

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri *food & beverage* semakin mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dilihat dari fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini. Meningkatnya taraf hidup pada generasi milenial juga menyebabkan lonjakan permintaan dan kebutuhan terhadap makan dan minum khususnya di daerah perkotaan. Hal ini dinilai menjadi salah satu poin penting juga peluang yang menjanjikan bagi pengusaha kuliner karena melihat kecenderungan masyarakat yang bersifat konsumtif serta didukung keinginan masyarakat untuk menemukan hal baru dan unik diluar daerah tempat tinggalnya. Beragam cara dilakukan oleh pengusaha kuliner agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, kondisi ini menuntut mereka untuk memahami segala kebutuhan yang diinginkan konsumen. Hal ini membuat pelaku usaha semakin kreatif dan inovatif dalam menghadirkan berbagai sajian produk *food & beverage* yang tiada habisnya untuk digali sehingga mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Kota Bandung sebagai salah satu kota destinasi wisata di Indonesia yang telah dikenal lama akan keindahan alam, budaya, wisata religi, juga tak luput dari berbagai kekayaan dan keanekaragaman kulinernya memang sejak dulu telah menyita perhatian banyak kalangan. Seiring dengan pertumbuhan pariwisata yang lumayan pesat, kendatinya kota Bandung juga tidak bisa dipisahkan dari keberadaan industri kuliner seperti restoran, rumah makan dan *café* yang tersebar di beberapa distrik perbelanjaan contohnya seperti kawasan Sukajadi, Cihampelas, Braga, Pasar Baru, Cibaduyut, Gedebage, Dago, dan lain sebagainya. Tak heran apabila Bandung disebut sebagai

kiblat nya pecinta kuliner di Indonesia, baik makanan tradisional maupun modern dapat dengan mudah ditemukan disini tentunya dengan harga yang cukup terjangkau.

Menurut data yang dihimpun oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pada laman Opendata Jabar. Berikut merupakan data jumlah restoran, rumah makan dan café di Kota Bandung tahun 2014 hingga tahun 2020.



**Grafik 1. 1 Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Café di Kota Bandung per 6 tahun**

sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id>, diakses pada 25 Januari 2022

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah industri kuliner di kota Bandung seiring tahun mengalami peningkatan meskipun dalam dua tahun terakhir mengalami penurunan.

Suatu bisnis kuliner tentunya tidak bisa terlepas dari peranan kualitas pelayanan yang baik sehingga mampu memberikan kesan positif bagi konsumen. Menurut Wykof (dalam Tjiptono, 2014) menyatakan kualitas jasa atau pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan

Muhamad Agus Thalia, 2022

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI NOBU RAMEN & SUSHI BANDUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *customer expectation* (harapan pelanggan) dan *customer perceived* (yang dirasakan pelanggan) atas suatu pelayanan (Tjiptono, 2005, hlm. 121).

Sebuah perusahaan dalam hal ini dapat dikatakan baik apabila mampu memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan satu dan perusahaan lainnya. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk, jika perusahaan dirasa tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut akan menghasilkan *output* berupa kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2018) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu tujuan utama suatu perusahaan dalam menjaga agar konsumen melakukan pembelian ulang produk dan jasa.

Hadirnya pandemi *Covid-19* yang telah terjadi selama hampir dua tahun berlangsung telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan secara universal. Peluang terjadinya kluster baru penyebaran virus *Covid-19* di tengah masyarakat masih dapat terjadi sewaktu-waktu. Tak hanya memberikan dampak yang cukup serius terhadap kesehatan, hal ini juga berdampak serius pada industri bisnis kuliner. Pandemi yang telah merenggut banyak korban jiwa tersebut juga menyebabkan berkurangnya pendapatan pada industri *food and beverage*. Berdasarkan data dari Badan Statistik Pusat mengenai penilaian responden terhadap beberapa aspek kegiatan pada saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) per bulan Juni tahun 2021

sekitar 40,3% warung/rumah makan, kafe mengalami penutupan, 28,1% tetap buka normal, 20,2% tempat usaha buka dengan menerapkan protokol kesehatan dibandingkan dengan pada saat sebelum PPKM Darurat diberlakukan. Ini menunjukkan bahwa regulasi dan kebijakan pemerintah dalam menerapkan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor usaha kuliner. Hal ini sesuai dengan data berikut :



**Gambar 1. 1 Sektor yang paling terdampak Covid-19 pada tahun 2020**

*sumber: Badan Pusat Statistik, diakses pada 25 Januari 2022*

Hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sekitar 70,67% - 87,93% perusahaan terdampak oleh pandemi virus *Covid-19*. Berdasarkan sektornya, usaha akomodasi dan makan/minum merupakan yang paling banyak mengalami penurunan pendapatan, yakni 92,47% per tanggal 15 September 2020. Perubahan tren konsumsi masyarakat di tengah pandemi yang cenderung lebih berhati-hati serta meningkatnya kesadaran dalam pentingnya menjaga kesehatan masing-masing di ruang publik juga

Muhamad Agus Thalia, 2022

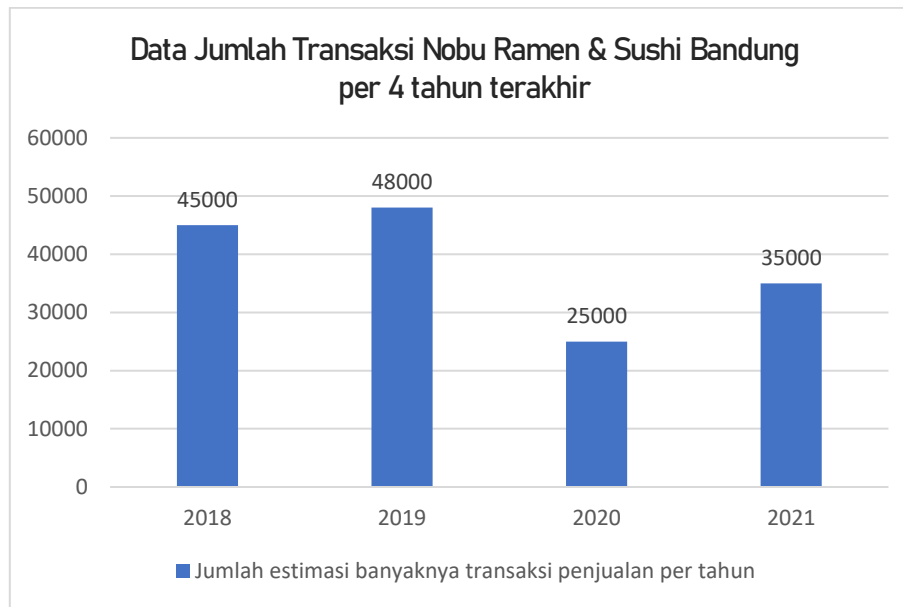
**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI NOBU RAMEN & SUSHI BANDUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tengah menjadi perhatian banyak kalangan, tak terkecuali pada beberapa restoran di Kota Bandung, khususnya di restoran Nobu Ramen & Sushi.

Restoran bertema *Japanese cuisine* ini kendatinya tengah berjuang dalam meningkatkan kualitas pelayanan demi terus menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen pada masa pandemi, salah satunya dengan menyediakan berbagai fasilitas penunjang, *platform* layanan daring, mengeluarkan inovasi produk terbaru hingga mempromosikannya. Restoran ini sendiri umumnya selalu digunakan oleh mahasiswa maupun umum untuk *meeting*, arisan, nongkrong, mengerjakan tugas, mengadakan acara khusus seperti pasca acara kampus, wisuda, *family gathering*, *birthday party*, *forum group discussion* (FGD), dan lain sebagainya. Tidak sedikit pula konsumen yang datang untuk sekedar makan saja di tempat (*dine-in*) atau dibawa pulang (*take away*).

Hadirnya beberapa kompetitor usaha serupa yang cenderung lebih murah dan lebih menarik perhatian merupakan bentuk persaingan nyata yang tengah dihadapi restoran ini. Adapun faktor eksternal lain seperti beberapa kebijakan dan regulasi dari pemerintah terhadap penerapan dan himbauan untuk tetap mematuhi protokol kesehatan bagi pelaku usaha kuliner di masa pandemi Covid-19 turut serta memberikan pengaruh besar terhadap kelangsungan operasional dari restoran ini seperti adanya pemberlakuan pembatasan, jam operasional yang terbatas, penutupan outlet pada saat pandemi, hingga pengurangan beberapa karyawan. Pihak manajemen Nobu Ramen & Sushi mengaku bahwa pada saat awal pandemi, telah terjadi penurunan omzet yang cukup signifikan dibanding saat sebelum pandemi terjadi, serta penurunan *occupancy* kunjungan normal sebesar 50% dari sebelum pandemi. Bahkan pihak manajemen Nobu Ramen & Sushi sempat mengalami penutupan outlet selama kurang lebih 2 minggu di awal pandemi, hal ini dikarenakan adanya ketakutan dan kekhawatiran konsumen akan penularan virus, dan berikutnya penjualan hanya mengandalkan *platform* daring dan masih tidak diperbolehkan *dine-in* karena masih ketat dengan kebijakan pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan tabel sebagai berikut:



*sumber: data diolah penulis*

**Grafik 1. 2 Data jumlah transaksi Nobu Ramen & Sushi Bandung per 4 tahun terakhir**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pihak manajemen Nobu Ramen & Sushi, terkuak jumlah kuantitas transaksi penjualan dalam kurun waktu 4 tahun terakhir sempat mengalami kenaikan dan penurunan. Apabila ditinjau dari jumlah transaksi perbulan, sebelum pandemi berlangsung, pihak Nobu Ramen & Sushi mampu menerima sekitar 3500 – 4000 total transaksi per bulan nya, Saat ini, Nobu Ramen & Sushi hanya mampu menerima sekitar 3000 – 3500 transaksi setiap bulan nya. Ditambah dengan lonjakan kasus Covid-19 varian baru jenis Omicron yang disebut memiliki tingkat penyebaran lebih cepat dibanding varian sebelumnya, menyebabkan pergerakan mobilitas masyarakat dibatasi kembali. Mengingat kebutuhan masyarakat perkotaan yang cenderung konsumtif dalam belanja produk *food and beverage*, hal ini menjadi perhatian banyak kalangan, baik dari sisi masyarakat luas, para pelaku usaha maupun pemerintah, mereka mengharapkan adanya peningkatan kualitas pelayanan.

Muhamad Agus Thalia, 2022

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI NOBU RAMEN & SUSHI BANDUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil rumusan latar belakang dan didukung oleh adanya bukti masalah yang telah dijabarkan sebelumnya di atas, penulis tertarik untuk meneliti kasus dengan judul **"ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI NOBU RAMEN & SUSHI BANDUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19."**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun beberapa rumusan masalah yang dikemukakan penulis berdasarkan latar belakang sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana korelasi faktor dimensi kualitas pelayanan di Nobu Ramen dan Sushi pada masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana dimensi kualitas pelayanan tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen di Nobu Ramen & Sushi pada masa pandemi Covid-19?
3. Bagaimana harapan dan tanggapan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan Nobu Ramen & Sushi pada saat pandemi Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berikut merupakan beberapa tujuan penelitian yang penulis simpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Mengetahui korelasi faktor dimensi kualitas pelayanan di Nobu Ramen dan Sushi pada masa pandemi Covid-19.
2. Mengetahui dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Nobu Ramen & Sushi pada masa pandemi Covid-19.
3. Mengetahui harapan dan tanggapan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan Nobu Ramen & Sushi pada saat pandemi Covid-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun penulis menjelaskan beberapa manfaat penelitian ini yang diharapkan berguna bagi semua pihak antara lain:

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai satu syarat kelulusan jenjang strata Sarjana Pariwisata program studi Manajemen Industri Katering di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bagi prodi Manajemen Industri Katering, diharapkan menjadi sebuah karya ilmiah dan menambah kepustakaan mengenai tingkat kepuasan konsumen dalam menilai suatu tempat usaha kuliner walaupun di tengah pandemi Covid-19.
3. Bagi seluruh pihak, diharapkan karya tulis ini dapat menjadi referensi dan bahasan menarik untuk pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan segala keterbatasan pada masa transisi pandemi Covid-19.