

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada kuartal I tahun 2010 ini, beberapa sektor ekonomi diperkirakan akan menunjukkan perbaikan seiring dengan membaiknya permintaan eksternal dan permintaan domestik. Hal tersebut diperkirakan dapat mendorong pertumbuhan sektor - sektor utama perekonomian; antara lain sektor industri pengolahan serta sektor perdagangan, hotel & restoran (<http://web.bisnis.com/keuangan/ekonomi-makro/1id161631.html>, diakses 28 Februari 2010, 21:15 WIB).

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Dengan terus bertambahnya jumlah populasi manusia saat ini, maka kebutuhan makananpun akan semakin meningkat. Akibatnya, bisnis makanan merupakan lahan subur dan menjanjikan bagi para pengelolanya. Hal ini terbukti dengan banyaknya restoran dan kafe baru yang mulai bermunculan dengan menawarkan beragam menu variatif dengan target pasar yang beragam pula, tidak hanya untuk kalangan ekonomi menengah ke atas namun juga untuk menengah ke bawah.

Dalam persaingan bisnis makanan yang begitu ketat, banyak faktor yang harus diperhatikan agar bisnis ini dapat terus bertahan bahkan semakin berkembang. Salah satu faktor tersebut adalah tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diukur dari berbagai macam aspek. Misalnya dari aspek kualitas makanan, pelayanan, harga, fasilitas, kebersihan, dan lain – lain. Menurut Wilkie seperti yang dikutip oleh Tjiptono (2006:349), kepuasan

konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, semakin baik kualitas suatu produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi sehingga dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha yang bersangkutan. Konsumen yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan berpindah kepada badan usaha lainnya.

Taman *Indie River View* Resto merupakan restoran bernuansa tradisional dan alam yang terdapat di kota Malang. Lokasinya berada di jalan Rivera Golf Utama 2-18 Araya, Malang. Peneliti tertarik untuk memilih Taman *Indie River View* Resto sebagai obyek penelitian karena dalam pelaksanaannya restoran ini menerapkan beberapa karakteristik *entrepreneurship*, yaitu kreatif dan inovatif. Menurut Wijatno (2009:42), kreativitas adalah memikirkan hal – hal baru, sedangkan inovasi adalah melakukan hal – hal baru. Hal kreatif dan inovatif tersebut ditunjukkan dari pemilihan lokasi restoran yang baru dan strategis yaitu di tepi sungai. Dalam majalah *Indonesia Design* oleh Muhammad Chottob, Taman *Indie* Resto disebut sebagai ‘mencuri sensasi lewat sungai’ (<http://probohindarto.wordpress.com/category/special-article/page/3/>, diakses 19 Juli 2010, 06:54 WIB). Ide pemilihan lokasi tersebut mengubah pemikiran masyarakat mengenai pemandangan sungai yang kumuh dan penuh dengan sampah menjadi pemandangan sawah yang hijau dengan latar belakang sungai, jembatan, dan suasana pedesaan alami.

Menurut Barringer dan Ireland dalam Wijanto (2009:24), karakteristik entrepreneurship juga ditunjukkan melalui pemahaman mengenai dua elemen penting dalam bisnis, yaitu produk dan pelanggan. Pemahaman akan produk ditunjukkan melalui beragam menu yang disajikan, mulai dari menu khas tradisional dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Nasi Timbel Mangkunegaran, Gudeg Kepatihan, Mie Kocok Taman *Indie*, Mie Ayam Medan, Udang Bakar Jimbaran, hingga menu Eropa, seperti *spaghetti*, *steak*, *hot dog*, dan menu *Chinese food*. Penampilan makanan menarik dan unik karena disajikan dengan alas makan yang tradisional, terbuat dari bambu dan daun pisang. Pemahaman akan pelanggan ditunjukkan melalui adanya *form guest comment* untuk memantau keinginan dan kepuasan pelanggan.

Metode penetapan harga di restoran ini adalah metode yang digunakan *entrepreneur* pada umumnya, yaitu harga *prestige*. Menurut Wijanto (2009:186), harga *prestige* merupakan penetapan harga yang relatif tinggi untuk menunjukkan keunggulan dan eksklusifitas produk. Dengan kata lain, harga yang ditawarkan relatif tinggi namun dapat meningkatkan kepuasan dan *prestige*. “Suasana, rasa, dan pelayanan, agaknya tiga faktor ini adalah mutlak yang harus dipenuhi untuk mewujudkan sebuah tempat persinggahan bersantap yang *unforgettable*” (<http://www.arayagolf.com/unforgettable-atmosphere-on-taman-indie-river-view-resto.ag>; diakses 23 Maret 2010, 20:58 WIB). Perasaan *unforgettable* tersebut dapat dikaitkan dengan kepuasan konsumen. Semakin tinggi perasaan *unforgettable* yang didapat maka kepuasan konsumen pun akan semakin tinggi.

Berdasarkan pernyataan – pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa semakin baik faktor – faktor seperti suasana, rasa, harga, dan pelayanan yang ditawarkan pada sebuah restoran, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang didapat. Namun pada kenyataannya tingkat kepuasan konsumen akan berbeda – beda dari konsumen yang satu dengan yang lain. Oleh karena itu, penulis akan meneliti tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga di Taman *Indie River View* Resto Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan di Taman *Indie River View* Resto Malang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas makanan yang disajikan di Taman *Indie River View* Resto Malang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen?
3. Apakah harga yang ditawarkan di Taman *Indie River View* Resto Malang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen?
4. Manakah diantara kualitas pelayanan, makanan, dan harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang datang di Taman *Indie River View* Resto Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan di Taman *Indie River View* Resto Malang terhadap tingkat kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas makanan yang disajikan di Taman *Indie River View* Resto Malang terhadap tingkat kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga yang ditawarkan di Taman *Indie River View* Resto Malang terhadap tingkat kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui faktor (kualitas pelayanan, makanan, dan harga) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang datang di Taman *Indie River View* Resto Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat antara lain:

1. Untuk peneliti:
Menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai faktor – faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Taman *Indie River View* Resto Malang.
2. Untuk Taman *Indie River View* Resto Malang:
Memberi masukan mengenai tingkat kepuasan konsumen di restoran ini dan apa saja faktor – faktor yang mempengaruhinya.

3. Untuk *civitas academica* dan pembaca pada umumnya:
 - a) Menambah wawasan mengenai faktor – faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Taman *Indie River View Resto* Malang.
 - b) Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya

