

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Restoran di Indonesia pada saat ini perkembangannya sangat baik karena peluang untuk berhasil pada usaha ini sangat besar. Usaha Restoran akan memiliki kejayaan yang panjang apabila dikelola dengan baik. Sejalan dengan menjamurnya usaha Restoran maka banyak pula konsep Restoran bermunculan, salah satu konsep Restoran yang ditawarkan kepada kosumen adalah konsep makanan khas dari suatu Negara atau daerah, dimana makanan itu dijadikan sebagai ciri khas dari Negara atau daerah tersebut. Makanan khas mempunyai daya tarik dan unik tersendiri sehingga setiap konsumen ingin mencoba sesuatu yang unik itu, Contohnya Restoran jepang yang memiliki makanan khas *sushi*, *sashimi* dan lain-lain.

Pertumbuhan industri restoran jepang di Indonesia, Khususnya di Jakarta terus berkembang hingga saat ini. Dari mulai makanan cepat saji, *buffet*, restoran kedai dan lain sebagainya. Jenis makan yang ditawarkan juga tidak kalah bervariasi dari mulai *ramen dan udon* (mie khas jepang), *sushi*, *sashimi*, *teriyaki*, *yakiniku*, *shabu-shabu*, *tepanyaki*, *ekonomiyaki* hingga *takoyaki*. Salah satu indikator suburnya industri Restoran Jepang di Indonesia adalah makin banyaknya masyarakat yang mulai menggemari cita rasa masakan jepang. Pasar tersebut yang kemudian dilihat

oleh pengusaha-pengusaha untuk membangun bisnis restoran jepang di Indonesia. Dari berbagai jenis dan banyaknya jumlah Restoran Jepang, ada sebagian yang memang dibawa langsung dari jepang sebagai produk *franchise* dan ada pula yang dikembangkan dari awal oleh orang Indonesia sendiri. Restoran-restoran yang tidak dibawa langsung dari jepang biasanya akan memodifikasi cita rasa asli untuk disesuaikan dengan cita rasa masyarakat Indonesia.

Washoku Sato merupakan salah satu dari sekian banyak Restoran Jepang di Indonesia yang berada di Central Park Mall (Lantai 1) Jakarta Barat, Restoran Washoku Sato merupakan restoran kelas menengah yang mengambil konsep *all-you-can-eat* dan *ala carte*, untuk menyantap makanan di Restoran Washoku Sato ini mulai dari harga 224.000-350.000 per orangnya, varian makanan bermacam-macam seperti : *Sushi, sashimi, shabu-shabu, udon, ramen, okonomiyaki dan teriyaki*. Restoran washoku Sato juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin dan panas yang bisa dinikmati oleh konsumen, konsumen dapat memilih dari berbagai jenis makanan yang disediakan Restoran Washoku Sato dengan sistem order dan konsumen bebas memilih makanan yang dimasak sendiri diatas meja contohnya seperti shabu-shabu.

Sekian banyak restoran Jepang yang ada di Central Park Mall banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih restoran Jepang tertentu, pihak manajemen Restoran Washoku Sato berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas

pelayanan, kualitas produk dan harga yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Jika hal tersebut diabaikan maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga serta produk yang ada di Restoran Washoku Sato, oleh karena itu berhasil atau tidaknya restoran dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, harga yang terjangkau dan pelayanan yang terbaik.

Tabel 1.1

Daftar Pesaing Restoran Jepang yang Berada di Central Park Mall Jakarta Barat

| Nomor | Nama Pesaing |
|-------|--------------------|
| 1 | Zenbu |
| 2 | Shaburi |
| 3 | Kushiya Monogatari |
| 4 | Sushi Tei |
| 5 | Sukiya |
| 6 | Hachi-Hachi |
| 7 | Shabuya |
| 8 | Kintan Buffet |
| 9 | Marugame Udon |
| 10 | Washoku Sato |

Sumber: Manajemen Central Park, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 Terlihat jelas bahwa tingkat persaingan bisnis restoran Jepang di Central Park Mall Jakarta Barat cukup tinggi. Untuk mempertahankan pangsa pasar Restoran Washoku Sato harus tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola Restoran Washoku Sato harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini dan dapat melakukan terobosan-terobosan baru agar usahanya dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan ketat, Pengelola harus mulai

Berpikir seperti apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produk maupun pelayanannya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah Restoran, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya mempunyai tujuan, tujuannya yaitu agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampak bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Untuk memperoleh kepuasan konsumen, Restoran Washoku Sato menerapkan kualitas pelayanan “*Omotenashi*” melayani konsumen sepenuh hati, mulai dari menyambut tamu, mengantarkan ke meja makan, melakukan order makanan, menyajikan makanan, mengantar makanan, memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan konsumen sampai selesai makan dan melakukan pembayaran. Restoran Washoku Sato menerapkan sistem pelayanan *omoteanshi* karena konsumen raja yang harus di layani sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang kita berikan dengan harapan konsumen dapat melakukan pembelian ulang. Selain itu kualitas layanan sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen, kondisi seperti ini kepuasan konsumen mempunyai peran yang cukup penting bagi perusahaan. Hal-hal yang dapat membentuk kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk itu sendiri, kualitas pelayanan yang disediakan dan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai nilai yang akan dipertukarkan dengan konsumen.

Produk berperan penting dalam menentukan kepuasan konsumen, penyedia jasa pelayanan Restoran Washoku Sato selalu menjaga kualitas setiap produknya dengan melakukan training yang intensif dan berkesinambungan. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa seluruh makanan/minuman yang disajikan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Dalam pembuatan produknya, selain itu Restoran Washoku Sato selalu teliti dan selektif dalam menyediakan produk yang ditawarkan kepada konsumen, seperti kualitas bahan baku, kualitas makanan dan penampilan makanan.

Pelayanan dan produk yang diberikan Restoran Washoku Sato tidak terlepas dari biaya atau harga yang harus dibayar oleh konsumen. Harga merupakan hal yang sangat sensitif dalam persaingan industri jasa pada umumnya dan industri Restoran pada khususnya. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan diutamakan pada produk tersebut. Hasil survey awal Restoran Washoku Sato dalam proses penetapan harga tidak sesuai dengan harapan konsumen/harga mahal, hal tersebut didukung oleh Keterangan konsumen pada saat survey awal di Restoran Washoku Sato, yang menyatakan bahwa dari segi harga lebih murah harga pertama pada saat awal buka Restoran, harganya sesuai dengan porsi yang didapat di bandingkan harga sekarang. Hal tersebut juga didukung oleh keterangan tiga pelanggan Restoran Washoku Sato yang menyatakan hal yang sama bahwa harga sekarang lebih mahal di bandingkan harga yang pertama, dan harga yang sekarang tidak

sesuai dengan porsi makanan yang di dapatkan. Hal ini didukung dengan data yang di dapat peneliti

Tabel 1.2
Data Penjualan Restoran Washoku Sato
Tahun 2014-2017 (Dalam Rupiah)

| No | Periode (Tahun) | Penjualan/Rupiah | Pertumbuhan (%) |
|----|-----------------|------------------|-----------------|
| 1 | 2014 | 7.394.938.600 | |
| 2 | 2015 | 6.731.772.000 | -13,02% |
| 3 | 2016 | 6.721.150.121 | - 4,49% |
| 4 | 2017 | 6.620.228.564 | - 1,50% |

Sumber: Restoran washoku Sato, 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi periode 2014 sebesar Rp 7.394.938.600. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan -13,02% sebesar Rp 6.731.772.000. Ditahun 2016 mengalami penurunan -4,49% sebesar Rp 6.721.150.121 dan di tahun 2017 mengalami penurunan -1,50% sebesar Rp 6.620.228.564. Dari data tersebut penjualan Restoran Washoku Sato mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan pendapatan Restoran Washoku Sato diatas menunjukkan adanya ketidak puasan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, Kualitas produk dan harga yang mana pelanggan beralih ke tempat lain. Jika pelanggan Washoku sato memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, maka akan mempengaruhi konsumen untuk berlangganan dan tidak beralih ketempat lain. Ketidakpuasan pelanggan banyak disebabkan oleh beberapa permasalahan.

Tabel 1.3

Hasil Pra Survey pada 30 Responden Tentang Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato Central Park Mall Jakarta Barat Tahun 2017

| No | Variabel | Ya | Tidak |
|----|-------------------------------------|-----|-------|
| 1 | Kualitas Pelayanan Baik | 40% | 60% |
| 2 | Kualitas Produk Baik | 43% | 57% |
| 3 | Harga Terjangkau | 25% | 75% |
| 4 | Puas Makan di Restoran Washoku Sato | 37% | 63% |

Sumber : Data di olah, 2017

Dari Tabel 1.3 diatas dapat di jelaskan bahwa hasil pra survey menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Washoku Sato menunjukkan sebanyak 12 orang (40%) dari responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan baik, sedangkan 18 orang (60%), lainnya menyatakan kualitas pelayanan yang di berikan tidak baik, dari segi kualitas produk yang diberikan oleh Restoran Washoku Sato menunjukkan sebanyak 13 orang (43%) dari responden merasa kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan rasa yang diberikan, sedangkan 17 orang (57%) lainnya menyatakan kualitas produk yang dirasakan sesuai. Dari segi harga Restoran Washoku sato ini menunjukkan sebanyak 7 orang (25%) harga yang diberikan terjangkau, sedangkan 23 orang (75%) menyatakan bahwa harga tidak terjangkau. Selanjutnya hasil pra survey pada variabel kepuasan konsumen dapat dilihat sebanyak 11 orang (37%) mengatakan puas, sedangkan 19 orang (63%) mengatakan tidak puas. Dari data tersebut Restoran Washoku Sato kurang optimalnya aspek variabel kualitas

pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap konsumen, menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan. Restoran Washoku Sato berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini disadari oleh Restoran Washoku Sato yang memberikan jasa yang dituntut secara terus menerus untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Restoran Washoku Sato dengan judul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Restoran Washoku Sato Di Central Park Mall Jakarta Barat)*”

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum konsistennya Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Restoran Washoku Sato sehingga memberikan pengaruh turunya kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen tidak puas dan ada kemungkinan berpindah ke produk yang lain.
3. Harga dari menu yang disajikan menurut konsumen belum sesuai dengan porsi yang disajikan (mahal) sehingga konsumen tidak puas.

4. Konsumen tidak puas makan di Restoran Washoku Sato, sehingga sulit diharapkan datang kembali.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah peneliti ini dibatasi pada kajian pengaruh kaulitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah maka rumusan masalah dalam peneliti ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Washoku Sato ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Washoku Sato ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato ?
5. Apakah kualitas pelayanan paling dominan terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato ?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan kosumen Restoran Washoku Sato.
2. Mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato.
3. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato.
4. Mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato.
5. Mengetahui apakah Kualitas pelayanan paling dominan terhadap kepuasan konsumen Restoran Washoku Sato.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih dalam manfaat dari kepuasan pelanggan didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.
3. Bagi mahasiswa
Dapat dijadikan dan ditambahkan sebagai sumber pengetahuan akan pentingnya aspek-aspek yang sangat mendukung terkait terhadap kepuasan konsumen