

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, sehingga perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non-migas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian negara.

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Bab I Pasal 1 menyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Jadi pengertian wisata mengandung unsur kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Dengan perkembangan dunia pariwisata sekarang ini yang semakin maju dan modern dari waktu ke waktu khususnya sudah menjadi kebutuhan yang menyeluruh dan nyata bagi masyarakat. Mereka menggunakan kegiatan ini sebagai sarana untuk menghilangkan kepenatan pikiran mereka dalam mengisi hari-hari libur (*rekreasi*). Dalam kegiatan pariwisata itu sendiri dibutuhkan berbagai sarana penunjang salah satu diantaranya adalah *akomodasi*. Akomodasi yaitu meliputi penginapan, transportasi, dan lain-lain yang

bertujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada tamu sehingga dapat menciptakan rasa nyaman serta puas bagi tamu. Hal ini menuntut pihak penyedia jasa restoran untuk mencermati strategi-staregi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di restoran tersebut.

Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan atau restoran adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya. Rumah makan atau biasa disebut restoran telah menjadi suatu bisnis yang menjanjikan karena makanan adalah salah satu kebutuhan primer bagi manusia.

**Tabel 1.1**

**Daftar potensi restoran dan rumah makan berijin di kota Bandung tahun 2012**

No	Klasifikasi	Jumlah Potensi
1	Restoran Talam Kencana	0
2	Restoran Talam Salaka	15
3	Restoran Talam Gangsa	126
4	Restoran Waralaba	40
5	Bar	12
6	Rumah Makan A	21
7	Rumah Makan B	103
8	Rumah Makan C	144
<b>Jumlah</b>		<b>461</b>

Sumber :Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Salah satu unsur paduan pemasaran yang berpengaruh terhadap perilaku pelanggan restoran adalah paduan pengelolaan produk dan promotion mix (Oktobriono, 2003). Pada dasarnya, dalam pengelolaan makanan diberbagai institusi dapat menyediakan makanan yang berkualitas tinggi, pelayanan cepat dan tepat sertaramah, fasilitas cukup dan nyaman, serta standar kebersihan dan sanitasi yangtinggi (Mukrie, 1990). Dalam pelaksanaan penyajian makanan yang berkualitas, seksi dapur diharapkan memiliki orang-orang yang berkemampuan dan berkualitas dibidangnya agar sumber daya manusia yang ada di dapur benar-benar produktif dan bermutu.

Dampak positif dari seksi dapur yang mempunyai kemampuan dan berkualitas dibidangnya adalah dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas. Produk merupakan salah satu unsur untuk mewujudkan semua tujuan perusahaan dibidang makanan agar dapat menarik minat konsumen untuk dapat datang ke restorannya karena aktivitas perusahaan dimulai dari perencanaan produk atau jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Don R.Hansen dan Maryanne M. Mowen, 2001:963 bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan karakteristik produk atau jasa dari rancangan sampai pengiriman produk tersebut kepelanggan sesuai dengan diharapkan tanpa melalui pembuatan yang berulang-ulang. Tanpa memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, itu berarti mematikan harapan bagi perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga perusahaan akan menghasilkan produk yang lebih rendah kualitasnya.

Peran kualitas produk sangat menentukan keinginan koneumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan sendiri bagi konsumen (Rodhiah,

2007). Kualitas produk suatu perusahaan merupakan unsur yang paling penting bagi perusahaan untuk selalu mendapat perhatian khusus kualitas bahkan dapat dikategorikan sebagai suatu senjata yang strategis untuk berkompetisi dengan pesaing dan memenangkan perolehan pangsa pasar.

Dalam persaingan, kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu hal yang sangat penting. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan itu sendiri sangat dipengaruhi oleh tingkat mutu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang meliputi kualitas produk. Kecepatan dalam memenuhi permintaan pasar dengan kualitas produk dan porsi produk, diharapkan akan semakin tinggi tingkat terpenuhinya kebutuhan pelanggan yang biasa dinyatakan oleh tingkat kepuasan pelanggan.

Makanan yang disajikan, tentu saja harus sesuai dengan jumlah atau porsi yang telah ditentukan. Standar porsi adalah berat berbagai macam bahan makanan dalam suatu menu yang dicantumkan dalam berat bersih. Porsi baku dapat ditentukan melalui kecukupan makanan yang diperlukan dan persentase berat bersih bahan makanan yang dianjurkan dalam tiap kali waktu makan serta porsi untuk tiap waktu makan (Moehyi, 1992). Menurut Moehyi (1992), pemorsian dan distribusi makanan merupakan kegiatan kahir dalam sistem penyelenggaraan makanan.

Setiap perusahaan menginginkan produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen. Bahkan jika ada pesaing, produk dari suatu perusahaan ingin lebih unggul dari pada produk yang dihasilkan perusahaan lain. Suatu perusahaan perlu mengetahui respon konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan apakah produk sesuai dengan keinginan

konsumen atau sebaliknya. Menurut Oliver (1997) bahwa kepuasan adalah respon pemenuhan konsumen. Ini adalah suatu penghakiman bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, menyediakan tingkat menyenangkan konsumsi terkait pemenuhan. Dengan kata lain, keseluruhan tingkat kepuasan tergantung dari produk yang ditawarkan suatu perusahaan kepada konsumen/pelanggan.

Salah satu upaya untuk memuaskan konsumen adalah yang berkaitan dengan produk yang disediakan disuatu restoran dengan rasa yang enak, menarik, rektur bagus, menjadi salah satu sasaran setiap restoran untuk dapat menciptakan produk tersebut yang bertujuan untuk menarik para calon konsumen agar datang ke restoran terkait dan pada akhirnya akan memberikan rasa puas kepada konsumen sehingga respon dari konsumen tersebut sangat baik terhadap suatu restoran.

Dengan memahami kebutuhan dan perilaku konsumen, mendorong sebagian besar pelakunya untuk terus mengembangkan produk (*modifikasi*). Hal itulah yang melatar belakangi restoran Selasih 2 Bandung untuk menciptakan modifikasi produk dalam bisnis usahanya. Dengan melakukan pengembangan produk, baik yang berbasis dari produk yang sudah ada ataupun produk baru diharapkan dapat menciptakan produk yang lebih berkualitas dan bermutu sehingga lebih menarik minat konsumen dengan respon dan penilaian yang baik.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Konsumen di Restoran Selasih 2 Bandung**

Tahun / Bulan	Jumlah Konsumen / Bulan						Tingkat penurunan	Persentase
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari		
<b>Jumlah konsumen</b>	14.043	12.754	12.671	14.191	14.055	9.223	4.820	30 %

Data Pra Penelitian Dari Pihak Restoran Selasih 2 Bandung (2013)

Berdasarkan table 1.2 diatas, menunjukkan bahwa jumlah konsumen di restoran Selasih 2 Bandung mengalami penurunan jumlah konsumen dari bulan September 2012 sampai Februari 2013. Pada bulan September 2012 jumlah konsumen sebanyak 14,043 orang sedangkan pada bulan februari 2013 jumlah konsumen di restoran Selasih 2 Bandung mengalami penurunan menjadi 9,223 orang konsumen. Dengan demikian, telah terjadi penurunan jumlah konsumen sebanyak 4,820 orang.

Dengan modifikasi, para konsumen tentunya akan merasakan makanan dengan warna berbeda dan lebih menarik minat. Selain banyaknya aneka menu makanan yang ditawarkan di Selasih 2 dari mulai menu lokal sampai internasional seperti *European*, *Chinese/seafood*, *Japanese*, dan banyak lagi yang lainnya semua kalangan khususnya kalangan pelajar/mahasiswa baik kalangan menengah kebawah sampai menengah keatas pun dapat datang untuk menyantap berbagai menu tersebut. Berikut adalah salah satu menu restoran favorit di Selasih 2 Bandung dari appetizer sampai dessert, yaitu :

1. Salad Selasih (appetizer)

Menu appetizer ini terbuat dari tetteuce, paprika, timun Jepang, keju, smoked beef, dan telur rebus lalu kemudian dihidangkan dengan disiram thousand island.

## 2. Sop Selasih (soup)

Menu sop ini terbuat dari kembang kol, jamur merang, wortel, bawang daun, sosis dan ayam suir.

## 3. Sirloin Steak (main course)

Menu main course ini terbuat dari daging sapi has luar 120 gr, lalu marinate dengan salad oil, dan ditambah mire poix (wortel, bawang bombai, bawang daun, bawang putih). Dalam penyajiannya, ditambah sayuran (kentang goreng 40 gr, wortel 20 gr, buncis 20 gr, dan disiran dengan sauce barbeque/mushroom/black pepper.

## 4. Pancake Srikaya (dessert)

Menu dessert ini terbuat dari terigu, telur, susu bubuk, vanelli, kemudian adonan dikukus sampas matang dan disiram dengan cream srikaya.

## 5. Soft Drink Float

Menu soft drink float ini terbuat dari campuran sprite, fanta, coca cola, kemudian ditambah ice cream.

*Mengapa Selasih 2 menjadi salah satu restoran yang banyak dikunjungi konsumen ?*

Selain faktor rasa dan banyaknya menu lokal serta internasional, faktor pendukung lain adalah tempat yang cukup luas dan nyaman serta harga dari menu yang disajikan Selasih 2 sangat terjangkau (murah) oleh semua kalangan khususnya kalangan menengah kebawah khususnya oleh kantung para pelajar dan mahasiswa/i, karena Selasih 2 mempunyai moto yaitu harga warung. “Rasa ok, harga ok“.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis berminat mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Porsi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Selasih 2 Bandung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didefinisikan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran Selasih 2 Bandung ?
2. Apakah standar porsi dari suatu produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran Selasih 2 Bandung ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasikannya. Hasil dari penelitian ini akan penulis gunakan untuk bahan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana (S<sub>1</sub>). Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran Selasih 2 Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh standar porsi produk terhadap kepuasan konsumen di restoran Selasih 2 Bandung.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai dua kegunaan yang masing-masing berbeda satu dengan lainnya, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis adalah sebagai berikut :

### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berguna dalam bidang Ilmu Kepariwisata tentang *Kualitas Produk dan Porsi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Selasih 2 Bandung* serta dapat berguna sebagai bahan kajian lebih lanjut mengenai Kualitas Produk dan Porsi Produk.

### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis berkaitan dengan perusahaan terkait dan bisa berguna sebagai bahan masukan dalam meningkatkan *Kualitas Produk dan Porsi Produk* serta dapat diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk bahan informasi bagi :

1. Restoran Selasih 2 Bandung, agar dapat memberikan kontribusi positif sebagai dasar kebijakan serta evaluasi *kualitas produk dan porsi produk* sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan keuntungan bagi restoran Selasih 2 Bandung.
2. Dinas Pariwisata, untuk dapat memberikan masukan dan mengambil kebijakan dalam sektor pariwisata di Kota Bandung.
3. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pelajaran serta wawasan sebagai dasar pengetahuan untuk kebaikan dimasa mendatang.