

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan pariwisata sudah sedemikian pesat. Pariwisata menjadi sebuah fenomena yang sangat global dengan melibatkan jutaan manusia, baik dikalangan masyarakat, industri pariwisata maupun kalangan pemerintah, dengan biaya yang cukup tinggi. Menurut Agus Sulastiyono dalam Manajemen Penyelenggaraan Hotel (2008, hlm 3) Pariwisata adalah sebagai salah satu proses yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang atau jasa sebagai salah satu kesatuan produk, baik yang nampak atau nyata (*tangible product*) dan yang tidak tampak atau tidak nyata (*intangible product*).

Indonesia adalah negara yang memiliki potensi yang baik dibidang pariwisata. Banyak wisatawan yang tertarik untuk berwisata di negara ini baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini sudah tentu menjadi suatu keuntungan bagi hotel atau penginapan.

Sepuluh tahun terakhir bisnis resort maupun hotel di Indonesia telah berkembang sangat pesat. Dikota–kota besar hingga ke pelosok daerah mulai bermunculan hotel maupun resort ada yang bersifat grup, individual, maupun yang berlabel internasional. Fenomena ini menunjukkan bahwa persaingan usaha telah merambah hingga ke jasa pariwisata, khususnya bisnis hotel dan resort.

Kota Subang sebagai salah satu kota yang memiliki potensi wisata yang besar, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara padatahun 2011 – 2013. Berikut adalah tabel data kunjungan yang datang ke kota Subang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
PERKEMBANGAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
KE KABUPATEN SUBANG

NO.	URAIAN	PERIODE TAHUN 2004 s.d 2013									
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	ODTW										
	1.1. Jumlah Lokasi	23	30	30	32	32	35	35	38	39	36
	1.2. Jumlah Pengunjung										
	Wisnus	3,585,662	3,648,559	4,477,551	4,926,098	5,418,707	5,429,594	2,852,513	3,116,420	3,227,988	3.006.938
	Wisman	41,562	45,267	54,330	54,331	59,764	69,135	208,447	161,290	170,274	162.261
2	Hotel Bintang dan Non Bintang										
	1.1. Jumlah Lokasi	36	39	39	39	39	34	34	33	33	34
	1.2. Jumlah Pengunjung										
	Wisnus	24,893	135,158	169,397	177,507	195,257	260,303	360,237	259,841	269,143	263.696
	Wisman	1,230	2,965	3,255	3,778	4,155	12,153	13,594	9,176	9,695	10.125
3	Pondok Wisata										
	1.1. Jumlah Lokasi	45	53	49	51	49	57	57	57	58	55
	1.2. Jumlah Pengunjung										
	Wisnus	11,744	11,862	14,245	16,136	17,749	19,029	23,387	38,437	39,813	40.959
	Wisman	156	221	254	297	326	362	373	599	632	649
	Jumlah Total Wisnus	3,622,299	3,795,579	4,661,193	5,119,741	5,631,713	5,708,926	3,236,137	3,414,698	3,536,944	3.311.593
	Jumlah Total Wisman	42,948	48,453	57,839	58,406	64,245	81,650	222,414	171,072	180,601	173.035

Sumber: Dinas Budaya, pariwisata dan olahraga- Subang 2013

Berdasarkan tabel 1.1 pertumbuhan wisatawan meningkat pada setiap tahunnya. Namun pada tiga tahun terakhir terjadi penurunan jumlah wisatawan, hal ini disayangkan karena Kota Subang merupakan Kota yang memiliki potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi berbagai macam objek pariwisata. Salah satunya adalah objek pariwisata pemandian air panas ciater yang dari waktu ke waktu mengalami perkembangan pesat.

Ciater spa resort adalah salah satu resort yang memiliki potensi baik dibidang pariwisata. Ciater spa resort adalah sebuah nama badan hukum berbentuk perseroan (PT) yang didirikan oleh Ny. Erwina Soewarna dan Ny Yutami Avianti pada tanggal 27 Februari 1989. Berlokasi di Jl. Raya Ciater Kabupaten Subang, Jawa Barat. Fasilitas yang dimiliki Ciater spa resort diantaranya, *recreation, outbond activities, hotel and convention hall, restaurant & cafe, camping ground, beauty and wellness spa, rehabilitation centre (fisiotherapy dan hydro therapy)*. Kelebihan dari Ciater spa resort yaitu air panas alami yang berasal dari pegunungan tangkuban perahu. Selain itu Ciater spa resort memiliki restoran yang cukup terkenal yaitu Kunang-kunang *café and resto*. *Cafe* ini memiliki banyak ragam menu makanan ditunjang dengan suasana yang nyaman serta keindahan *view* di sekelilingnya. Pengunjung yang datang ke Ciater spa resort tidak terbatas dari dalam Kota Subang saja namun banyak juga dari luar Kota Subang yang datang untuk berwisata, baik bersama keluarga maupun bersama teman – teman.

Berikut adalah tabel data kunjungan wisatawan Ciater Spa Resort tahun 2013:

Tabel 1.2
Kunjungan Wisatawan Ciater Spa Resort 2013

BULAN	KEGIATAN WISATA						JUMLAH
	RESORT		RESTORAN (Kunang-Kunang Cafe and resto)		REKREASI		
	(ORG)	(%)	(ORG)	(%)	(ORG)	(%)	
JANUARI	475	5,22	2.360	25,95	6.260	68,83	9.905
FEBRUARI	375	14,7	620	24,3	1.556	60,99	2.551
MARET	378	9,09	1.270	30,54	2.511	60,37	4.159
APRIL	370	8,56	1.500	34,69	2.454	56,75	4.324
MAY	369	7,91	1.902	40,5	2.396	51,34	4.667
JUNI	529	10,47	2.003	39,65	2.520	49,88	5.052
JULI	367	6,93	2.400	45,3	2.531	47,77	5.298
AGUSTUS	279	1,84	6.312	41,61	8.579	56,55	15.170
SEPTEMBER	394	14,31	641	23,28	1.719	62,42	2.754
OKTOBER	438	10,83	1.326	32,8	2.279	56,37	4.043
NOVEMBER	623	13,77	1.574	34,79	2.327	51,44	4.524
DESEMBER	648	6,31	4.257	4,14	5.370	52,26	10.275
RATA - RATA	437	9,16	2.180	4,14	3.375	56,25	6.060
JUMLAH	5245		26.165		40.502		72.722

Sumber: Kunjungan wisatawan Ciater Spa Resort- Subang 2013

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa adanya ketimpangan antara wisatawan yang datang ke Kunang-kunang café and resto dengan wisatawan yang datang ke rekreasi. Wisatawan yang datang ke Kunang – kunang café and resto berjumlah 26.165 dengan pengunjung terbanyak pada bulan agustus. Sementara wisatawan yang datang ke tempat rekreasi berjumlah 40.502 dengan pengunjung terbanyak pada bulan januari. Perbedaan jumlah wisatawan ini merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Karena jarak antara Kunang – kunang café and resto dengan tempat rekreasi tidak terlampau jauh.

Dewasa ini kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa. Menurut Kotler (2003, hlm 70) kepuasan adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kunang-kunang cafe *and* resto adalah sebuah *restaurant* yang bersifat *family restaurant*. Aneka makanan dan minuman banyak dijual di Kunang-kunang cafe *and* resto. Berbagai macam cara dilakukan perusahaan untuk terciptanya kepuasan konsumen. Tidak mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Selain harus memiliki konsistensi dalam melayani pelanggan, pramusaji harus berusaha agar dapat membantu mewujudkan tujuan perusahaan yaitu mencapai kepuasan konsumen, serta pelanggan dapat melakukan pembelian ulang ke Kunang-kunang cafe *and* resto. Untuk menciptakan kepuasan konsumen maka diperlukan adanya peningkatan kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Menurut Fandy Tjiptono (2005, hlm 260) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sementara itu menurut Bartono PH, SE dalam buku *Analisis food product* (2005, hlm 43) mengemukakan bahwa kualitas makanan ditentukan oleh beberapa variabel kualitas diantaranya prosi yang baik dan tepat dengan standar porsi penyajian, rasa yang lezat karena standar resep yang tepat, penampilan yang bagus diatas piring, tingkat *hygiene* yang tinggi dan bersih, serta ketetapan waktu atau *timing* yang tepat dalam penyajian.

Melihat kepuasan konsumen dari kualitas pelayanan dan kualitas produk. Dalam hal ini Kunang-kunang cafe *and* resto diperlukan adanya peningkatan sebagai parameter kepuasan konsumen. Adanya komplain dari pelanggan adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan pihak perusahaan. Karena itu bisa menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan merasa tidak puas.

Agar terciptanya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik di kunang-kunang cafe *and* resto maka perusahaan harus memperhatikan bagaimana cara memperlakukan pelanggan dengan baik dengan cara memberikan inisiatif terhadap konsumen sebelum konsumen memintanya, memperhatikan waktu pada saat pemesanan menu sampai makanan dan minuman dihidangkan. Selain itu juga pada kualitas produk pramusaji harus memperhatikan dalam beberapa aspek selain rasa,

aroma, warna, kebersihan produk, tampilan produk, serta tekstur makanan dan minuman yang dipesan oleh pelanggan.

Terciptanya kepuasan konsumen menimbulkan dampak positif bagi perusahaan diantaranya, terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan sehingga memungkinkan untuk para pelanggan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen dapat menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dalam penelitian ini dapat ditarik sebuah judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kunang-Kunang Café and Resto di Ciater Spa Resort Subang).”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah gambaran kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *Cafe and Resto*, Ciater Spa Resort?
2. Bagaimanakah gambaran kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *Cafe and Resto*, Ciater Spa Resort?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *cafe and Resto*, Ciater Spa Resort?

1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *Cafe and Resto*, Ciater Spa Resort.
2. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *Cafe and Resto*, Ciater Spa Resort.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kunang-kunang *café and Resto*, Ciater Spa Resort.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan mencapai manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan akademis

Penelitian yang dilakukan akan sangat berguna bagi penulis karena dalam penelitian penulis akan banyak belajar mengetahui bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk di Kunang-kunang *Cafe and Resto*, Ciater Spa Resort Subang.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini sebagai kajian bagi manajemen di bidang perhotelan, apakah strategi pengupayaan peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sering dilakukan telah memenuhi standar pelayanan dalam bidang restoran.