk memenuhi Kepuasan Konsumen.
2. Secara Praktis sebagai masukan untuk Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung, sehingga dapat memenuhi Kepuasan Konsumen ke Rumah Makan Bumbu Desa Pasirkaliki Bandung sehingga tamu *Loyal* dan merasa puas untuk berkunjung kembali ke Rumah Makan Bumbu Desa

Pasirkaliki Bandung. Hal ini dapat diraih dengan cara lebih meningkatkan dan memberikan Kualitas Jasa kepada seluruh masyarakat.

