

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penghasil devisa negara. Dengan diperbaharunya UU No.9 /1990 tentang pariwisata menjadi UU No.10/2009 menunjukkan bahwa industri pariwisata telah berubah berkembang sesuai dengan perkembangan kemajuan perekonomian dunia. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Saat ini, pemerintah indonesia sedang mengembangkan sektor-sektor pendukung kegiatan pariwisata bersama pihak swasta maupun pihak pemerintah daerah untuk terus meningkatkan potensi-potensi daya tarik wisata yang ada. Adapun unsur-unsur yang terlibat di dalam industri pariwisata menurut UU No.10/2009 tentang pariwisata adalah sebagai berikut :



Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat, karena memiliki berbagai potensi daya tarik wisata mulai dari wisata alam, wisata belanja (*factory outlet*), agrowisata (wisata petik strawberry) , wisata kuliner dan wisata sejarah budaya. Dengan kehadiran Tol Cipularang (Cikampek – Purwakarta – Padalarang), mengubah banyak hal. Salah satunya pertumbuhan pesat Kota Bandung sebagai kota jasa dan wisata belanja. Dengan dimudahkannya akses jalan dari Jakarta menuju Bandung, memberikan dampak positif bagi kunjungan wisatawan ke kota Bandung yang tiap tahunnya semakin meningkat, hal ini diperkuat dengan adanya data kunjungan wisatawan selama tiga tahun terakhir sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung**

Tahun	Wisatawan		Jumlah (orang)	Kenaikan (%)
	Mancanegara	Domestik		
2007	137.268	2.420.105	<b>2.557.373</b>	<b>0</b>
2008	175.111	4.320.134	<b>4.495.745</b>	<b>75.8</b>
2009	185.076	7.515.225	<b>7.700.331</b>	<b>71.3</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik 2010

Tabel 1.1 merupakan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung selama 3 tahun terakhir dari tahun 2007 hingga tahun 2009. Data di atas memperlihatkan bahwa ada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung berkisar 75.8% dari tahun 2007 ke tahun 2008 dan 71,3% pada tahun 2009.

Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata di kota Bandung, tentunya usaha sarana pariwisata pun ikut berkembang. Jasa boga merupakan

industri yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan dan minuman, yang dikelola secara komersial dan merupakan salah satu dari usaha sarana pariwisata yang ikut terangkat kepermukaan seiring dengan berkembangnya industri pariwisata. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke kota Bandung, membuat banyak peluang usaha di bidang makanan bermunculan. Oleh sebab itu, usaha jasa boga tetap merupakan usaha yang banyak digeluti oleh pengusaha di masa sekarang dan yang akan datang.

Dengan berbagai macam alternatif jasa penyedia makanan dan minuman yang ada di Kota Bandung, membuat konsumen harus dapat memilih penyedia makanan dan minuman yang terbaik untuk dirinya. Pada umumnya, konsumen menginginkan makanan yang memiliki cita rasa tinggi dengan harga yang tidak mahal dan disandingkan dengan pelayanan yang ramah tamah dan cepat tanggap pada pembeli.

Perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris dan peneliti perilaku konsumen.

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relation release*. Dewasa ini semakin diyakini

bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Salah satu Rumah makan, yang menjadi tujuan wisatawan adalah Rumah Makan Taman Selasih, yang berada di kawasan Bandung Tengah. Rumah Makan Taman Selasih sudah berdiri dari 7 tahun yang lalu, selama itu pula restoran selasih mengalami pasang surut pengunjung yang datang ke Rumah Makan Taman Selasih, salah satu penyebabnya yaitu ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Taman Selasih. Menurut data yang diperoleh penyebab tersebut berdampak pada pengunjung yang menurun pada tahun 2009 seperti dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pengunjung**  
**Rumah Makan Taman Selasih**  
**Januari 2009-Desember 2009**

No.	Bulan	Jumlah pengunjung	Kenaikan/penurunan	Kenaikan/penurunan %
1	Januari	4875	0	0
2	Februari	5291	416	8.53
3	Maret	4735	-556	-10.50
4	April	4519	-216	-4.56
5	Mei	4602	83	1.83
6	Juni	4421	-181	-3.93
7	Juli	4376	-45	-1.01
8	Agustus	3875	-501	-11.44
9	September	3501	-374	-9.65
10	Oktober	3312	-189	-5.39
11	November	3277	-35	-1.05
12	Desember	3012	-265	-8.08
<b>Jumlah rata-rata per bulan</b>		<b>4149,67</b>	<b>-155,25</b>	<b>-3.7%</b>

Sumber: pra penelitian pada tanggal 30 januari 2010

Tabel 1.2 merupakan jumlah pengunjung Rumah Makan Taman Selasih selama 12 bulan dari bulan Januari 2009 hingga Desember 2009. Data di atas memperlihatkan bahwa ada penurunan jumlah pengunjung ke Rumah Makan Taman Selasih berkisar 3,7% atau 155 orang pengunjung, jika dilihat dari rata – rata pengunjung perbulan sejumlah 4149 orang pengunjung. Penurunan pelanggan Rumah Makan Taman Selasih tersebut, dikarenakan adanya indikasi kepuasan pelanggan yang menurun diduga akibat dari Produk dan Pelayanan yang diberikan Rumah Makan Taman Selasih yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Untuk memperkuat adanya indikasi penurunan kepuasan pelanggan, penulis mengambil data pengukuran kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada tamu Rumah Makan Taman Selasih dan hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1.3**

**Data kepuasan Pelanggan Rumah Makan Taman Selasih**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pengunjung yang merasa puas atau sangat puas	13	43.3%
Pengunjung yang merasa kurang puas atau tidak puas	17	56.7%
<b>Jumlah</b>	30	100%

Sumber : Pra Penelitian tanggal 27 dan 28 Februari 2010

Dari tabel 1.3 di atas dapat dilihat perbandingan pelanggan yang merasa puas/sangat puas dengan pelanggan yang merasa kurang puas /tidak puas, karena jumlah pelanggan yang merasa kurang puas/tidak puas lebih banyak dibandingkan

jumlah pelanggan yang merasa puas/sangat puas, penulis menyimpulkan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan *received performance* yang diterima oleh pelanggan Rumah Makan Taman Selasih.

Jasa penyedia makanan dan minuman, yang dapat memuaskan pelanggannya akan mampu membuat pelanggannya loyal dan meningkatkan citra Jasa penyedia makanan dan minuman tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian mengenai “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Selasih Bandung* “

## **1. 2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih.

2. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih.
3. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Taman Selasih.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan wawasan ilmu mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan khususnya di bidang restoran.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Rumah Makan Selasih dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga terciptanya kepuasan pelanggan dan dapat memperluas pangsa pasar serta menuai laba.

#### **3. Manfaat Bagi Penulis**

Sebagai upaya untuk dapat mengaplikasikan pengetahuan dari teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan keadaan nyata dalam suatu perusahaan