BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Umumnya perkembangan pariwisata di Indonesia dan Kota Bandung khusunya, dewasa ini sudah berkembang dengan pesat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang untuk berwisata ke kota ini. Dampak dari fakta tersebut ternyata telah melahirkan motivasi baru bagi masyarakat luas untuk mulai membidik dan merilis usahanya di bidang pariwisata. Salah satu usaha yang dipengaruhi hal ini adalah usaha yang bergerak dalam menyiapkan dan menyajikan makanan serta minuman untuk umum. Adapun pengertian pariwisata berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia No 10 pasal 1 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Salah satu bukti berkembangnya pariwisata dunia, bisa dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan. Data bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke kota Bandung, penulis dapatkan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung tahun 2014. Data tersebut menggambarkan bahwa terjadi kenaikan pengunjung dari tahun 2008 sampai tahun 2013. Pada tahun 2009 pengunjung bertambah sebanyak 5,778,723 orang dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2010 pengunjung bertambah sebanyak 3,488,782 orang. Tahun 2011 pengunjung bertambah sebanyak 2,629,631 orang. Tahun 2012 pengunjung bertambah sebanyak 4,438,119 orang dan tahun 2013 pengunjung masi bertambah yaitu sebanyak 3,337,915 orang dari tahun sebelumnya.

Seiring kemajuan zaman pada saat ini tingkat aktivitas masyarakat semakin padat, terlebih bagi mereka yang tinggal di kawasan perkotaan. Hal ini membuat mereka kerap tidak mempunyai waktu luang untuk menyiapkan kebutuhan hidupnya sendiri, terlebih faktor makanan. Menurut Ekawatiningsih (2008:1) "Makanan (pangan) merupakan salah satu sumber kebutuhan hidup primer bagi manusia". Oleh sebab itu banyak diantara mereka menggunakan jasa penyedia makanan untuk memenuhi kebutuhan makannya. Jasa yang menyiapkan dan menyajikan makanan yang sering digunakan tersebut adalah hotel, restoran, café, rumah makan, dan katering.

Kota Bandung adalah salah satu kota di Indonesia dengan tingkat aktivitas masyarakat yang padat. Di kota Bandung jasa katering sudah banyak digunakan oleh masyarakat sekitar. Mulai dari katering sekolah, katering makanan sehat (rumah sakit), katering transportasi, dan katering untuk acara-acara besar seperti pesta ulang tahun, syukuran, dan acara pesta pernikahan. Berdasarkan keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 715/Menkes/SK/V/2003 mengenai jasa boga atau katering, Katering merupakan perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan pengelolaan makanan yang disajikan di luar tempat usaha atas dasar pesanan.

Mengingat banyaknya pesaing, maka para pengusaha seharusnya mulai memperhatikan tingkat kepuasan para konsumennya. Mengutip pendapat yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2009:138) "kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka". Dengan kata lain konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan produk dan pelayanan sesuai dengan ekspektasi mereka dan sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas ketika produk dan pelayanan yang mereka terima tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Bahkan akan lebih baik jika kualitas produk

dan pelayanan yang diberikan bisa melebihi ekspektasi para konsumen, karena hal itu akan membuat mereka merasa sangat puas.

Produk dan jasa dapat dikatakan bekualitas ketika sudah mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang bisa menyampaikan tujuan dari produknya, yaitu membuat konsumen puas dengan apa yang ditawarkan. Seperti yang didefinisikan oleh *American Society for Quality Control* yang dikutip dari Kotler dan Keller (2009:143) "kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Maksudnya adalah ketika sudah bisa memenuhi atau melebihi ekspektasi para pelanggan, misi produk dan jasa tersebut sudah bisa dikatakan berhasil. Ketika produk dan pelayanan sudah baik, maka akan muncul kepuasan konsumen, dan keuntungan pun akan banyak di dapat oleh pihak perusahaan yaitu terbentuknya pemasaran dari konsumen melalui mulut ke mulut, adanya hubungan baik antara perusahaan dan konsumen, sehingga konsumen tidak akan segan untuk menggunakan kembali produk perusahaan tersebut (loyal atau penggunaan ulang) ketika mereka memerlukannya.

Perusahaan bisa menilai produk dan pelayanan yang berkualitas dengan cara mempelajari dimensi-dimensi kualitas dari produk dan pelayanan tersebut. Marsum (2005:159-160) menyatakan beberapa dimensi kualitas produk makanan, yaitu *flavour* (rasa), *consistency* (kemantapan atau ketetapan), *texture/form/shape* (susunan/bentuk/potongan), *nutitional content* (kandungan gizi), *visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata), *aromatic appeal* (daya penarik lewat bau harum), dan *temperature* (suhu atau panas). Sedangkan untuk dimensi kualitas pelayanan telah dijelaskan oleh Lovelock *et al* (2011:155) yaitu *tangibles* (penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi), *reliability* (kehandalan atau kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat), *resvonsiveness* (kecepatan dan kesediaan untuk membantu

pelanggan), *assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), serta *empathy* (akses, komunikasi, dan pemahaman pelanggan).

Penulis memilih katering Sarahfie sebagai subjek penelitian. Katering ini sudah bergerak cukup lama dalam memenuhi pesanan pelanggannya. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari pemilik katering Sarahfie, dalam dua tahun terakhir jumlah pesanan dan *profit* Katering Sarahfie telah mengalami penurunan. Berikut adalah data yang diperoleh penulis mengenai jumlah pemesanan dan *profit* di Katering Sarahfie yang penulis cantumkan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013. Adapun rincian data pemesanan untuk jasa katering akan digambarkan pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data Pemesanan Jasa Katering di Sarahfie Tahun 2011-2013

No	**Bulan**	**Tahun**		
		2011	**2012**	**2013**
1	Januari	2	1	4
2	Februari	4	4	3
3	Maret	7	4	5
4	April	6	4	3
5	Mei	5	6	3
6	Juni	8	5	6
7	Juli	6	2	
8	Agustus			1
9	September	2	6	
10	Oktober	10	5	3
11	November	6	7	1
12	Desember	5	7	1
Jumlah		**61**	**51**	**30**

Sumber: Bapak Ricky J, Sekretaris Katering Sarahfi (2014).

Tabel 1.1 menggambarkan bahwa jumlah pemesanan katering di Sarahfie telah mengalami penurunan. Pada tahun 2012 Sarahfie mengalami penurunan jumlah pemesanan sebanyak 10 *event* dari tahun sebelumnya, dan pada tahun berikutnya terjadi penurunan pemesanan kembali sebanyak 21 *event*. Tentu saja penurunan jumlah pemesanan tersebut berindikasi pada penurunan jumlah *profit* yang didapat oleh pihak pengusaha. Hal itu telah dibuktikan oleh data *profit* yang yang akan digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Data *Profit* Katering Sarahfie Tahun 2011-2013

No	**Bulan**	**Tahun**		
		2011 (Rp)	**2012 (Rp)**	**2013 (Rp)**
1	Januari	15.750.000,-	16.200.000,-	58.500.000,-
2	Februari	47.850.000,-	37.575.000,-	40.500.000,-
3	Maret	84.225.000,-	43.275.000,-	72.000.000,-
4	April	55.950.000,-	44.400.000,-	59.625.000,-
5	Mei	51.000.000,-	72.750.000,-	32.062.500,-
6	Juni	69.450.000,-	49.350.000,-	67.650.000,-
7	Juli	46.050.000,-	27.000.000,-	
8	Agustus			21.600.000,-
9	September	20.400.000,-	71.685.000,-	
10	Oktober	95.250.000,-	59.250.000,-	45.750.000,-
11	November	54.900.000,-	85.500.000,-	18.750.000,-
12	Desember	57.000.000,-	77.280.000,-	16.875.000,-
Jumlah		**597.825.000,-**	**584.265.000,-**	**433.312.500,-**

Sumber: Hj. Pipit Nurindah S, SE., Pemilik Katering Sarahfie (2014).

Berdasarkan tabel *profit* 1.2 di atas, jelas bahwa Katering Sarahfie mengalami penurunan. Pada tahun 2012 Sarahfie mengalami penurunan *profit* sebesar Rp. 13.560.000,- atau 2,27 % dari tahun sebelumnya. Sedangkan tahun

berikutnya Sarahfie mengalami penurunan cukup besar yaitu sebesar Rp. 150.952.500,- atau sama dengan 25,84 %.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan sebelumnya, penulis mendapatkan informasi dari kepala dapur dan pemilik usaha, mengenai keluhan tamu terhadap produk makanan dan pelayanan yang mengakibatkan adanya ketidakpuasan konsumen. Hasil *survey* pra penelitian kepada 30 konsumen menyatakan bahwa 19 orang atau 63 %, konsumen menyatakan tidak puas atas produk dan pelayanan yang diberikan Katering Sarahfie. Hal tersebut digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Kuesioner Pra Penelitian Tingkat Kepuasan Konsumen Katering Sarahfie

No	**Pernyataan**	**Frekuensi**		**Persentase (%)**	
		Puas	**Tidak Puas**	**Puas**	**Tidak Puas**
1	Konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan Katering Sarahfie.	19	11	63	37
2	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Katering Sarahfie.	19	11	63	37

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian 2014

Keluhan yang ada beberapa diantaranya adalah makanan tidak layak konsumsi, terdapat bau yang kurang sedap pada makanan yang disajikan, warna makanan tidak menarik, bentuk dan warna dari *garnish* tidak menarik, sayuran yang disajikan terlalu matang sehingga benyek dan hancur, rasa makanan cepat berubah, peralatan yang tidak layak pakai dan jumlah peralatan yang disediakan tidak sesuai dengan jumlah tamu, karyawan kurang memperhatikan kebersihan makanan, kurang tanggap dalam menangani keluhan tamu, tidak komunikatif dan informatif terhadap tamu, serta pegawai kurang cepat dalam mengisi makanan.

Berdasarkan hal di atas, sebenarnya terdapat upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Usaha yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk, pemilik perusahaan bisa melakukan hal-hal berikut: (1) Lebih memperhatikan kelezatan makanan dengan cara memilki standar resep yang baik, dimana jumlah penggunaan bahan baku dengan bumbu harus seimbang; (2) Menjaga konsistensi mutu makanan agar tetap baik setelah dihidangkan, dengan cara menggunakan bahan yang bekualitas baik dan alat saji yang tepat; (3) Memperhatikan susunan/bentuk/potongan makanan dengan cara membuat menu yang beragam, mengatur tingkat kematangan makanan dengan benar yang sesuai dalam standar resep, membuat standar potongan makanan yang baik dan melakukan pelatihan kepada karyawan; (4) Memperhatikan kandungan gizi dengan cara menggunakan bahan-bahan yang berkualitas baik dan proses pengolahan yang tepat dan bersih; (5) Membuat makanan menjadi lebih manarik dan enak dilihat, yaitu dengan cara memperhatikan kombinasi warna makanan, kerapihan pada saat dihidangkan, serta dilengkapi dengan seni atau cara menyajikan makanan di atas meja agar konsumen berselera untuk memakannya; (6) Memperhatikan aroma makanan, yaitu dengan cara menggunkan bahan yang berkualitas baik dan menggunakan bumbu yang bisa menciptakan bau harum pada makanan; (7) Memperhatikan temperatur atau suhu makanan, yaitu dengan cara memperhatikan waktu penyajian dan menggunakan alat saji yang tepat. Makanan panas disajikan panas, dan makanan dingin disajikan dingin.

Upaya dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan, pemilik perusahaan bisa memperbaiki mulai dari hal-hak berikut ini: (1) Menggunakan alat saji dan pelatan makan yang layak dan tepat serta memberikan perhatian kepada karyawan mengenai kerapihan dan kebersihan dalam berpakaian pada saat bekerja; (2) Meningkatkan kinerja karyawan agar mampu bekerja dengan cepat dan tepat waktu; (3) Selalu mengingatkan karyawan untuk selalu bisa membantu konsumen

yang membutuhkan bantuan; (4) Mempekerjakan karyawan dengan kompetensi yang sesuai; (5) Mengingatkan karyawan agar selalu bersikap sopan, santun, dan ramah pada saat melayani konsumen; (6) Memberikan pelatihan kepada karyawan agar mampu berkomunikasi dengan baik ketika melayani konsumen, serta memberikan pelatihan kepada karyawan agar mampu memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Perbaikan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan ketika sudah dilakukan, maka diharapkan konsumen bisa mendapatkan kepuasan. Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **" UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI KATERING SARAHFIE ".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk Katering Sarahfie ?
2. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan Katering Sarahfie ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Katering Sarahfie ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Katering Sarahfie ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Katering Sarahfie ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan kegunaan bagi penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana gambaran kualitas produk Katering Sarahfie.

2. Mengetahui bagaimana gambaran kualitas pelayanan Katering Sarahfie.
3. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen Katering Sarahfie.
4. Mengetahui sejauh mana kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Katering Sarahfie.
5. Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Katering Sarahfie.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Memenuhi salah satu kewajiban sebagai mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia tingkat akhir, yaitu melakukan penelitian yang akan diterapkan menjadi sebuah skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan tingkat S1. Harapannya adalah setelah disusunnya penelitian ini bisa menjadi sumbangan informasi yang bermanfaat mengenai upaya meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan, manajemen pariwisata, dan manajemen industri katering, terlebih bagi mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut di bidang yang sama dengan objek penelitian yang sama pula.

2. Kegunaan Praktis

Penulis berharap dengan tersusunnya penelitian ini bisa menjadi bahan masukan dan informasi yang berguna bagi perusahaan. Sehingga di masa yang akan datang kualitas produk dan kualitas pelayanan tersebut bisa menjadi lebih baik dan dapat diterima oleh konsumen dan bisa mencapai target kepuasan. Sedangkan bagi penulis sendiri bisa mengaplikasikan langsung hasil penelitian di lapangan ketika selesainya masa pendidikan nanti, baik untuk bekal ketika bekerja dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama ataupun sebagai bekal penulis dalam membuka sebuah usaha nantinya.