

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi terhadap barang dan jasa. Hal ini didukung dengan semakin meningkatnya pertumbuhan dalam bidang industri. Menurut data BPS tahun 2010, industri yang ada di Indonesia dengan jenis usaha makanan dan minuman menempati urutan paling tinggi rata-rata dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010, dibandingkan dengan industri lainnya (tabel 1.1). Hal tersebut mengindikasikan bahwa industri makanan menjadi bisnis paling potensial untuk dikembangkan.

Tabel 1.1

Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang Periode Tahun 2006 – 2010

Indikator Terpilih	2006	2007	2008	2009	2010
Makanan dan minuman	232.91	245.01	251.51	276.3	249.01
Pengolahan Tembakau	116.06	134.51	154.19	193.56	202.52
Tekstil	88.46	98.34	101.66	96.08	96.1

Sumber : Badan Pusat Statistik (2010)

Namun seiring dengan berjalannya waktu, dimana tingkat mobilitas masyarakat kota Jakarta yang semakin tinggi, restoran atau rumah makan berkembang menjadi bisnis yang menjanjikan. Ini didukung dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat, dimana restoran dapat menjadi tempat yang tidak lagi untuk bersantap makanan dan minuman saja, melainkan tempat rapat, berkumpul dengan teman, sanak saudara, dan keluarga, bahkan menjadi tempat dilangsungkannya berbagai acara.

Restoran dan rumah makan selalu menunjukkan grafik yang terus meningkat (tabel 1.2). Melihat pertumbuhannya dari tahun 2007 sampai dengan 2009, restoran dan rumah makan masih menjadi usaha potensial bagi para wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya.

Tabel 1.2

Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Tahun 2007-2009

Tahun	Usaha / Perusahaan	Usaha / Perusahaan	Rata – Rata
	Jumlah	Pertumbuhan	Tenaga Kerja
2007	1.615	-	27
2008	2.235	38,39	27
2009	2.704	20,98	27

Sumber : Statistik Restoran / Rumah Makan Tahun 2007 – 2009, BPS

Dari tabel diatas jumlah restoran di DKI Jakarta terus mengalami peningkatan sejak tahun 2007 sampai dengan 2009. Pada tahun 2007, jumlah restoran yang meningkat dari tahun sebelumnya adalah sebesar 1.615. Meningkat cukup signifikan pada tahun 2008 yang menjadi 2.235 restoran, atau bertambah sekitar 602 restoran. Dalam persentase, jumlah pertumbuhan sebanyak 38,39% di tahun 2008. Terus terjadi peningkatan jumlah restoran pada tahun 2009, menjadi 2.704 restoran, atau bertambah 569. Dalam persentase, jumlah pertumbuhan restoran meningkat sebesar 20,98% di tahun 2009.

Dalam hal jenis masakan yang disediakan, restoran di DKI Jakarta memiliki beragam masakan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Usaha Pariwisata Bidang Restoran dan Bar Berdasarkan Jenis Masakan
pada Bulan Februari 2010 di DKI Jakarta

No	Jenis Masakan	Wilayah					Jumlah
		Jakarta Pusat	Jakarta Utara	Jakarta Barat	Jakarta Selatan	Jakarta Timur	
1	Amerika	140	66	54	190	29	479
2	Asia	4	3	1	1	-	9
3	China	96	86	78	87	16	363
4	Continent	2	2	2	3	1	10
5	Eropa	7	1	4	8	-	20
6	India	3	3	-	3	-	9
7	Indonesia	136	84	53	193	41	507
8	Inte'l	1	-	-	2	-	3
9	Italia	40	20	14	49	13	136
10	Jepang	78	39	31	116	10	274
11	Korea	12	14	3	17	-	46
12	Lain-lain	31	14	13	35	4	97
13	Malaysia	7	4	7	9	-	27
14	Oriental	2	2	-	8	1	13
15	Perancis	8	-	2	11	-	21
16	Thailand	25	11	4	23	-	63
17	Timur Tengah	6	1	1	8	1	17
Jumlah Total							2094

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta (2010)

Jumlah restoran dengan jenis masakan Indonesia adalah yang terbesar di DKI Jakarta dari semua jenis masakan yaitu sebesar 507 restoran dan paling banyak terdapat di Jakarta Selatan. Jumlah restoran terbesar kedua adalah restoran dengan jenis masakan Amerika yaitu sebanyak 479 di DKI Jakarta dan paling banyak terdapat di Jakarta Selatan. Selain itu, adapula restoran dengan jenis masakan China dan Jepang yang masing-masing jumlahnya sebanyak 363 dan 274 restoran. Restoran dengan jenis masakan Internasional adalah restoran dengan jumlah yang paling rendah yaitu 3 restoran. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa

penduduk DKI Jakarta masih memiliki minat yang tinggi terhadap masakan Indonesia.

Melihat bahwa semakin kompetitifnya industri yang ada, restoran atau rumah makan berhasil menjadi bisnis yang potensial di tengah ketatnya persaingan yang ada. Ini terbukti bahwa dari tahun ke tahun industri makanan dan minuman selalu mempunyai persentase dengan jumlah yang meningkat. Usaha besar seperti restoran sampai dengan usaha kecil dalam industri ini, seperti tenda kaki lima terbukti mampu menarik minat pelanggan mulai dari tempat hingga cita rasanya.

Peran perusahaan menjadi penting mengingat kepuasan konsumen menjadi hal yang utama dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Konsumen akan merasa puas, apabila produk dan jasa yang ia rasakan dirasa mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sehingga kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi hal yang penting dalam pemenuhan hal tersebut. Selain kualitas tersebut harus dijaga, perusahaan juga harus meningkatkan mutu dengan menjaga kualitas makanan dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Selain terus berusaha untuk meningkatkan mutu dan kualitas makanan serta jasa pelayanan yang terbaik, pengusaha restoran atau rumah makan harus mampu menerapkan strategi yang efektif, yang dirancang khusus untuk memuaskan konsumen. Karena apabila perusahaan tersebut berorientasi pada kepuasan konsumen, hal tersebut akan berpengaruh besar terhadap loyalitas atau kesetiaan konsumen terhadap suatu *brand* atau merk. Apabila konsumen sudah setia terhadap suatu merk tersebut, maka siklus kehidupan bisnis restoran tersebut akan berjalan dengan baik dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan

restoran lainnya. Ini merupakan satu langkah untuk lebih maju dalam memposisikan diri untuk melawan persaingan di industri yang sama. Keunggulan kompetitif tersebut akan menjadi keunggulan bersaing masa yang akan datang.

Salah satu restoran yang telah menjadi gaya hidup masyarakat adalah Restoran D'Cost Seafood. Dengan mengusung *tagline* "Mutu Bintang Lima, Harga Kaki Lima" itulah slogan dari D'Cost Seafood, yaitu salah satu restoran menarik yang dapat dikunjungi untuk menikmati sajian seafood atau makanan laut bersama keluarga dan kerabat. Meski dengan harga terjangkau, namun pengunjung akan menikmati makanan di dalam ruangan restoran dengan suasana modern. Berbagai makanan laut bisa dinikmati di restoran ini.

Restoran D'Cost Seafood memiliki banyak cabang di kota-kota besar di Indonesia, antara lain membuka gerai di Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Bali, Banjarmasin, Pekanbaru maupun Makassar. Restoran D'Cost yang ada di Jakarta dimulai dari daerah Kemang, kemudian menyebar ke berbagai lokasi strategis di Jakarta seperti Kelapa Gading, Puri Indah, Bekasi, Cibubur, Cikokol, Depok dan BSD. Setiap gerai restoran D'Cost Seafood berukuran besar, sehingga cukup menampung banyak orang. Buka mulai pukul 09.00 WIB dan tutup pukul 22.00 WIB. Dengan banyaknya gerai D'Cost yang mulai bermunculan di mall kota-kota besar, D'Cost mulai mengembangkan bisnisnya dengan membuka *franchise* untuk para *franchisor* yang ingin berbisnis restoran yang sudah dikenal masyarakat luas ini. Ketatnya bisnis restoran dan rumah makan baik di Jakarta maupun di kota-kota besar di Indonesia lainnya, membuat para pengelola restoran untuk selalu mengembangkan bisnisnya menjadi lebih baik. Mereka harus mulai memikirkan

berbagai aspek kualitas yang dapat memuaskan konsumen agar dapat tetap bertahan di tengah persaingan industri yang semakin tajam.

Penjualan makanan pada Restoran D'Cost Seafood, memiliki kenaikan persentase dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.4 dibawah ini :

Tabel 1.4
Persentase Penjualan Makanan Restoran D'Cost
Dari Tahun 2006 Sampai Tahun 2010

Tahun	Penjualan												Total
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	
2006	54%	70%	51%	47%	48%	66%	72%	50%	42%	40%	40%	38%	51.50%
2007	36%	40%	47%	58%	76%	70%	83%	64%	57%	50%	46%	41%	55.67%
2008	48%	59%	73%	70%	55%	71%	75%	70%	55%	49%	34%	30%	57.42%
2009	61%	67%	53%	72%	76%	63%	61%	60%	57%	52%	44%	41%	58.92%
2010	62%	55%	79%	80%	65%	72%	70%	57%	55%	50%	48%	43%	61.33%

Sumber : Data penjualan tahunan Restoran D'Cost (data diolah peneliti)

Dari gambar di atas, terlihat adanya kenaikan persentase dari total penjualan tahunan Restoran D'Cost, mulai dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010. Tetapi untuk penjualan per bulannya relatif turun dan penurunan itu terlihat biasanya mulai dari bulan Juli sampai dengan Desember untuk setiap tahunnya. Namun pada bulan-bulan lainnya pun juga sering mengalami penurunan jumlah persentase yang cukup tinggi.

Penurunan persentase penjualan per bulan Restoran D'Cost tentu memiliki permasalahan. Sesuai dengan yang tertera pada Forum D'Cost Seafood Indonesia (<http://www.dcostseafood.com/forum/index.asp?PageNo=5>), Restoran D'Cost sering mendapatkan masalah tentang *complaint* (protes) dari pelanggan.

Protes dari pelanggan, sesuai dengan yang ada pada Forum D'Cost Seafood Indonesia, dalam hal kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Lamanya penyajian makanan
2. Antrian yang terlalu panjang
3. Seringnya pemesanan yang tidak sampai kepada pelanggan
4. Pelayanan pengambilan piring kosong yang masih berisi makanan

Dalam hal kualitas produk, biasanya bentuk protes dari pelanggan berupa :

1. Rasa makanan dari Restoran D'Cost juga terkadang tidak sesuai dengan harapan pelanggan
2. Makanan yang sudah tidak *fresh* atau sudah dingin
3. Rasa hambar untuk jenis makanan tertentu
4. Rasa yang berbeda dari setiap cabang

Tentunya dengan kurangnya kualitas pelayanan dan kualitas produk berupa rasa makanan pada Restoran D'Cost, menimbulkan ketidakpuasan pelanggan yang mengkonsumsi makanan tersebut. Hal tersebut akan berdampak pula pada Restoran D'Cost yaitu akan kehilangan pelanggan potensialnya. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Restoran D'Cost Seafood (Survei Pada Pelanggan Restoran D'Cost Seafood, Rawamangun, Jakarta Timur)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana deskripsi mengenai kualitas produk, kualitas jasa dan kepuasan konsumen?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 4) Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh kepada kepuasan konsumen?
- 5) Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui analisis deskriptif tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan Restoran D'Cost.
- 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Restoran D'Cost.
- 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran D'Cost.
- 4) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran D'Cost.
- 5) Untuk menguji seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan untuk memilih restoran D'Cost.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan maksud dan tujuan seperti yang telah diuraikan, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi peneliti

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik untuk menambah pengetahuan apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan konsumen Restoran D'Cost.

b. Bagi Restoran D'Cost

Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajer, *crew*, koki, dan pelayan restoran untuk dapat dijadikan acuan untuk memberikan kualitas pelayanan dan produk berupa makanan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen tetap maupun konsumen yang baru mencoba pada restoran D'Cost.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dan membangun untuk restoran, sehingga bisa dijadikan bahan referensi bagi para akademisi dalam mengembangkan ilmu pemasaran pada umumnya yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang mengenai kualitas jasa, kualitas produk secara umum, dan terhadap kepuasan konsumen secara khusus. Serta untuk menambah perbendaharaan kepustakaan.