

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata. Indonesia merupakan negara yang menjadi salah satu destinasi pariwisata favorit bagi wisatawan.

Pariwisata di Indonesia memegang peranan penting dalam sektor perekonomian. Pada tahun 2013 Indonesia berada di peringkat 70 dalam daya saing pariwisata global menurut *World Economic Forum* (WEF) setelah sebelumnya mengalami kenaikan 4 peringkat dari peringkat 74 pada tahun 2011.

Salah satu daerah tujuan wisata yang ada di Indonesia selain Bali adalah Bandung. Selain menawarkan pemandangan yang indah para wisatawan bisa berbelanja dan dimanjakan dengan aneka kuliner yang ada di Bandung. Kota Bandung terdapat berbagai macam restoran yang menyajikan beraneka macam makanan dari mulai makanan khas Indonesia sampai makanan-makanan khas Negara lain, diantaranya makanan khas Negara Italia, Korea dan Jepang. Salah satu restoran yang menyediakan makanan Jepang adalah Restoran Sushi Den.

Sushi Den merupakan salah satu restoran yang menyediakan beraneka ragam makanan khas Jepang seperti okonomiyaki, ramen dan tentunya sushi. Sushi Den terletak di jalan Hariang Banga nomor 8 Bandung. Restoran yang berdiri sejak tahun 2009 ini menyediakan beraneka ragam sushi dari mulai sushi yang mentah sampai sushi yang matang. Sushi Den bukan satu-satunya restoran

yang menyediakan sushi di kota Bandung, ada beberapa perusahaan sejenis yang bermunculan. Banyaknya usaha sejenis yang terus bermunculan maka pengusaha makanan seharusnya mulai memperhatikan tingkat kepuasan para konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2010 hlm 138), secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Berikut adalah rincian data penjualan di restoran Sushi Den selama 4 bulan yang diawali dari bulan September sampai bulan Desember 2014. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data penjualan di Sushi Den selama 4 bulan terakhir

No	Menu	September	Oktober	November	Desember
	Makanan				
1	<i>Black pearl</i>	367	343	298	245
2	Cheesy salmon	300	287	265	221
3	Salmon maki	265	221	197	184
4	Bushido	262	247	221	196
5	Okonomiyaki	237	206	193	181
6	Flaming salmon	217	186	172	159
7	Salmon skin roll	190	175	154	136
8	Takoyaki	174	165	148	139
9	Hitokiri	172	162	149	136
10	Mix roll	144	145	129	103
11	Geisha	111	121	105	98
12	Potato lasagna	89	77	68	57
13	Chuka wakame roll	88	92	89	71
14	Chicken omurice	79	82	70	64
15	Spicy ramen	77	75	80	82

16	Teka maki	74	68	61	53
	Minuman				
17	<i>Es teh manis</i>	508	486	379	293
18	Es ocha	420	372	301	262
19	Hot ocha	419	385	398	413
20	Addictea	389	348	248	182
21	Aqua	313	286	245	205
22	Es lemon tea	232	201	178	143
23	Sour peace	123	114	99	78
24	Es teh tarik	106	110	99	80
25	Sunset beach	90	78	64	50
26	Es jeruk nipis	83	75	57	36
27	Es coffee cream	80	82	79	73
28	Es markisa	77	65	50	45
29	Dragon blood	77	65	45	35
30	Es coklat	61	57	49	44
	Total	5.824	5.376	4.690	4.046

Sumber : Sushi Den Bandung

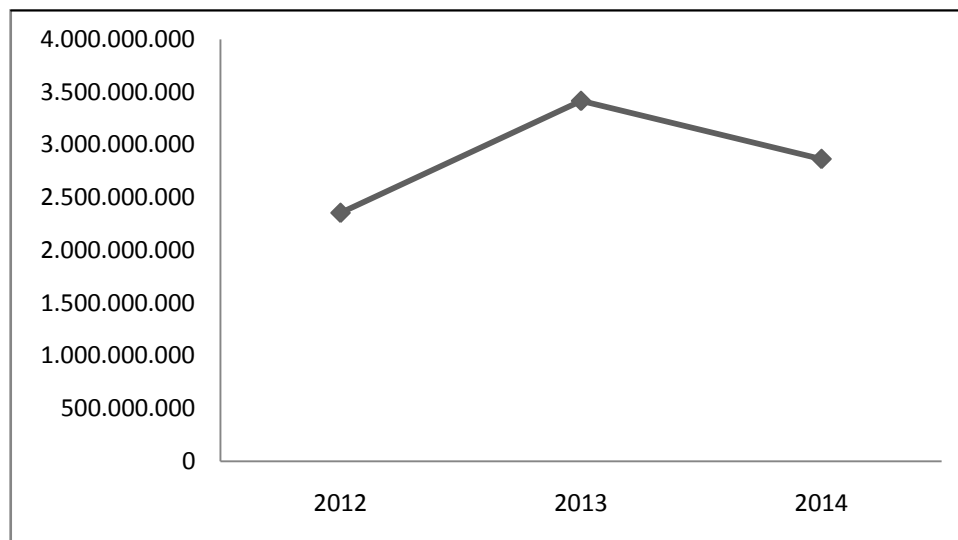
Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penjualan di Sushi Den mengalami naik turun, penurunan jumlah penjualan yang cukup signifikan terjadi pada salah satu minuman favorit di restoran Sushi Den yaitu es teh manis. Penurunan terbesar terjadi pada penjualan bulan November, penurunan penjualan ini terjadi sebanyak 22% dari bulan sebelumnya. Selain es teh manis, penurunan pada minuman favorit di Sushi Den juga terjadi pada es ocha yang mengalami penurunan penjualan sebesar 19%. Sementara itu untuk penurunan penjualan pada makanan favorit terjadi pada black pearl sushi yang mengalami penurunan cukup besar pada bulan Desember yaitu sebesar 17,8% dan merupakan penurunan yang cukup besar dibandingkan dengan penjualan pada bulan lainnya. Penurunan ini juga berpengaruh kepada omzet Sushi Den, berikut adalah gambaran omzet Sushi Den selama 3 tahun terakhir:

Tabel 1.2
Omzet Sushi Den 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Jumlah
1	2012	Rp. 2.353.368.000
2	2013	Rp. 3.415.000.000
3	2014	Rp. 2.864.400.000

Sumber: Sushi Den bandung

Tabel diatas adalah jumlah omzet Sushi Den selama 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2012 hingga tahun 2014. Omzet dari tahun 2012 ke tahun 2013 meningkat sedangkan omzet dari tahun 2013 sampai ke 2014 mengalami penurunan. Untuk lebih jelasnya, data tersebut disajikan pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1
Omzet Sushi Den 3 Tahun Terakhir

Berdasarkan gambar 1.1, omzet Sushi Den jelas mengalami penurunan. Penurunan cukup besar terjadi pada tahun 2014 dari tahun 2013 sebesar Rp.

3.415.000.000 menjadi Rp. 2.864.400.000. Penurunan yang terjadi yaitu sebesar sebesar Rp. 550.600.000 atau sebesar 16,12%.

Beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain dari produk yang ditawarkan adalah *service quality* atau kualitas pelayanan. Selain memperhatikan produk yang akan dibeli, konsumen juga memperhatikan pelayanan yang akan diterima. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, apabila konsumen merasa puas maka dia akan menunjukkan besar kemungkinan untuk kembali datang dan memberikan referensi yang baik kepada orang lain. Sebaliknya, apabila konsumen merasa tidak puas maka pelanggan tidak akan kembali datang dan memberikan referensi yang negatif kepada orang lain. Sebuah restoran harus memiliki cara untuk menarik minat konsumen untuk datang dan melakukan pembelian di restoran tersebut, ini berlaku pula untuk restoran Sushi Den. Jika restoran ini tidak bisa menarik minat konsumen untuk berkunjung dan tidak bisa memberikan kepuasan kepada konsumen, maka konsumen akan memberikan tanggapan terhadap ketidakpuasannya tersebut. Berikut adalah beberapa tanggapan ketidakpuasan konsumen di Sushi Den Bandung yang disajikan dalam tabel 1.3:

Tabel 1.3
Daftar Keluhan Ketidakpuasan Konsumen Sushi Den

Nama	Tanggal berkunjung	Keluhan	Jenis Keluhan
Yoppy P.	25 Agustus 2015	Aku datang ke tempat ini karena saya mendengar bahwa Sushi Den bisa memberikan tempat yang bagus, harga yang baik & makanan lezat. Tapi apa yang saya dapatkan adalah tempat begitu-begitu & makanan mahal tidak begitu lezat.	Kualitas Produk

Ahmadi A.	9 Agustus 2015	Rasa, lumayan gak buruk. Kreatifitas, kurang. Ada sushi fusion yang di goreng namun lebih terasa seperti gehu dibanding sushi. Harga, standar untuk rumah makan rumahan. Porsi, untuk sushi terlalu kecil. Untuk makanan yg lain standar. <i>Service</i> , mengecewakan, waiternya seringkali harus menanyakan orang lain saat saya tanyakan berbagai pertanyaan soal makanan atau hal yang lain.	Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
Alda Ramadhika	19 Juli 2014	Kacau banget. Minum ga datang-datang udah di tagih pun masih lama, padahal lagi puasa. dah sejam makanan pun ga datang juga pas ditanya katanya belum dibikin. Yg lbh kacau lg kita dudukanya di depan kasir	Kualitas Pelayanan
Tides Tiffany	1 Februari 2012	Ramen atau udon nya <i>unrecommended</i> disini. Harga mahal dibanding tempat lain, rasa standar, porsi sedikit banget.	Kualitas Produk

Sumber: Tripadvisor, Google Review dan Forsquare.

Dilihat dari tabel diatas, berarti masih kurangnya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di Sushi Den. Ini berakibat kepada naik turunnya penjualan yang juga mempengaruhi pendapatan restoran Sushi Den.

Menurut Marsum (2005 hlm 159) dan Bartono (2005 hlm 43), dimensi atau variabel yang digunakan untuk menentukan kualitas produk adalah *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata), *Aromatic appeal* (daya penarik lewat bau harum), *Flavor* (rasa atau bau), Porsi yang baik dan tepat dengan standar penyajian, dan ketepatan waktu atau *timing* yang tepat dalam menyajikan.

Sedangkan kualitas pelayanan dijelaskan oleh Lovelock (2010 hlm 154) yaitu *Tangibles* (penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi), *Empathy* (akses, komunikasi dan pemahaman pelanggan), *Reliability* (keandalan atau kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat), *Responsiveness* (kecepatan dan kesediaan untuk membantu pelanggan), serta *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mempunyai tujuan untuk mengetahui tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan khususnya seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung yang dituangkan dalam judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SUSHI DEN BANDUNG**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk di Sushi Den Bandung ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di Sushi Den Bandung ?
3. Bagaimana kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk di Sushi Den Bandung
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Sushi Den Bandung

3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis untuk memperluas wawasan dan memberikan pengetahuan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat praktis untuk pihak-pihak yang terkait diantaranya:

1. Bagi pihak perusahaan, dimana manfaat dari penelitian ini adalah dapat memberikan informasi dan menjadi bahan masukan dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Bagi mahasiswa, dapat menjadi referensi untuk memperluas pengetahuan atau menjadi pembanding dalam penulisan karya ilmiah.
3. Bagi penulis, menambah wawasan mengenai pentingnya kepuasan konsumen dilihat dari kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain itu menjadi bekal untuk diaplikasikan pada saat bekerja di sebuah perusahaan atau pada saat membuka usaha nantinya.