

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata kini menjadi satu sektor yang berkembang pesat dan telah diakui sebagai fenomena global. Berbagai bidang, termasuk ekonomi, sosial, dan kesehatan, ikut berkontribusi dalam pengembangannya, melibatkan semakin banyak individu dan komunitas. Menurut *Understanding Basic Glossary of Tourism* yang diterbitkan *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), pariwisata ialah fenomena yang terdiri atas aspek budaya, sosial, serta ekonomi. Hal ini menegaskan bahwa pariwisata tidak berdiri sendiri, melainkan didukung oleh berbagai sektor lain yang saling terintegrasi. Seiring berjalannya waktu, pariwisata telah membuktikan dirinya sebagai salah satu industri terbesar di dunia. UNWTO juga mencatat bahwa pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan internasional mencapai 1,5 miliar, sebuah peningkatan 4% dari tahun sebelumnya.

Beberapa tahun terakhir pariwisata di Indonesia terjadi kemajuan yang signifikan. Sektor ini telah ditetapkan sebagai salah satu prioritas utama oleh pemerintah, bahkan melampaui sektor-sektor andalan sebelumnya seperti minyak dan batubara. Di samping itu, penguatan nilai tukar mata uang asing juga turut mendukung perkembangan pariwisata. Berdasarkan laporan kekuatan dan kinerja pariwisata dari WTTC (*World Travel and Tourism Council*), Indonesia berhasil menempati peringkat kesembilan dari 30 negara dengan peringkat pariwisata teratas di dunia. Indonesia bahkan berhasil mengungguli negara-negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Australia. Peringkat ini dinilai berdasarkan beberapa indikator, termasuk Peringkat PDB (*GDP Rank*), Peringkat Ekspor Pengunjung (*Visitor Export Rank*), Peringkat Pengeluaran Domestik (*Domestic Spending Rank*), dan Peringkat Investasi (*Investment Rank*). Hal ini sudah sangat cukup untuk menjelaskan perkembangan pariwisata di Indonesia yang cukup pesat.

Pariwisata bisa diartikan sebagai sebuah industri yang terdiri dari berbagai elemen, seperti daya tarik, kemudahan akses, kenyamanan fasilitas, dan

dukungan dari berbagai lembaga atau organisasi dalam pengelolaannya. Salah satu elemen yang menarik adalah kuliner. Konsep wisata kuliner ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1998 oleh Lucy Long, asisten profesor *Food and Culture* di *Bowling Green State University*, Ohio. Berdasar pada Muliani (2019), wisata kuliner adalah kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk mengeksplorasi cita rasa dan tradisi makan di suatu daerah. Selain itu, Martins (2016) menyatakan bahwa wisata kuliner merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang menawarkan pengalaman otentik, khususnya melalui sajian lokal. Pentingnya wisata kuliner juga terlihat dari kontribusinya terhadap perekonomian, di mana pengeluaran wisatawan nusantara untuk kuliner mencapai 30% dari total pengeluaran mereka (Badan Pusat Statistik, 2019).

Kuliner kini menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan saat memilih destinasi, terutama karena daya tarik kulinernya (Kautsar, 2018). Menurut Baltescu (2016), daya tarik wisata kuliner dapat berasal dari berbagai elemen, seperti festival makanan, hidangan tradisional, hingga suasana restoran yang unik. Dengan kekayaan kuliner yang beragam, Bandung, ibu kota Jawa Barat, telah menjadi satu tujuan wisata favorit di Indonesia (Yudhistira & Octavia, 2016). Beragamnya kuliner Bandung merupakan potensi besar yang terus berkembang. Keunikan dan variasi kuliner di kota ini sangat nyata. Sejak tahun 1941, Bandung telah diakui sebagai pusat kuliner di Indonesia karena memiliki jumlah restoran terbanyak. Mufrino (2016) menyatakan bahwa berbagai cita rasa kuliner, baik modern maupun tradisional, mudah ditemukan di berbagai tempat di Bandung, mulai dari restoran, kafe, hingga pedagang kaki lima. Selain itu, pilihan kuliner yang ditawarkan tidak hanya terbatas untuk makan siang atau malam, tetapi juga mencakup sarapan. Tren tempat sarapan yang unik dan instagramable semakin menjamur di berbagai sudut Kota Bandung. Hal ini menarik perhatian warga lokal bahkan wisatawan yang ingin memulai hari dengan berbagai pengalaman kuliner. Tidak hanya menu, namun konsep tempat yang nyaman dengan desain modern juga merupakan daya tarik utama bagi pengunjung. Dengan semakin berkembangnya tren ini,

tempat sarapan di Bandung kini menjadi bagian gaya hidup yang tidak dapat dilewatkan.

Seiring dengan era globalisasi, sektor kuliner di Bandung mengalami perkembangan pesat. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang kini mencari pengalaman kuliner yang unik dan bervariasi. Menurut data dari Open Data Provinsi Jawa Barat, jumlah kafe di Kota Bandung di 2021 mencapai 1.539 unit, naik 99 unit dari tahun 2020. Kondisi ini membuat konsumen memiliki banyak opsi produk dengan berbagai harga dan kualitas, yang mendorong mereka untuk memilih penawaran terbaik. Situasi ini memicu bermunculannya beragam restoran yang tidak hanya fokus ke cita rasa, tetapi juga aspek lain seperti pelayanan, konsep, suasana, dan desain interior yang menarik. Agar dapat bersaing, pelaku usaha diwajibkan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini dapat diwujudkan dengan menyediakan harga yang kompetitif, produk berkualitas, serta pelayanan yang lebih baik dari kompetitor, sehingga pelanggan merasa lebih puas (Kristiono, 2015).

Kualitas pelayanan berperan sebagai faktor utama yang mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Keberhasilan sebuah bisnis dapat diukur dari kemampuannya dalam menyajikan pelayanan yang bermutu kepada konsumen (Kotler & Keller, 2018). Selain itu, kesan pertama yang dimiliki konsumen saat membeli atau memilih makanan biasanya ditentukan oleh rasanya. Setiap masakan pada dasarnya ditentukan oleh rasanya, menurut konsumen. Aroma dan rasa suatu produk dapat digunakan untuk menentukan rasanya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan juga penting dalam mencapai hasil yang diinginkan, dan rasa makanan memiliki dampak positif pada pengalaman tersebut.

Kafe Djaya Mandiri Sejahtera berhasil memikat banyak pelanggan dengan mengusung konsep kopitiam bernuansa vintage yang unik, menjadikannya tempat sarapan favorit di Kota Bandung. Kafe ini tidak hanya menyediakan beragam menu sarapan yang menggugah selera, tetapi juga mengajak

pengunjung bernostalgia ke masa lalu melalui dekorasi klasiknya. Kombinasi konsep kopitiam bergaya vintage dan harga yang terjangkau menjadikan kafe ini destinasi yang banyak diminati oleh konsumen. Seringkali, kafe tersebut dikunjungi setelah olahraga pagi untuk menikmati sarapan.



Gambar 1.1
Suasana Djaya Mandiri Sejahtera



Gambar 1.2
Konten Viral Djaya Mandiri Sejahtera

Penelitian pendahuluan ini dilakukan dengan menganalisis ulasan pelanggan di Google Review untuk Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Hasil analisis menunjukkan kafe tersebut memiliki rating 4.0 dari total 525 ulasan dalam kurun waktu satu tahun, dengan 143 ulasan di antaranya merupakan ulasan negatif. Persentase ulasan negatif tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rating Google Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung

Variabel	Persentase
Kualitas Pelayanan	65 %
Cita Rasa	27,8 %
Hanya Bintang	11,2 %

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

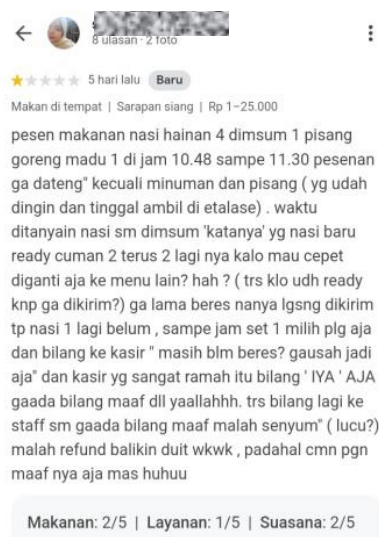
Mengacu pada data dari hasil pra-penelitian yang disajikan dalam table 1.1, diketahui bahwa aspek cita rasa dan kualitas pelayanan di Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung memerlukan perhatian dan perbaikan.



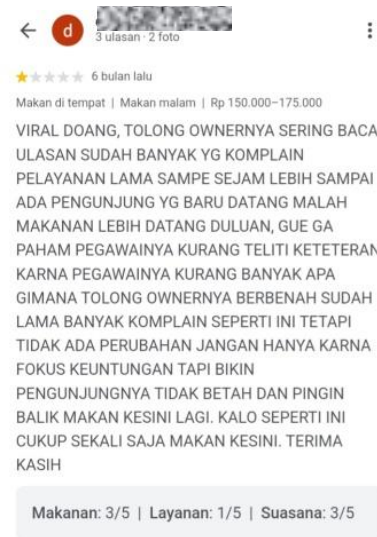
Gambar 1. 3
Ulasan Google Djaya Mandiri Sejahtera



Gambar 1. 4
Ulasan Google Djaya Mandiri Sejahtera



Gambar 1. 5
Ulasan Google Djaya Mandiri Sejahtera



Gambar 1. 6
Ulasan Google Djaya Mandiri Sejahtera

Sejumlah penelitian sebelumnya mengenai kepuasan konsumen di sektor F&B banyak menekankan pada faktor cita rasa maupun kualitas pelayanan. Misalnya, penelitian oleh Piliyanto & Hadita (2023) yang meneliti pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung makan soto betawi dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dengan indikator yang merujuk pada dimensi SERVQUAL tradisional, seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Indikator tersebut memang memberikan gambaran dasar mengenai kualitas pelayanan, namun

bersifat umum dan belum sepenuhnya mampu menggambarkan karakteristik pelayanan pada *bisnis food and beverage*, khususnya kafe.

Keterbatasan inilah yang menimbulkan adanya kesenjangan penelitian. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji kualitas pelayanan dengan indikator yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen di sektor F&B. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari dua dimensi, yaitu dimensi kelancaran layanan makanan dan minuman (*F&B Service*), yang mencakup alur, kecepatan, dan ketepatan pelayanan, antisipasi, akomodasi, komunikasi, umpan balik, dan pengawasan. Serta dimensi kedua adalah perilaku pramusaji, yang meliputi sikap, intonasi, taktis, bahasa tubuh, teknik penjualan, cara menangani keluhan, menyebut nama pelanggan, perhatian, serta sikap membantu (Atmodjo & Fauziah, 2016).

Berdasarkan paparan data dan informasi sebelumnya, peneliti memutuskan untuk melakukan kajian lebih mendalam. Studi ini bertujuan menganalisis Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung. Studi ini akan membuktikan bagaimana cita rasa serta kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen di kafe tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Studi ini merumuskan masalah berlandaskan latar belakang serta identifikasi masalah yang dipaparkan. Rumusan masalah yang hendak dibahas di studi ini yakni:

1. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan atas studi ini yakni menjawab rumusan masalah yang ditetapkan. Berikut ini merupakan tujuan spesifik yang akan dicapai dalam penelitian ini:

1. Menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh cita rasa terhadap tingkat kepuasan konsumen di Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung.
2. Menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung.
3. Menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh gabungan antara cita rasa serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Djaya Mandiri Sejahtera Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini dimaksudkan dapat memberikan beberapa manfaat, yang diuraikan yakni:

1. **Manfaat Teoritis:** Studi ini dimaksudkan dapat memperkaya wawasan dan literatur di bidang pemasaran, terutama terkait faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di sektor kuliner. Temuan dari studi ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami topik serupa.
2. **Manfaat Praktis:** Studi ini dimaksudkan menjadi sumber informasi yang relevan bagi manajemen Djaya Mandiri Sejahtera. Informasi tersebut dapat membantu manajemen dalam memahami faktor penting yakni kualitas pelayanan serta cita rasa guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. **Manfaat Sosial:** Studi ini berpotensi menambah kesadaran masyarakat terkait pentingnya cita rasa serta kualitas pelayanan dalam mencapai kepuasan pelanggan di sektor bisnis. Dengan itu, dimaksudkan akan terjadi kenaikan kualitas pelayanan dan cita rasa di pasaran, yang gilirannya akan memberi dampak positif pada kepuasan konsumen secara keseluruhan. Selain itu, menjadi masukan bagi instansi terkait (Dinas Pariwisata atau Dinas Perdagangan) dalam merumuskan kebijakan pengembangan sektor kuliner.