

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan semakin ketat disertai dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah seseorang untuk membuka suatu usaha, restoran dan cafe. Dalam meningkatkan usahanya pengusaha yang ingin mencapai tujuannya yaitu meningkatkan laba yang lebih baik diimbangi dengan meningkatkan kualitas dan memperbaiki kebijakan-kebijakan usahanya.

Iklm usaha dalam persaingan yang ketat tidaklah begitu mudah, semuanya memerlukan langkah-langkah khusus untuk memenangkan persaingan tersebut. Kondisi persaingan memang sangat mungkin terjadi dibidang apapun, dengan adanya persaingan tersebut akan semakin memotivasi setiap pengusaha untuk memacu dirinya dalam meningkatkan kualitas sehingga mampu untuk bersaing dengan kegiatan-kegiatan lainnya.

Usaha yang digeluti oleh para pengusaha tersebut seperti membuka usaha makanan dan usaha minuman. Usaha makanan dan minuman banyak diminati oleh para pengusaha dikarenakan setiap orang membutuhkan makanan dan usaha ini sepertinya tidak akan lapuk dimakan oleh zaman. Pengusaha harus bisa pintar-pintar dalam menentukan jenis usaha makanan dan minuman karena ini akan menentukan keberhasilan pengusaha tersebut. Keberhasilan membuka usaha

pengusaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, agar di dalam usaha yang dijalankan diharapkan tidak mengalami kendala.

Jenis usaha makanan yang sekarang ini berkembang seperti usaha *fast food*, rumah makan, restoran dan *café*. Semua jenis usaha tersebut mempunyai segmen pasar masing-masing. Seperti *café* segmen pasarnya adalah para remaja, remaja biasanya menyukai makanan Eropa. Makanan Eropa yang terkenal di Indonesia seperti *Steak, spaghetti, pizza, pasta* dan *salad*. Jenis makanan Eropa sudah cocok di masyarakat Indonesia karena makanan Eropa sudah diadaptasi dengan lidah masyarakat. *Café* juga yang menawarkan makanan Eropa harus tetap memberikan kualitas produk agar *café* mempunyai jumlah pembeli yang tetap setiap bulannya.

Selain usaha makanan, pengusaha perlu menentukan jenis usaha minuman yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Sekarang ini banyak sekali usaha minuman yang dikembangkan oleh para pengusaha tetapi tidak semua usaha minuman yang berhasil. Sebelum menentukan jenis minuman, pengusaha harus bisa membuat minuman yang unik atau berbeda dengan pesaing. Minuman yang ditawarkan sebaiknya berkualitas, agar minuman tetap terjaga kualitasnya maka pengusaha harus mempunyai standar resep minuman. Jenis usaha minuman seperti aneka jus, *soft drink*, kopi dan tea.

Usaha makanan dan minuman diperlukan di dalam pengembangan usaha restoran dan café. Kualitas dari makanan dan minuman yang dikembangkan sangat diperlukan agar konsumen merasa puas. Tidak hanya kualitas saja yang diperlukan di dalam pengembangan café tetapi tempat yang nyaman juga diperlukan.

Cafe adalah usaha jasa pangan bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanent, bagi orang yang ingin melepaskan lelah sambil minum kopi dan makanan camilan yang tempatnya asik untuk nongkrong, berinternet ataupun berhotspot.

Bisnis restoran dan café dalam pariwisata termasuk kedalam bidang bisnis jasa. Pariwisata adalah salah satu jenis industri biasa maupun yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup dan menstimulasi sektor-sektor produksi lainnya. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

Banyak sekali restoran/cape dan rumah makan di kota Bandung, tetapi tidak semuanya restoran/cape dan rumah makan berizin. Di bawah ini akan terlihat pada tabel 1.1 jumlah restoran/cape dan rumah makan yang berizin Di dalam rekapitulasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pemerintah kota Bandung per tanggal 15 Februari 2010 dan tanggal 15 April 2010.

Tabel 1.1
Jumlah Restoran dan Rumah Makan Berizin
di Kota Bandung Tahun 2010

No	Klasifikasi	Jumlah Potensi	
		Bulan Februari	Bulan April
1.	Restoran Talam Kencana	0	0
2.	Restoran Talam Salaka	13	12
3.	Restoran Talam Gangsa	117	86
4.	Restoran Waralaba	40	40
5.	Bar	11	5
6.	Rumah Makan A	20	16
7.	Rumah Makan B	99	68
8.	Rumah Makan C	143	62
	Jumlah	443	289

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 15 Februari & 15 April 2010

Dari tabel 1.1 terlihat dengan jelas jumlah restoran dan rumah makan yang berizin mengalami pengurangan yaitu sebesar 154 restoran dan rumah makan. Hal ini diduga karena restoran dan rumah makan tersebut mengalami kebangkrutan sehingga tidak mampu menjalankan usahanya dan mengakibatkan restoran dan rumah makan tersebut tidak terdaftar lagi di dalam restoran dan rumah makan berizin di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung.

Terdapat klasifikasi cafe dari tabel 1.1 pada bulan April yang masuk ke dalam talam gangsa yaitu sebanyak 7 cafe, rumah makan kelas B yaitu sebanyak 6 cafe, rumah makan kelas C yaitu sebanyak 5 cafe. Perbedaan klasifikasi cafe di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung berdasarkan fasilitas dan luas bangunan pada cafe tersebut.

Selain dari data jumlah restoran dan rumah makan yang berizin diatas, di bawah ini akan dijelaskan secara rinci jumlah cafe se-kota Bandung per tanggal 15 Februari dan tanggal 15 April 2010, terlihat pada tabel 1.2 dan tabel 1.3 di bawah ini

Tabel 1.2
Jumlah Café Berizin
Se-Kota Bandung Tahun 2010

No	Nama Café Se-Kota Bandung	Alamat Perusahaan
1.	Arden Café	Jl. Sukajadi No.228
2.	Bellair Café and Lounge	Jl. Lengkong Besar No.97
3.	Blend Café	Jl. Lombok No. 43
4.	Café Bali	Jl. R.E. Martadinata No.815
5.	Café Baraya	Jl. Gandapura No. 56-58
6.	Café Halaman	Jl. Taman Sari No. 92
7.	Café Halaman	Jl. Sukajadi
8.	Café Pisa	Jl. Cihampelas No.160
9.	D Kota Café & Lounge	Jl. Jend.A.Yani No.134-136
10.	MQ Café	Jl. Citarum No. 4
11.	Auto Café	Jl. Cihampelas No. 266
12.	Tamani Café	Jl. Ir.H. Juanda No. 7-9
13.	Roempoet Café	Jl. Braga
14.	Shooters Café	Jl. Ir.H. Juanda No. 3
15.	The R Café & Lounge	Jl. Ir.H. Juanda No. 97
16.	UD. Planet Biz Café	Jl. Diponegoro No. 21
17.	Green Café	Jl. Diponegoro No. 26
18.	Bridge Café	Jl. Pasirkaliki No. 16
19.	Café Classic	Jl. Naripan No. 45

No	Nama Café Se-Kota Bandung	Alamat Perusahaan
20	Café Music Box	Jl. Bungur No. 25
21	Oh Lala Café	Jl. Sukajadi No. 137-139
23	The Cellar Café and Lounge	Jl. Diponegoro No. 9
24	Café Excelso	Jl. Dr. Setiabudhi No. 46
25	Café Excelso	Jl. Pasirkaliki No. 121-123
26	Café Excelso	Jl. Jendral Gatot Subroto No. 289
27	Café Lodra	Jl. Terusan Jakarta No. 50
28	Check Point Café	Jl. Sumatera No. 15
29	London Café	Jl. Braga No. 39
30	My Hanoi House Café & Resto	Jl. Sunda No. 66
31	Oh Lala Café	Jl. Jendral Gatot Subroto No. 239
32	Pora Café	Jl. Terusan Jakarta No. 8
33	Platinum Café	Jl. Cihampelas No.160
34	Kid- X Café	Jl. Sukajadi No. 137-138
35	Ten to Ten Café	Jl. R.E. Martadinata No. 64
36	Noodle Café	Jl. Pasirkaliki No. 121-123
37	Café Acero Waffle & Coffee	Jl. Kebon kawung No. 24

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 15 Februari 2010

Dari data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung pada bulan April 2010 terlihat 37 cafe se-kota Bandung yang berizin, sedangkan pada bulan April 2010 jumlah cafe se-kota Bandung mengalami penurunan yaitu sejumlah 19 cafe se kota Bandung yang berizin terlihat pada Tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 1.3
Jumlah Café Berizin
Se-Kota Bandung Tahun 2010

No	Nama Café Se-Kota Bandung	Alamat Perusahaan
1.	Arden Café	Jl. Sukajadi No.228
2.	Bellair Café and Lounge	Jl. Lengkong Besar No.97
3.	Café Bali	Jl. R.E. Martadinata No.815
4.	Café Baraya	Jl. Gandapura No. 56-58
5.	Café Halaman	Jl. Taman Sari No. 92
6.	Café Halaman	Jl. Sukajadi
7.	MQ Café	Jl. Citarum No. 4
8.	The R Café & Lounge	Jl. Ir.H. Juanda No. 97
9.	Green Café	Jl. Diponegoro No. 26

No	Nama Café Se-Kota Bandung	Alamat Perusahaan
10.	Bridge Café	Jl. Pasirkaliki No. 16
11.	Café Classic	Jl. Naripan No. 45
12.	Café Music Box	Jl. Bungur No. 25
13.	Oh Lala Café	Jl. Sukajadi No. 137-139
18.	Noodle Café	Jl. Pasirkaliki No. 121-123
19.	Café Acero Waffle & Coffee	Jl. Kebon kawung No. 24

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 15 April 2010

Dari tabel 1.2 dan 1.3 terlihat dengan jelas bahwa cafe yang berizin se-kota Bandung mengalami penurunan yang sangat besar yaitu sebesar 18 cafe yang sudah tidak berizin lagi. Penurunan jumlah cafe tersebut diindikasikan karena cafe tersebut mengalami kebangkrutan sehingga mengakibatkan cafe tidak bisa menjalankan kegiatan operasionalnya. Kebangkrutan tersebut bisa diakibatkan oleh penurunan jumlah pembeli yang datang ke cafe. Penurunan jumlah pembeli bisa disebabkan kurang puasnya konsumen pada cafe tersebut.

Apabila konsumen telah puas akan kinerja dari café tersebut maka tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan selalu kembali pada café tersebut. Berarti konsumen tersebut menjadi pelanggan loyal pada café tersebut. Apabila café telah mendapat pelanggan yang loyal maka café akan mempunyai pelanggan yang tetap dan cafe akan mendapatkan pendapatan setiap bulannya yang relatif tetap.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang muncul dengan menjual jenis produk yang sama menyebabkan Café Se-Kota Bandung mengalami penurunan jumlah konsumen yang datang. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis pada waktu pra penelitian dapat dilihat dari tabel 1.4 di bawah ini.

Tabel 1.4
Jumlah Kunjungan
Pada Café Se-Kota Bandung
Bulan Oktober-Maret 2009-2010

No	Nama Cafe	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
1.	Bridge Café	2106	2090	2389	2256	1985	1897
2.	Bellair Café and Lounge	2200	1756	2180	1989	1834	1991
3.	Café Bali	2650	2407	2817	2345	2171	2011
4.	Café Baraya	2454	2180	2070	2041	1987	1876
5.	Café Halaman	2379	2406	2567	2328	1879	1976
6.	MQ Café	2231	2050	1998	2012	1863	1679
7.	Green Café	2167	2023	2440	2120	1953	1732
8.	Café Classic	2369	2011	2070	2145	1954	1641
9.	Oh Lala Café	1995	1678	1907	1980	1953	1821
10.	Noodle Café	2019	2123	2145	2046	1801	1805
Jumlah		23070	22570	20724	22583	21262	19380
Rata-rata Kenaikan/Penurunan			-1846	-1859	-1321	-1882	-951
Presentasi			(8,00%)	(8,23%)	6,37%	(8,33%)	(4,47%)

Sumber: Data hasil penelitian, April 2010

Dari tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa jumlah pembeli mengalami penurunan yang signifikan. Pada bulan Oktober sampai bulan Desember jumlah pembeli mengalami penurunan setiap bulannya yaitu pada bulan Oktober sebesar 8,00% dan pada bulan Desember sebesar 8,23%, sedangkan pada bulan Januari jumlah pembeli mengalami kenaikan sebesar 6,37%. Pada bulan Februari sampai Maret mengalami penurunan kembali jumlah pembeli yaitu pada bulan Februari penurunannya sebesar 8,33% dan pada bulan Maret sebesar 4,47%.

Penurunan jumlah pembeli tersebut mengindikasikan adanya pembeli yang merasa kurang puas dengan cafe se-kota Bandung sehingga para pembeli tidak kembali pada cafe tersebut dan jumlah pembeli cafe pun setiap bulannya mengalami penurunan. Kurang puasnya para pembeli ini diduga karena kualitas produk dan harga yang diberikan oleh Café Se-Kota Bandung belum sesuai dengan harapan konsumen.

Perkembangan usaha jasa restoran maupun café yang mengalami penurunan yang begitu drastis salah satunya di kota Bandung. Persaingan dibisnis ini diperlukan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan harga dikarenakan banyaknya café yang berkembang saat ini. Di dalam usaha hal ini adalah untuk memberikan kepuasan kepada kosumennya atau pelanggannya.

Sebagian besar masyarakat yang membeli makanan pada cafe menginginkan kualitas produk makanan yang bagus. Beberapa anggapan dari masyarakat tentang kualitas produk seperti rasa makanan yang disajikan kurang enak, ukuran dari porsi terlalu sedikit, makanan yang kurang matang sudah disajikan dan berbagai macam keluhan dari masyarakat tentang kualitas produk mengakibatkan kurang puasnya konsumen. Apabila kualitas produk menurun maka konsumen akan merasa apa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataanya maka akan terjadi ketidakpuasan konsumen.

Jika suatu produk disajikan dengan kualitas yang baik, maka akan menimbulkan kepuasan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2006:354) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk

melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.

Kualitas produk memberikan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai yang lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Jadi setiap cafe yang ada di Bandung harus bisa mempertahankan kualitas produk yang dimilikinya dan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen pun harus berbeda dengan kualitas produk pesaing atau mempunyai karakteristik dari produk tersebut.

Kepuasan konsumen tidak hanya dapat dilihat dari sisi kualitas produk saja melainkan juga dari harga yang ditawarkan oleh cafe tersebut. Dalam menciptakan kepuasan konsumen diperlukan kebijakan-kebijakan dalam menentukan harga yang ditawarkan yang sesuai dengan daya beli konsumen.

Beberapa kejadian yang terjadi di masyarakat tentang harga. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti harga yang ditawarkan kemahalan dan tidak disesuaikan dengan jumlah porsi menu yang diberikan, harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan daya beli masyarakat misalnya menawarkan harga terlalu mahal sedangkan masyarakat tidak mampu untuk membeli, harga yang diberikan berada di atas harga pesaing, manfaat yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harga yang diberikan. Hal tersebut yang akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Cafe sebaiknya memberikan harga yang sesuai dengan harapan sehingga masyarakat tidak beranggapan harga yang diberikan oleh cafe kemahalan. Apabila masyarakat sudah beranggapan seperti itu maka bisa mengakibatkan penurunan jumlah pembeli pada cafe tersebut.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan kepuasan konsumen, produk yang ditawarkan oleh cafe harus mempunyai produk yang berkualitas dan harga yang ditawarkan pun sesuai dengan daya beli konsumen dan sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Di dalam kepuasan konsumen menurut Handi Irawan (2009: 37) terdapat lima driver utama kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan kemudahan. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengkaji lebih jauh dengan melakukan penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Se-Kota Bandung"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk pada Café Se-Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran harga pada Café Se-Kota Bandung?
3. Bagaimana gambaran kepuasan konsumen pada Cafe Se-Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Café Se-Kota Bandung?

5. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Se-Kota Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Se-Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, mengolah, dan menganalisis dan menginterpretasikannya. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk pada Café Se-Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran harga pada Café Se-Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen pada Café Se-Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Café Se-Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Se-Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Café Se-Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan menambah ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan bauran pemasaran produk dan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen serta teori-teorinya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan, dapat memberikan bahan masukan tentang kualitas produk dan harga kaitannya dengan kepuasan konsumen Cafe Se-kota Bandung.