

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini teknologi berkembang secara pesat menuju era digital. Hal ini turut mempengaruhi berbagai segi kehidupan seperti sosial, masyarakat, politik hingga ekonomi. Dari segi ekonomi, kemajuan teknologi akan meningkatkan kemampuan produktivitas di dunia industri, salah satunya industri hospitaliti dan pariwisata. Menurut Hsu dan Wu (2013, hlm. 61), industri hospitaliti telah mengalami perbaruan teknologi yang dapat memperkuat kualitas jasanya dalam beberapa dekade.

Teknologi memiliki peran yang penting dalam industri karena saat ini teknologi bukan hanya sebagai pelengkap bisnis saja, namun sudah menjadi urat nadi sebuah bisnis yang saat ini berkembang dan bersaing. Seperti yang terjadi pada bisnis penyedia jasa makanan dan minuman, pesatnya kemajuan teknologi di restoran telah memainkan peran dalam merubah *dining experience* pelanggan, seperti bagaimana makanan disajikan, disiapkan dan diberikan (Dixon, Kimes, dan Verma, 2009; Oronsky dan Chathoth, 2007 dalam Hsu dan Wu, 2013, hlm. 61). Menurut Huber; Hancer dan George dalam Buchanan (2011, hlm. 2), penggunaan teknologi menjadi sangat beragam dalam industri restoran yang berkisar dari penggunaan yang minimal hingga yang luas dan telah membantu mengubah cara pemilik restoran dalam menjalankan bisnisnya. Teknologi penting bagi industri restoran sebagaimana telah membuat operasi atau kinerja yang efisien, produk yang lebih konsisten, dan layanan atau pengalaman pelanggan yang lebih baik (Buchanan, 2011, hlm. 2).

Sejak awal tahun 2000, teknologi informasi telah memasuki pasar utama dan dikembangkan lebih jauh menjadi apa yang disebut sebagai *new wave technology*. *New wave technology* adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antar individu dan kelompok. *New wave technology* meliputi tiga kekuatan utama: komputer dan telepon genggam yang murah, Internet murah, dan open source. (Kotler, Philip., Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan, 2010)

Saat ini era pertumbuhan intuitif teknologi layar sentuh yang dikombinasikan dengan penampilan yang kuat dan platform komunikasi yang lebih cepat yang terdiri dari *smartphone*, *tablet*, dan *kiosk* telah menyediakan media yang layak untuk menyajikan dan melakukan transaksi penjualan makanan (Ion, 2013; Lowrey, 2011; Mark, 2012 dalam Beldona, Buchanan dan Miller, 2014, hlm. 367). Restoran di seluruh dunia (terutama di Amerika dan Jepang) mulai menggunakan tablet untuk mengganti menu kertas tradisional mereka dan melibatkan teknologi layar sentuh tersebut ke dalam proses pemesanan. Para ahli mengetahui bahwa hal ini akan menjadi sebuah fenomena baru yang akan mengguncang industri jasa makanan.

Menurut McCall dan Lynn (2008), disaat terdapat banyak perubahan di dalam industri restoran, menu restoran tetap memiliki peran yang vital dan sering dilihat sebagai inti dari strategi pada sebuah restoran. Dalam penelitian Markovic dkk. salah satu elemen *tangible* restoran yang paling penting adalah menu restoran (2010). Buchanan (2011, hlm. 3) menyatakan bahwa ketika menu digunakan sebagai alat pemasaran yang sangat baik, menu dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku konsumen. Cichy dan Wise dalam Buchanan (2011, hlm. 9), menu dapat digambarkan sebagai sebuah peta yang meningkatkan kemudahan navigasi antara rasa lapar dan kepuasan pelanggan.

Penggunaan menu tablet restoran pertama muncul di industri restoran untuk *wine list*, yang lalu diikuti dengan menu makan malam (Rousseau, 2011 dalam Beldona, Buchanan dan Miller, 2014, hlm. 369). Meskipun pengaplikasian menu tablet restoran membutuhkan biaya yang besar, namun teknologi ini memiliki banyak manfaat bagi restoran, salah satunya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Teknologi tersebut telah memberikan pemilik restoran kesempatan yang tak terbatas dalam meningkatkan menu mereka (Beldona, Buchanan dan Miller, 2014, hlm. 369). Pemilik restoran telah termotivasi untuk menggunakan teknologi dalam memperbaiki menu, sebagaimana mereka percaya bahwa hal ini berpotensi untuk mempercepat jasa, menyediakan peluang lebih besar untuk mengkostumisasi makanan, dan menyediakan pelanggan dengan informasi yang lebih, dengan demikian meningkatkan kepuasan pelanggan (Kimes, 2008 dalam Beldona, Buchanan dan Miller, 2014, hlm. 369).

Dixon, Kimes dan Verma (2009, hlm. 15) melakukan survey mengenai preferensi pelanggan terhadap 11 inovasi teknologi yang diklasifikasikan menjadi lima kategori: 1) manajemen antrian, 2) *internet based*, 3) menu, 4) kiosk, dan 5) berhubungan dengan pembayaran. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa virtual menu (menu tablet restoran) yang tersedia di meja mendapatkan perhatian yang besar dari responden dalam penelitian tersebut dan dianggap paling bernilai atau *valuable* diantara 11 teknologi inovasi yang disebutkan.

Dalam hasil penelitian Hsu dan Wu (2013), inovasi teknologi di restoran membuat responden dalam penelitian tersebut merasa lebih puas dengan restoran tersebut. Selain itu informasi yang ada pada menu dianggap memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa pelanggan lebih memperhatikan pada tata letak menu dan kemudahan membaca informasi yang ada pada menu. Mills dan Thomas dalam Hsu dan Wu (2013, hlm. 68) membenarkan bahwa untuk mengesankan pelanggan dengan pengalaman *dining* yang positif, penampilan menu akan menjadi faktor yang kritis dan menu harus berisi gambar, deskripsi item dan mungkin berisi informasi nutrisi yang terkandung pada menu.

Salah satu restoran di Indonesia yang menerapkan teknologi elektronik tablet menu adalah Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung. Restoran tersebut merupakan digital resto yang menjual masakan Korea yang saat ini sedang populer melihat datangnya *Korean Wave* ke Indonesia. Kedatangan wabah Korea tersebut didukung dengan data yang diperoleh pada tahun 2014 bahwa persentase jumlah restoran masakan Korea di Indonesia adalah sebanyak 0,98% (Badan Pusat Statistik, 2015).

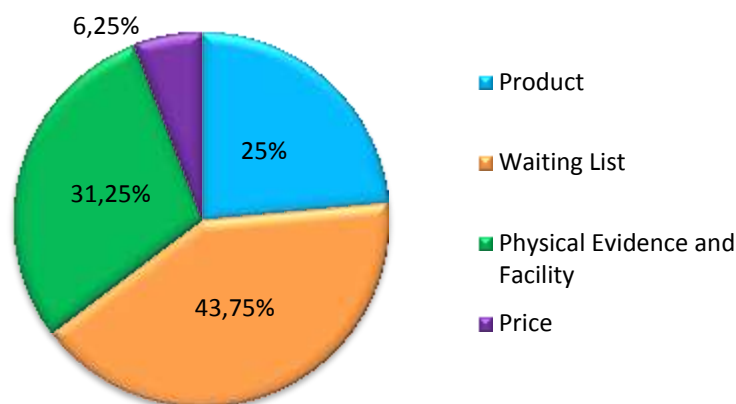
Adapun persentase tingkat kunjungan pelanggan ke Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung ditunjukkan pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

TABEL 1.1
DATA PERSENTASE JUMLAH PENGUNJUNG MUJIGAE RESTO
CIHAMPELAS WALK BANDUNG 2013-2016

No	Tahun Periode	Persentase Jumlah Pengunjung
1	2013-2014	10%
2	2014-2015	-2%
3	2015-2016	5%

Sumber: Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung, 2016

Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan tingkat pengunjung Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung dalam periode beberapa tahun terakhir. Berdasarkan hasil survey pra-penelitian kepada 30 pelanggan Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung, diketahui bahwa sebanyak 46,7% dari responden menyatakan bahwa mereka puas setelah makan di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung dan sebanyak 53,3% dari responden menyatakan tidak puas. Ketidakpuasan pelanggan dinyatakan dalam beberapa alasan yang kemudian penulis rangkum dalam bentuk grafik yang disajikan pada Gambar 1.1



GAMBAR 1.1
PERSENTASE ALASAN KETIDAKPUASAN PELANGGAN MUJIGAE RESTO CIHAMPELAS WALK BANDUNG

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa sebesar 43,75% dari responden yang tidak puas menyatakan faktor ketidakpuasan mereka adalah *waiting list*. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara dengan manager restoran, mereka memang sering mendapati *waiting list* terutama akhir pekan atau *weekend*.

Stress, kebosanan, kecemasan dan gangguan yang sering dipicu oleh menunggu mempengaruhi evaluasi jasa konsumen dan kepuasan mengenai perusahaan tersebut (Taylor dalam Berry et.al., 2002). Lovelock, Wirtz dan Chew dalam bukunya yang berjudul *Essentials of Service Marketing* menunjukkan hasil penelitian yang menyatakan orang-orang sering berpikir bahwa mereka telah menunggu lebih lama untuk sebuah jasa dibandingkan seharusnya. Orang-orang tersebut tidak menyukai waktu mereka terbuang dengan aktifitas yang tidak produktif. Ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh *delays* atau penundaan

dalam menerima jasa sering dapat mendorong emosi yang kuat, bahkan kemarahan (2008).

Permasalahan ketidakpuasan tidak dapat diabaikan begitu saja. Riset 1st Financial Training Services (2009) menunjukkan 96% pelanggan yang tidak puas hanya pergi begitu saja tanpa melakukan komplain. Dan 91% dari pelanggan tersebut tidak akan pernah kembali. Mereka menyatakan bahwa mendapatkan satu pelanggan baru membutuhkan biaya enam sampai delapan kali lipat dibandingkan mempertahankan pelanggan yang ada. Penting bagi suatu perusahaan menghindari terjadinya ketidakpuasan pelanggan, karena hal tersebut berdampak buruk bagi kelangsungan bisnis perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian pada Januari 2003 yang dilakukan oleh Goodman dan Newman, diketahui bahwa pelanggan yang tidak puas setidaknya dua kali lebih banyak menceritakan pengalaman buruknya kepada banyak orang daripada menceritakan tentang pengalaman baiknya. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian sebelumnya terhadap pelanggan Coca Cola yang dilakukan oleh Technical Assistance Research Programs, Inc. (TARP) yang menyatakan bahwa pelanggan akan menceritakan kepada 10 orang tentang pengalaman buruknya, namun untuk menceritakan pengalaman baiknya mereka cenderung hanya akan bercerita pada 5 orang saja (dalam Goodman dan Newman, 2003). Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal *customer experience*, konsumen atau pelanggan terutama yang masih merasa tidak puas bahkan setelah melakukan komplain, akan menyebarkan banyak sekali WOM yang negatif yang tentunya akan berpengaruh kepada citra perusahaan.

Ketidakpuasan pelanggan yang terjadi di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung pada umumnya disebabkan oleh adanya *waiting list*. Perlu dicari solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dalam hasil penelitian Dixon, Kimes dan Verma (2009) disebutkan mengenai manfaat dari inovasi teknologi di restoran, yaitu terdapat manfaat bagi pelanggan dan manfaat bagi pihak restoran. Manfaat yang dirasakan pelanggan diantaranya *improved convenience* atau peningkatan kenyamanan dan *increased control* atau peningkatan pengendalian. Sedangkan manfaat yang dirasakan bagi pihak restoran diantaranya adalah meningkatkan kecepatan pelayanan, mengurangi biaya tenaga kerja, dan peningkatan kualitas

pelayanan dan produk. Dalam penjelasannya, jika kecepatan pelayanan dapat dipercepat maka akan lebih banyak juga pelanggan yang dapat terlayani. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kecepatan pelayanan (Dixon, Kimes dan Verma, 2009, hlm. 7-9).

Mujigae Resto merupakan salah satu restoran yang memiliki konsep digital dan menggunakan teknologi pada pengoperasian restoran mereka. Restoran ini mempresentasikan menu mereka dengan menggunakan tablet iPad yang terpasang di setiap meja sekaligus digunakan pada saat proses *ordering*. Pemesanan pelanggan terhubung langsung dengan iPod yang dipegang oleh *waiters* dan *waitress* restoran. Melalui iPad, pelanggan dapat melihat secara visual menu beserta harga yang ditawarkan oleh restoran. Selain dapat memesan langsung melalui iPad, pelanggan juga dapat memilih lagu untuk diputar secara langsung di restoran, dan juga melakukan aktivitas lainnya seperti berfoto *selfie* dan lain-lain.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan manager Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung, melalui penggunaan menu tablet restoran, pemesanan makanan dan minuman yang telah difinalisasi oleh konsumen dalam hitungan detik akan langsung masuk ke *kitchen* tanpa membutuhkan karyawan yang harus secara individu mengantarkan *captain order* ke *kitchen*. Selain itu pelanggan dapat memanggil staff melalui menu tablet restoran yang akan langsung diketahui oleh staff sehingga mereka dapat langsung sigap menghampiri pelanggan. Sedangkan standar operasional prosedur yang dimiliki Mujigae Resto dalam waktu yang diharuskan untuk menyajikan makanan adalah 7-13 menit, minuman 3-7 menit (Sahidin, 2016).

Penjelasan manfaat penggunaan menu tablet restoran dapat berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi oleh restoran berdasarkan oleh hasil pra penelitian, yaitu *waiting list*. Penggunaan menu tablet restoran memungkinkan dapat meningkatkan kecepatan pelayanan sehingga pelanggan dapat lebih banyak terlayani, tentunya memungkinkan membantu mengurangi *waiting list*.

Dengan digunakannya teknologi menu tablet restoran di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung sebagai media dalam pemesanan makanan pelanggan, perlu diketahui bagaimana persepsi pelanggan mengenai pengalaman dalam

pemesanan dengan pengimplementasian teknologi tersebut. Karena ketika pihak restoran mempertimbangkan untuk menggunakan inovasi jasa berbasis teknologi, mereka tidak hanya harus mempertimbangkan biaya dan manfaat dari teknologi tersebut, namun juga reaksi pelanggan terhadap perubahan cara yang mengiringi inovasi tersebut (Dixon, Kimes dan Verma, 2009). Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Penggunaan Menu Tablet Restoran terhadap Kepuasan Pelanggan di Mujigae Resto Cihampelas Walk Bandung”**.

1.1 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka dapat dirumuskan rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pelanggan mengenai menu tablet restoran yang terdiri dari *order information quality*, *usability* dan *ordering experience* di Mujigae Resto Ciwalk Bandung.
2. Bagaimana gambaran tingkat kepuasan pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung.
3. Bagaimana pengaruh menu tablet restoran yang terdiri dari *order information quality*, *usability* dan *ordering experience* terhadap kepuasan pelanggan di Mujigae Resto Ciwalk Bandung.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui gambaran pelanggan mengenai menu tablet restoran yang terdiri dari *order information quality*, *usability* dan *ordering experience* di Mujigae Resto Ciwalk Bandung
2. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan pelanggan Mujigae Resto Ciwalk Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh menu tablet restoran yang terdiri dari *order information quality*, *usability* dan *ordering experience* terhadap kepuasan pelanggan di Mujigae Resto Ciwalk Bandung.

1.3 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas ilmu pemasaran restoran dengan mengkaji pemahaman mengenai *menu management* dan *customer satisfaction* di Restoran Mujigae

2. Kegunaan Empiris

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak restoran khususnya untuk Mujigae Resto dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui implementasi teknologi menu tablet restoran. Selain itu diharapkan dapat menjadi evaluasi strategi pemasaran dan pengelolaan bagi pihak restoran. Dan penelitian ini berguna untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat di bidang pemasaran restoran.