

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia sebagai salah satu aktivitas perekonomian yang mampu menjadi salah satu penghasil devisa, mendorong pertumbuhan ekonomi, memberdayakan perekonomian masyarakat, serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pariwisata merupakan suatu prospek yang pengembangannya akan mempengaruhi perkembangan daerah. Dari segi ekonomi Pariwisata cukup signifikan sebagai basis sumber devisa negara dan pendapatan daerah. Oleh sebab itu keterkaitan nilai itu akan mendorong timbulnya kegiatan-kegiatan baru disekitar wilayah Pariwisata dan akan mempengaruhi perkembangan ekonomi sektor informal masyarakat lokal.

Kota Bandung menjadi salah satu objek pariwisata baik bagi wisatawan asing maupun domestik mempunyai daya tarik pariwisata yang berbeda dibandingkan kota-kota lain. Menurut sumber Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung rekapitulasi jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung pada tahun 2009 sebanyak 7 juta orang. Penjelasan tabel rekapitulasi jumlah wisatawan sebagai berikut:

Tabel 1.1
REKAPITULASI
JUMLAH WISATAWAN YANG DATANG KE KOTA BANDUNG
TAHUN 2009

I	Jumlah kendaraan yang masuk via gerbang tol (Pasteur, Pasir Koja, Kopo, M.Toha, Buahbatu)	25.068.346 orang
II	1. Jumlah pengunjung dari gerbang tol	103.380.322 orang
	2. Jumlah pengunjung melalui bandara, stasiun, terminal	6.655.079 orang
	JUMLAH	110.035.401 orang
III	1. Jumlah Wisatawan	7.700.331 orang
	a. Wisman	185.076 orang
	b. Wisnus	7.515.255 orang
	2. Jumlah tamu yang menginap (perhitungan occupancy hotel)	2.908.150 orang
	a. Wisman	168.712 orang
	b. Wisnus	2.739.438 orang
	3. Jumlah tamu yang tidak menginap	4.792.181 orang

Sumber Data: Disbudpar Kota Bandung (2009)

Selain mempunyai banyak objek wisata alam maupun objek wisata sejarah, Bandung menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata belanja (*factory outlet*), dan wisata kuliner. Wisata kuliner dipilih para wisatawan karena Bandung dikenal dengan suasana yang sejuk dan tempat yang tepat untuk berwisata kuliner. Kota Bandung masih tetap menempati urutan pertama tingkat kunjungan wisata kuliner di daerah Jawa Barat.

Bandung banyak menawarkan hidangan-hidangan kuliner dari hidangan tradisional sampai hidangan internasional. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha dibidang kuliner. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari restoran, *café*, *food court*, sampai pedagang kaki lima.

Dengan semakin berkembangnya variasi makanan dan pola konsumsi konsumen yang sangat selektif, para pebisnis kuliner harus dapat memperhatikan kuliner terkini dan memenuhi permintaan konsumen. Salah satu kuliner dikota Bandung yang menjadi andalan para pelaku bisnis kuliner adalah sajian hidangan bakso yang dapat memenuhi selera para penikmat kuliner.

Peranan restoran bakso untuk memenuhi permintaan konsumen semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya restoran bakso baru. Maka persaingan sesama perusahaan restoran bakso akan semakin tajam. Berikut daftar restoran bakso se-kota Bandung:

Tabel 1.2
DAFTAR RESTORAN BAKSO DIKOTA BANDUNG
TAHUN 2009

NO	NAMA PERUSAHAAN	ALAMAT	KETERANGAN
1	BAKSO KOTA CAK MAN MALANG	JL. Dipati Ukur No. 85	
2	MIE BASO PANGHEGAR	JL. Holis No. 226	
3	MIE NARIPAN	JL. Naripan No. 108	
4	BAKSO LAPANGAN TEMBAK SENAYAN	JL. Merdeka No. 56	
5	BASO MALANG KARAPITAN	JL. Karapitan	
6	MIE BASO AKUNG	JL. Lodaya No. 123	
7	MIE BASO YAMI- YAMI	JL. Sunda No. 53	

8	KAMPUNG BASO	JL. Lembang	baru
9	BAKSO MALANG ENGGAL	JL. Burangrang	
10	BERKAT SABOGA	JL. Burangrang No. 39	
11	BAKSO KUMIS	Jl. Soekarno hatta (Metro Trade Centre)	
12	BAKMI ABG	Jl. Pelajar Pejuang (PISET MALL)	

Sumber Data: Disbudpar Kota Bandung (2009)

Semakin berkembangnya persaingan di dunia bisnis kuliner khususnya restoran bakso di kota Bandung menuntut pelaku bisnis tersebut untuk berusaha keras agar produk yang dihasilkan dapat laku di pasaran. Begitu pula halnya pada dunia bisnis kuliner, bagaimanapun juga kebutuhan manusia akan makanan akan terus ada. Berbagai pilihan dihadapkan pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup. Situasi persaingan yang ketat serta semakin majunya peradaban manusia yang selektif terhadap berbagai alternatif pilihan memacu produsen sebagai pelaku bisnis kuliner untuk mempertahankan dan mendapatkan konsumen bukanlah hal yang mudah karena konsumen sudah dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginannya yakni produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Agar mampu bertahan dari persaingan maka dilakukan pengembangan dan peningkatan terhadap kualitas jasa (*services*).

Tantangan utama yang dihadapi oleh industri jasa pariwisata dalam hal ini jasa restoran adalah bagaimana memadukan kualitas pelayanan yang prima dengan apa yang diharapkan konsumen. Masalah kualitas pelayanan menjadi lebih

penting dan mendapat perhatian khusus, dimana apabila kualitas pelayanan baik maka nilai yang dapat dirasakan oleh konsumen akan tinggi.

Monroe dalam Vanessa (2007:65) menyatakan bahwa nilai konsumen adalah rasio antara keuntungan atau manfaat yang dirasakan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Nilai konsumen yang dirasakan oleh konsumen berdampak pula terhadap loyalitas dimana konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan maka akan memberi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dengan melihat situasi perkembangan bisnis kuliner di atas maka usaha bisnis kuliner tidak luput dari masalah-masalah mengenai adanya komplain-komplain dari konsumen. Bertambahnya para pesaing baru, dan penurunan nilai yang dirasakan konsumen. Tingkat kepuasan para konsumen menurun, para konsumen yang kurang loyal dan penurunan jumlah konsumen. Begitu pula yang terjadi pada Restoran Bakso yang akan dijadikan sebagai objek yang akan diteliti oleh penulis diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.3

Data Kepuasan Konsumen Restoran Bakso Kumis

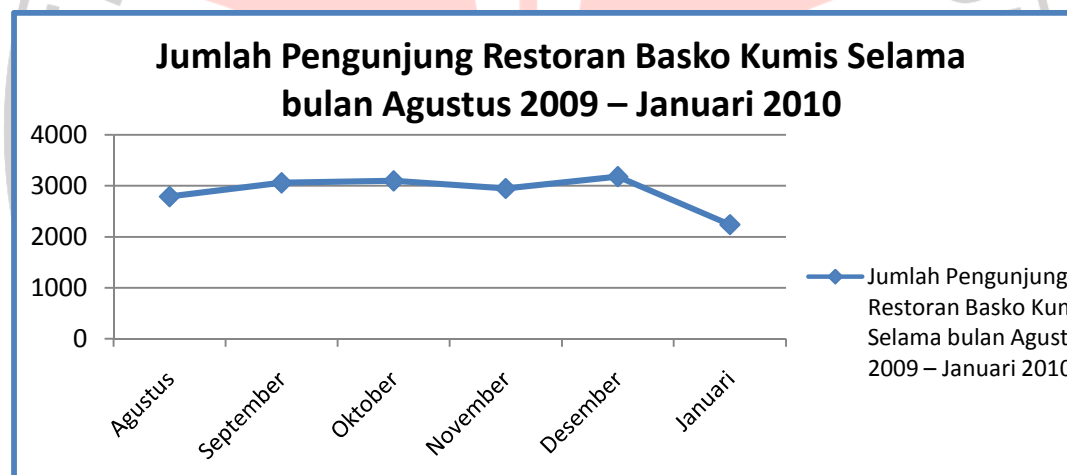
Aspek	Sangat Baik		Baik		Biasa Saja		Kurang	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelayanan	10	20	17	34	12	24	11	22
Produk	11	22	15	30	14	28	10	20
Fasilitas	15	30	14	28	8	16	13	26
Harga	12	24	20	40	10	20	8	16

Sumber Data: Manajemen Restoran Bakso Kumis

Tabel 1.4
DATA PENGUNJUNG RESTORAN BAKSO KUMIS
 Selama bulan Agustus 2009 – Januari 2010

Bulan	Data Pengunjung Restoran	Kenaikan/Penurunan	Kenaikan/Penurunan (%)
Agustus	2789	-	-
September	3060	271	8,85
Oktober	3098	38	1,24
November	2948	-150	-4,84
Desember	3181	233	7,09
Januari	2239	-942	-29,61
TOTAL	16915	-550	-17,27

Sumber data: Manajemen Restoran Bakso Kumis



Sumber : Data diolah dari data Manajemen Restoran Bakso Kumis

Gambar 1.1

Grafik tingkat jumlah pengunjung Restoran Bakso Kumis

Data kepuasan yang diperoleh dari konsumen restoran Bakso Kumis yang meliputi aspek pelayanan, produk, harga, dan fasilitas. Aspek pelayanan mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 22%. Aspek produk mempunyai

nilai tanggapan yang kurang sebesar 20%. Aspek harga mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 26%. Aspek fasilitas mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 16%. Data mengenai masalah loyalitas dapat dilihat dari grafik jumlah tingkat jumlah pengunjung restoran Bakso Kumis di atas pada bulan agustus sampai bulan oktober tingkat jumlah pengunjung stabil dan tidak mengalami penurunan. Pada bulan november terjadi penurunan sebesar 4,84% dan pada bulan januari sebesar 29,61%.

Tabel 1.5

Data Kepuasan Konsumen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Aspek	Sangat Baik		Baik		Biasa Saja		Kurang	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelayanan	37	37	27	27	23	23	13	13
Produk	26	26	37	37	29	29	8	8
Fasilitas	32	32	30	30	29	29	9	9
Harga	32	32	28	28	25	25	15	15

Sumber Data: Manajemen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Tabel 1.6

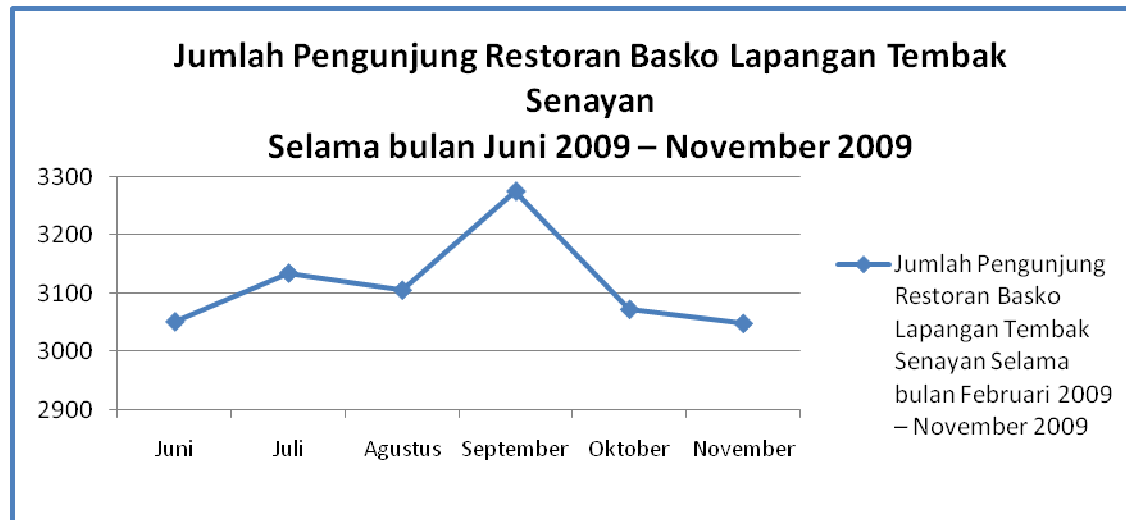
**DATA PENGUNJUNG RESTORAN BAKSO LAPANGAN TEMBAK
SENAYAN**

Selama bulan Juni 2009 – November 2009

Bulan	Data Pengunjung Restoran	Kenaikan/Penurunan	Kenaikan/Penurunan (%)
Juni	3052	-	-
Juli	3135	83	2,72
Agustus	3106	-29	-0,93
September	3275	169	5,44
Oktober	3073	-202	-6,16
November	3049	-24	-0,78

TOTAL	30763	-3	-0.29
-------	-------	----	-------

Sumber data: Manajemen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan



Sumber : Data diolah dari data Manajemen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Gambar 1.2

Grafik tingkat jumlah pengunjung Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

Data kepuasan yang diperoleh dari manajemen restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan yang meliputi aspek pelayanan, produk, harga, dan fasilitas. Aspek pelayanan mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 13%. Aspek produk mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 8%. Aspek harga mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 9%. Aspek fasilitas mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 15%. Data mengenai masalah loyalitas dapat dilihat dari grafik jumlah tingkat jumlah pengunjung restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan di atas pada bulan juni sampai bulan juli terjadi kenaikan sebesar 2,72% dan pada bulan agustus terjadi penurunan sebesar 0,93%. Pada bulan September terjadi kenaikan yang sangat tinggi sebesar 5,44%. Terjadi penurunan pada bulan oktober sebesar 6,16% dan bulan november 0,78%.

Tabel 1.7

Data Kepuasan Konsumen Restoran Bakmi ABG

Aspek	Sangat Baik		Baik		Biasa Saja		Kurang	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelayanan	18	36	12	24	13	26	7	14
Produk	16	32	12	24	17	34	5	10
Fasilitas	11	22	19	38	17	34	3	6
Harga	18	36	10	20	14	28	8	16

Sumber Data: Manajemen Konsumen Restoran Bakmi ABG

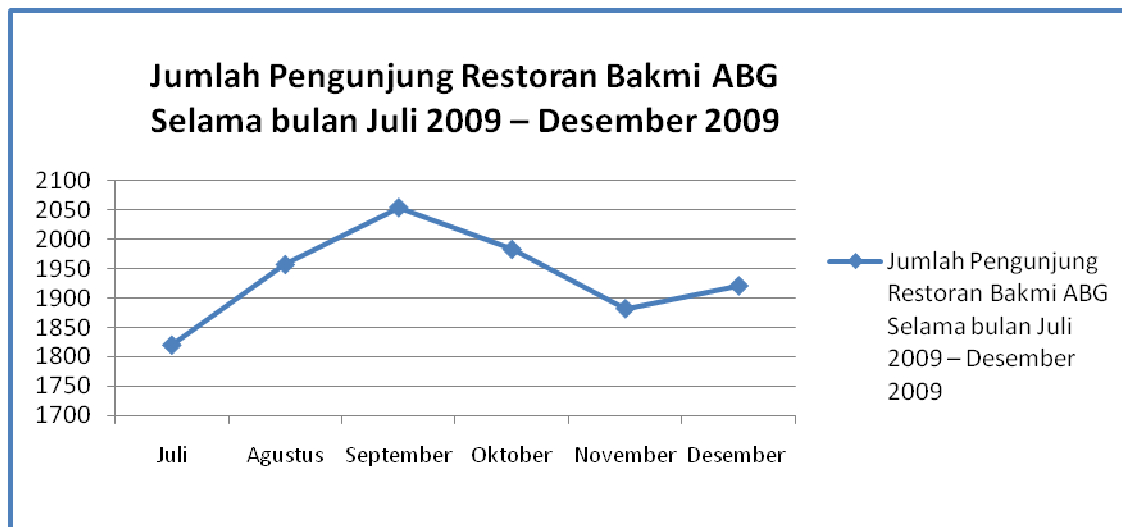
Tabel 1.8

DATA PENGUNJUNG RESTORAN BAKMI ABG

Selama bulan Juli 2009 – Desember 2009

Bulan	Data Pengunjung Restoran	Kenaikan/Penurunan	Kenaikan/Penurunan (%)
Juli	1820	-	-
Agustus	1957	137	7,52
September	2054	97	4,95
Oktober	1983	-71	-3,45
November	1882	-101	-5,09
Desember	1921	39	2,07
TOTAL	11617	101	6

Sumber data: Manejemen Restoran Bakmi ABG



Sumber : Data diolah dari data Manajemen Restoran Bakmi ABG

Gambar 1.3

Grafik tingkat jumlah pengunjung Restoran Bakmi ABG

Data kepuasan yang diperoleh dari manajemen restoran Bakmi ABG yang meliputi aspek pelayanan, produk, harga, dan fasilitas. Aspek pelayanan mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 14%. Aspek produk mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 10%. Aspek harga mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 6%. Aspek fasilitas mempunyai nilai tanggapan yang kurang sebesar 16%. Data mengenai masalah loyalitas dapat dilihat dari grafik jumlah tingkat jumlah pengunjung restoran Bakmi ABG di atas pada bulan juli sampai bulan september terjadi kenaikan sebesar 7,52% dan 4,95%. Pada bulan september dan bulan oktober terjadi penurunan sebesar 3,45% dan 5,09%. Pada bulan november terjadi kenaikan kembali sebesar 2,07%.

Dengan melihat dinamika seperti yang telah diutarakan di atas, bahwa ada masalah yang terjadi pada beberapa restoran bakso yaitu masalah tentang kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal ini diduga karena kualitas pelayanan dan

nilai bagi konsumen makin menurun. Maka dari itu penulis, melakukan penelitian dengan mengangkat isu dan masalah pada Restoran Bakso sekota Bandung ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JUGA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Restoran Bakso Kumis, Bakmi ABG, dan Bakso Lapangan Tembak Senayan)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam hal ini konsumen berhak memilih dan menentukan dimana konsumen akan menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi produk. Dengan banyaknya akan pesaing, perusahaan harus bisa mengukur sejauh mana konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dan sejauh mana konsumen mendapatkan kepuasan terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Dalam bisnis kuliner, setiap bentuk produk dan pelayanan akan selalu dinilai oleh konsumen sebagai wujud kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen sebagai pengonsumsi. Maka loyalitas konsumen ditentukan atas kepuasan konsumen itu sendiri. Hal inilah yang nantinya akan dijadikan masukan untuk Restoran “Bakso Kumis”, Restoran “Bakso Lapangan Tembak Senayan”, dan Restoran “Bakmi ABG” dalam meningkatkan pelayanan. Adapun identifikasi masalahnya adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan di atas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui permasalahan mengenai:
 - Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
 - Untuk mengetahui pengaruh nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen?
 - Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen?
 - Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen?
2. Untuk mendapatkan masukan-masukan yang bermanfaat untuk perusahaan restoran bakso dikota Bandung
3. Untuk memprediksi pengaruh dari faktor kualitas pelayanan, nilai konsumen melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen restoran bakso di kota Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca hasil penelitian ini. Adapun maksud dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Ilmiah

Untuk sebagai bahan pembelajaran dan pengalaman bagi penulis juga untuk sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam kajian ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, nilai konsumen, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam implementasi industri jasa boga di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan untuk restoran yang penulis teliti dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen agar konsumen merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

