

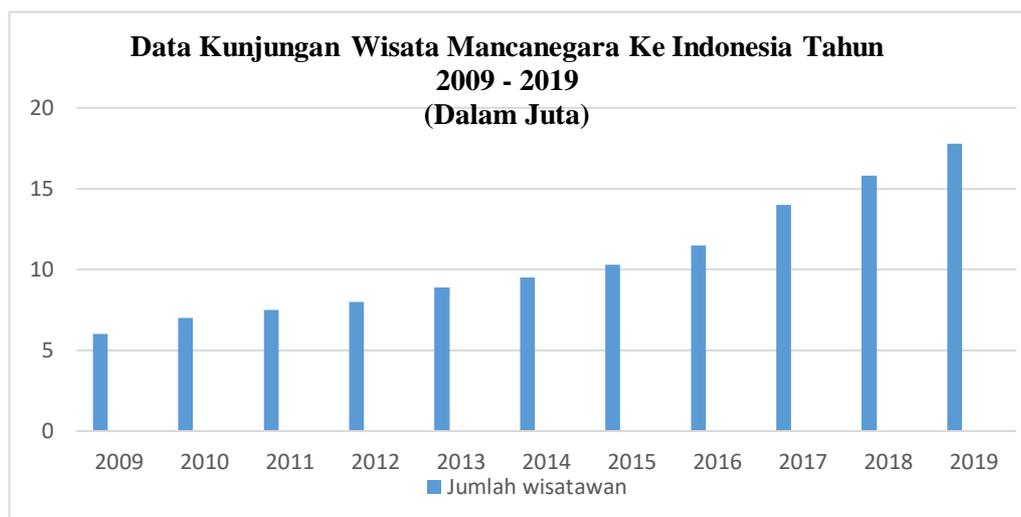
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata dapat dikatakan sebagai fenomena industri yang saat ini sedang mengalami perkembangan sebagai upaya meningkatkan kondisi ekonomi banyak negara di dunia. Sarana dan prasarana penunjang kebutuhan serta kegiatan para wisatawan juga menjadi pengembangan dari pariwisata. Industri pariwisata ini juga menjadi faktor dimana banyak negara bergantung pada sektor ini sebagai sumber pajak dan pendapatan negaranya. Maka dalam hal inilah pengembangan industri dari pariwisata menjadi strategi yang digunakan oleh non pemerintah dalam mempromosikan wilayahnya sebagai daerah wisata dengan meningkatkan perdagangan melalui penawaran jasa dan barang kepada non lokal.

Minat kunjung wisatawan khususnya dari mancanegara kini mengalami kenaikan pesat dalam setiap tahunnya, kenaikan inilah yang menjadikan bukti bahwa Indonesia semakin berkompeten dalam sektor industri pariwisata. Indonesia mempunyai banyak sekali kepulauan, bahasa, suku bangsa, berbagai situs warisan budaya dunia, taman nasional, serta keanekaragaman hayati terbesar nomor 3 di dunia yang dapat menjadikan sebagai potensi dalam perkembangan industri pariwisata. Seluruh kekayaan ini apabila dimanfaatkan secara tepat dan maksimal dapat mewujudkan visi Indonesia 2045 dalam bidang pariwisata sebagai salah satu destinasi wisata utama di Asia bahkan dunia.



Gambar 1. 1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2009-2019

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020

Wisata kuliner adalah salah satu alternatif objek wisata yang digemari saat ini dan perkembangannya pun sangat pesat. Wisata kuliner di era globalisasi ini sangat diminati oleh semua kalangan, dari mulai kalangan muda sampai lanjut usia. Industri kuliner di era globalisasi ini sedang banyak diminati oleh para pelaku usaha. Banyak peluang usaha yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha, seperti restoran, *urban food court*, *café*, *coffee shop*. Terutama pada restoran, *urban food court* dan *coffee shop* yang sekarang sudah menjadi gaya hidup zaman sekarang.

Pelaku usaha bersaing menawarkan produk andalan kepada konsumen mulai dari segi rasa, tampilan, kebersihan, dekorasi tempat, fasilitas tempat, kenyamanan tempat sampai dengan pelayanan yang baik. Pelayanan sangat berperan dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena dengan puasnya konsumen maka akan menjadikan konsumen menjadi pelanggan pada suatu usaha tersebut, ini berpengaruh penting terhadap majunya sebuah usaha di bidang kuliner.

Secara umum tingkat kepuasan konsumen bergantung pada kualitas jasa dan mutu yang diterima pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi berdasarkan susunan derajat kepentingannya yang terdiri dari keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, serta daya tanggap (Tjiptono, 2009:198).

Parusuraman *et al* (2017:220) dalam Wong Sohal (2017) mengungkapkan SERVQUAL atau lima dimensi dari kualitas pelayanan, bahwa instrumen ini dapat secara umum digunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam bidang jasa

sebagai pengukur tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan yaitu : bukti fisik, empati, jaminan, daya tanggap, serta kehandalan.

Menurut Choi *et al* (2013:247) kepuasan konsumen menunjukkan penilaian keseluruhan konsumen tentang pembelian produk atau jasa setelah adanya proses konversi. Ferrinadewi (2014:97) mengungkapkan bahwa dalam pembentuk sikap kepuasan konsumen, model sikap terbagi menjadi tiga komponen yaitu terdiri dari:

a. Kognitif

Kognitif merupakan persepsi dan pengetahuan konsumen yang didapatkan dari pengalaman dengan suatu objek sikap dan informasi dari banyak sumber. Kognitif ini berbentuk sebuah kepercayaan konsumen, konsumen percaya bila suatu produk mempunyai sejumlah atribut.

b. Afektif

Afektif merupakan gambaran dari perasaan dan emosi konsumen dengan memberikan penilaian umum serta langsung mengenai suatu produk seperti apakah suatu produk itu buruk atau baik dan apakah produk itu digemari atau tidak gemari.

c. Konatif

Konatif menjelaskan bagaimana kecenderungan perilaku atau tindakan seseorang mengenai suatu objek. Konatif juga berhubungan dengan perilaku atau tindakan yang akan dilakukan oleh seorang pelanggan (*likelihood or tendency*) dan sering juga disebut sebagai *intention*.

Ditengah persaingan bisnis kuliner saat ini, setiap restoran, *urban food court*, *Café*, *coffee shop* bahkan Kedai di Bandung ini sedang berlomba-lomba menyajikan ciri khas dan konsep yang mereka tawarkan untuk para konsumen, hal ini dilakukan oleh para pelaku usaha sebagai daya tarik minat para konsumen agar tertarik mengunjungi tempat usaha mereka.

Kota Bandung sekarang sedang banyak diminati dan yang menjadi tren yaitu wisata kuliner yang memiliki tempat menarik dan unik. Saat ini cukup banyak *urban food court* yang membuat produk hingga fasilitas tempat yang nyaman, *urban food court* ini bisa dinikmati oleh berbagai kalangan dari orang tua bahkan anak-anak karena memiliki cukup banyak pilihan makanan dan minuman. Dengan maraknya *urban food court* di kota Bandung membuat para pelaku usaha

memberikan kualitas pelayanan, rasa, dan fasilitas tempat dengan seunik dan menyenangkan mungkin demi terciptanya kepuasan seorang konsumen.

Kanaya *Food Court* Kota Bandung sudah resmi berdiri selama 6 tahun, berawal dari katering untuk kantoran dari tahun 2011 hingga akhirnya jadilah sebuah *food court* dari tahun 2014 hingga saat ini. Kanaya *Food Court* Kota Bandung juga menyediakan jasa katering untuk paket pernikahan didalamnya yang dikelola langsung oleh Kanaya *Food Court* Kota Bandung, bukan hanya sekedar untuk nongkrong, tetapi juga bisa disewa untuk tempat pesta pernikahan, ulang tahun, atau *meeting* kantoran.

Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini berdiri di wilayah Bandung yang membuat persaingan antar penyelenggara usaha tersebut semakin ketat. Hal tersebut merupakan salah satu faktor pendorong bagi pelaku usaha Kanaya *Food Court* untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan, dan cita rasa sebagai salah satu penyedia jasa kuliner, Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini menyadari pentingnya kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini memiliki konsep yang ramah, cepat dan tanggap terhadap konsumen tetapi masih ada saja yang mengomentari terhadap pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen.

Kanaya *Food Court* Kota Bandung adalah *urban food court* yang menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman mulai dari makanan ringan (cemilan), makanan berat, minuman seperti teh, kopi, susu, jus, soda. Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini memiliki konsep tempat yang dibuat sangat memanjakan pengunjungnya terdapat kolam ikan dengan air terjun kecil yang memberikan suasana menyejukan, juga elegan dan santai sehingga terciptanya tempat yang nyaman, santai untuk berbincang. Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini terdapat banyak konsumen yang datang dari semua kalangan dari anak muda hingga orang tua.

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya komplain dari beberapa konsumen yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Kanaya *Food Court* yang berada di Jl. Cikutra No.237, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124, berdiri dari tahun 2015 hingga saat ini walaupun sedang mengalami masa pandemi Kanaya *Food Court* Kota Bandung tetap dapat

menjalankan usahanya dengan baik dengan mematuhi protokol kesehatan dari pemerintah.

Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini memiliki daya saing yang kuat, karena Kanaya *Food Court* Kota Bandung ini memiliki tempat yang strategis dengan lokasinya yang dekat dengan pusat pemerintahan kota Bandung dan memiliki akses yang mudah dijangkau oleh masyarakat juga memiliki menu yang bervariasi, harga yang cukup terjangkau serta memiliki tempat yang cukup luas dan nyaman untuk menarik perhatian konsumen untuk datang menikmati makanan dan minuman disini.

Peneliti melakukan Pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang pernah mengunjungi Kanaya *Food Court*, berikut hasil yang didapatkan:

Tabel 1. 1 Data Hasil Kuesioner Pra Penelitian

No	Pernyataan	Puas	Tidak Puas
1.	Kecepatan makanan yang dipesan	66,6 %	33,4%
2.	Kebersihan peralatan makan	83,3%	16,7%
3.	Kecepatan pelayan dalam melayani	43,3%	56,7%
4.	Kebersihan tempat	53,3%	46,7%
5.	Keindahan pada desain interior	50%	50%
6.	Perasaan aman ketika berada didalam <i>food court</i>	56,7%	43,3%
7.	Perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen	43,3%	56,7%
8.	Kemudahan dalam memperoleh pelayanan	66,6%	33,3%
9.	Kemudahan dalam proses pembayaran	46,7%	53,3%
10.	Kemudahan dalam mendapatkan tempat duduk	60%	40%
11.	Kelezatan makanan dan minuman	83,3%	16,7%
12.	Lokasi <i>food court</i> yang mudah dijangkau	76,7%	23,3%
13.	Kenyamanan suasana didalam <i>food court</i>	56,7%	43,3%
14.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	43,3%	56,7%
15.	Informasi mengenai menu yang disajikan	40%	60%

Sumber: Data Diolah Penulis, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas mengenai data hasil pra-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan sudah mendapatkan hasil yang memuaskan, namun beberapa aspek masih mendapatkan nilai yang kurang memuaskan seperti : kecepatan pelayan dalam melayani, perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen, kemudahan dalam proses

pembayaran, kesiapan karyawan dalam melayani konsumen, serta informasi mengenai menu yang disajikan.

Berdasarkan informasi yang telah di urai diatas, penulis memutuskan untuk mengkaji lebih dalam dan melakukan penelitian di Kanaya *Food Court* Kota Bandung yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kanaya Food Court Kota Bandung “.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana usaha untuk meningkatkan kualitas yang dilakukan oleh Kanaya *Food Court* Kota Bandung sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kualitas pelayanan di Kanaya *Food Court* Kota Bandung?
- 2) Bagaimana kepuasan konsumen di Kanaya *Food Court* Kota Bandung?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kanaya *Food Court* Kota Bandung?

Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian Kanaya *Food Court* Kota Bandung

- 1) Kualitas pelayanan di Kanaya *Food Court* Kota Bandung;
- 2) Kepuasan konsumen di Kanaya *Food Court* Kota Bandung;
- 3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kanaya *Food Court* Kota Bandung;

Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi peneliti dan para pembaca umumnya, serta penelitian ini pun memiliki manfaat atau kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Selain itu, manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam Program Studi Manajemen Industri Katering tentang konsep pemasaran, khususnya pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan juga masukan yang membangun dalam hal permasalahan yang sedang dihadapi

oleh perusahaan berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.