

BAB I

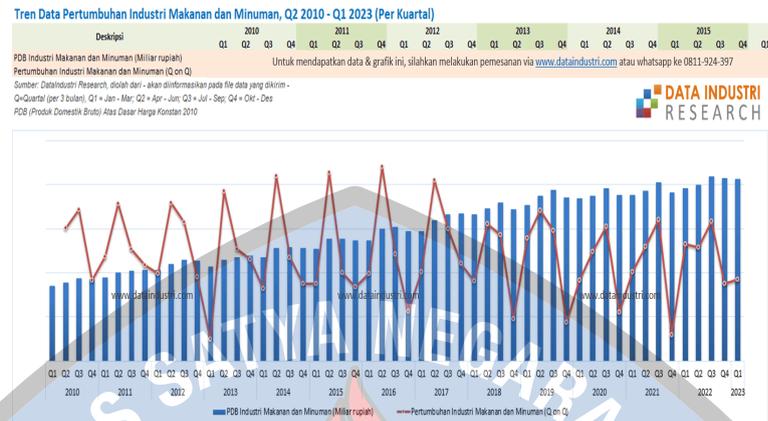
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner saat ini sudah dikenal masyarakat luas dan memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang di Indonesia. Bentuk masakan Jepang yang beraneka ragam adalah salah satu usaha yang menginisiasi tren di Indonesia yang kini banyak diadopsi oleh penduduk setempat. Salah satu jenis usaha perdagangan adalah industri kuliner. Perusahaan ini didirikan oleh seseorang yang menjual makanan berat dan ringan berdasarkan pangsa pasar. Kegigihan dan pengelolaan uang yang baik sangat penting bagi pengusaha. Rahasia membuka usaha kuliner untuk pemula adalah membuat makanan yang enak. Banyak orang lebih suka makan di restoran, yang merupakan lokasi utama untuk bersosialisasi dan menjalankan bisnis di masyarakat yang serba cepat dan kaya. Ada ratusan tempat makan dengan banyak pilihan makanan dan minuman.

Karena Indonesia memiliki pasar yang cukup besar, banyak usaha waralaba atau kerjasama kuliner yang populer. Restoran "all you can eat" atau sering disebut AYCE merupakan salah satu waralaba kuliner dalam bisnis makanan dan minuman yang saat ini sedang populer di Indonesia. Apalagi di kota-kota besar seperti Jakarta, Medan, dan Surabaya, banyak restoran di Indonesia yang mulai menawarkan menu "all you can eat". Restoran "all you can eat" adalah restoran yang beroperasi dengan prinsip buffet atau prasmanan dengan batasan waktu yang telah ditentukan dan memiliki sistem penjualan menu berdasarkan pembayaran

tunggal untuk semua item menu. "All you can eat" secara harfiah mengacu pada semua makanan.



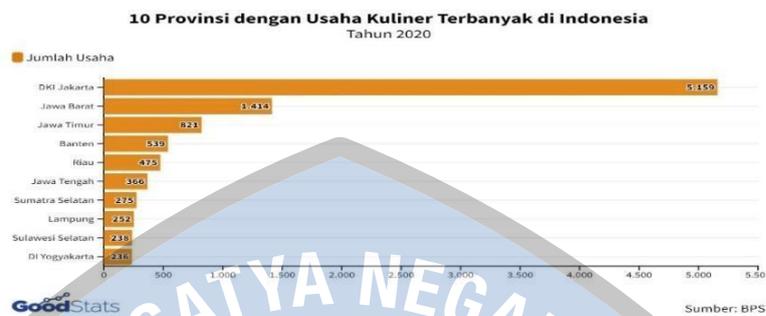
Gambar 1. 1 Data Makanan dan Minuman 2023

Karena banyaknya bisnis waralaba atau kemitraan kuliner yang mempunyai daya tarik yang kuat karena market di Indonesia yang sangat besar.

Salah satu elemen kunci yang dapat membantu restoran bertahan dan bahkan berkembang adalah pelanggannya. Kesuksesan bisnis kuliner juga dipengaruhi oleh pilihan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi produk kuliner tertentu. Mengingat pentingnya pelanggan dalam industri kuliner, pelaku usaha akan menggunakan berbagai strategi untuk memenangkan kepercayaan dan loyalitas mereka. Seperti memberikan layanan pelanggan yang sangat baik dan menampilkan barang yang sesuai dengan preferensi konsumen untuk memuaskan pelanggan dan meningkatkan kemungkinan mereka akan kembali.

Masakan Indonesia terkenal di seluruh dunia, khususnya di DKI Jakarta. Bahkan, Jakarta tercatat sebagai kuliner terbesar di Indonesia hingga akhir tahun 2020. Selain itu, menurut data Badan Pusat Statistik, terdapat 5.159 lebih

perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur makanan. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia dapat diuntungkan dengan berkembangnya industri kuliner.



Gambar 1. 2 Provinsi Usaha Kuliner Di Indonesia Tahun 2020

Dalam beberapa tahun terakhir, menjadi mudah untuk menemukan restoran makan sepuasnya di seluruh kota, terutama di Jakarta, ibu kota negara. Mulai dari jenis makanan yang disediakan, menu yang beragam, harga, lokasi, suasana yang ramah dan menarik, serta pelayanan yang memuaskan pelanggan. Restoran harus menemukan strategi untuk berkembang dalam lingkungan persaingan yang ketat. Pengusaha di industri restoran membutuhkan rencana pemasaran yang kuat. Peningkatan kualitas pelayanan, penambahan fasilitas yang nyaman, dan kebijakan harga adalah beberapa tindakan yang diambil dalam menghadapi persaingan untuk menghasilkan klien yang puas.

Salah satu ciri khas bangsa ini adalah Jepang yang terkenal dengan masakannya yang mencakup berbagai macam kenikmatan kuliner yang menggugah selera, seperti BBQ dan iShabu-Shabu yang disajikan di restoran dengan filosofi "Anda bisa makan". Tidak semua seni kuliner bisa dialami langsung oleh orang Indonesia; Saat ini, masyarakat semakin kritis terhadap adanya persaingan bisnis, dan persaingan yang ketat di restoran mendorong banyak pemilik restoran bersaing untuk menawarkan sesuatu yang istimewa dan berbeda dari para pesaingnya.

Sebuah restoran Jepang yang menampilkan berbagai pilihan menu dan pendekatan layanan all you can eat disebut Zubu Japanese BBQ & Shabu. Tempat makan sepuasnya ini berbeda dari yang lain karena menawarkan harga yang terjangkau, memungkinkan pelanggan memilih berapa lama waktu makan 90 menit mereka, dan membiarkan mereka menikmati semua hidangan sesuai dengan paket menu yang mereka pilih. Namun jika sisa makanan masih 100 gram maka akan dikenakan denda sebesar Rp. 50.000,00. Ada berbagai pilihan untuk hidangan utama, minuman, dan makanan penutup pada menu prasmanan. Lidah orang Indonesia dapat dengan mudah mentolerir rasa makanan, dan ada banyak cara untuk mengolahnya, termasuk menggoreng, mengukus, memanggang, merebus, bahkan menyajikannya mentah. Ada delapan pilihan sup berbeda untuk dipilih untuk rebusan.

Strategi pemasaran perusahaan harus mengikuti atau bahkan melebihi strategi pemasaran pesaing. Sementara itu, perusahaan dengan sumber daya yang terbatas umumnya memilih strategi pemasaran untuk mencari pangsa pasar. Persaingan semakin ketat ini juga dirasakan oleh restoran ZUBU JAPANESE BBQ

& SHABU yang berlokasi di Blok M Plaza, Jakarta Selatan, di Jl Bulungan. Sejak 25 Januari 2019, restoran ZUBU JAPANESE BBQ & SHABU telah beroperasi. Restoran ini menawarkan varietas panggang atau bakar serta rebus atau panggang. Restoran Shabu Hachi, Restoran Shabu.siy, dan Shaburi adalah beberapa tempat makan yang sebanding yang dihadapi Restoran ZUBU JAPANESE BBQ & SHABU sebagai saingan utamanya di wilayah Jakarta Selatan. Menurut keunggulan komparatif, restoran Shabu Hachi lebih disukai daripada restoran Zubu Japanese BBQ & Shabu karena banyak resep Jepang yang telah dimodifikasi oleh orang Indonesia.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal tidak mudah sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka Panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan mendapatkan konsumen

Menurut Kotler (dalam Nopita Mayang Sari, Sri Ekowati, 2022) kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang pada suatu produk setelah ia membandingkan hasil atau prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan.

Dalam menilai konsumen pada Zubu Japanese BBQ&Shabu peneliti melakukan pra survey yang akan dilakukan sebanyak 40 responden . Dengan membagikan formulir Google Form kepada konsumen dari Zubu Japanese BBQ&Shabu pada tanggal 23-26 Maret 2023. Berikut hasil pra survey pada tabel di bawah :

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen

NO	PERTANYAAN	TS	ST	S	SS
1	Apakah penampilan karyawan dalam pelayanan itu penting?	1	2	15	22
2	Apakah pelayanan yang diberikan oleh zuby sesuai dengan harapan konsumen?	1	6	20	13
3	Apakah pelayanan mendahulukan kepentingan konsumen?	1	5	20	14
4	Apakah fasilitas yang diberikan oleh zuby sesuai dengan harapan konsumen?	2	10	18	10
5	Saya memilih makan dizuby karena fasilitas yang memadai?	2	14	16	8
6	Apakah anda merasa puas dan nyaman dengan fasilitas zuby japanese bbq & shabu?	2	11	13	14
7	Apakah anda memilih makan dizuby japanese bbq & shabu karena harganya murah dan terjangkau?	2	10	15	13
8	Apakah harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan pelayanan dan fasilitas?	1	13	14	12
9	Apakah anda memilih makan dizuby japanese bbq&shabu karena direkomendasikan oleh teman atau keluarga?	2	6	18	14
10	Apakah fasilitas zuby japanese bbq & shabu menarik dan mampu menumbuhkan kepuasan bagi anda?	1	12	15	12
11	Bagaimana lokasi zuby japanese bbq & shabu cukup terjangkau?	1	5	20	14
12	Apakah anda merasa puas dengan kualitas pelayanan pada zuby japanese bbq & shabu?	1	6	19	14
13	Apakah anda tertarik dengan diskon yang diberikan oleh zuby japanese bbq & shabu?	1	3	18	17

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Peneliti mengetahui pendapat konsumen tentang kualitas layanan, fasilitas, dan biaya berdasarkan temuan pengamatan awal mereka yang dilakukan terhadap

40 responden. Menurut hasil pre survey yang dilakukan, fasilitas yang diartikan sebagai sesuatu yang berupa perlengkapan fisik dan perlengkapan yang disediakan oleh penjual untuk menunjang kenyamanan dan kepuasan konsumen merupakan faktor pertama rendahnya kepuasan konsumen.

Peringkat konsumen untuk Zabu Japanese barbekyu & shabu masih jauh dari harapan untuk 12% responden, menurut data survei pra-fasilitas. Menurut rumor yang beredar, fasilitas tersebut antara lain kekurangan perlengkapan seperti mangkok, gelas, dan baby chair.

Dari hasil pra survey kualitas pelayanan yang terjadi pada Zabu Japanese bbq & shabu masih terdapat penilaian konsumen yang tidak sesuai dengan harapan sebesar 7% responden. Diduga kualitas pelayanan yang kurang pelayanannya terhadap konsumen. Namun, masih ada beberapa orang yang menyatakan bahwa mereka memilih Zabu Japanese bbq & shabu berasal dari rekomendasi teman atau Kerabat mereka. Serta masih ada beberapa konsumen yang tidak setuju alasan mereka karena harga dizabu Japanese bbq & shabu kurang terjangkau dengan menu yang kurang lengkap, Zabu Japanese bbq & shabu tersebut dari harga yang berbeda weekday dengan weekend dengan menu yang sama hal tersebut didukung oleh pernyataan yang kepada konsumen pada pra survey nomer 7 dengan hasil 12% tidak setuju dengan pernyataan tersebut dari 40 responden yang mengatakan “tidak” pada pertanyaan variabel harga.

Layanan konsumen mengarah pada aktivitas pelayanan pratransaksi, saat transaksi dan pascatransaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut memengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, tujuannya agar konsumen memberi respons

yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Ristia & Marlien, 2022).

Kualitas Pelayanan adalah Harapan konsumen untuk mendapatkan kualitas layanan saat membeli produk. Sejah mana layanan memenuhi kebutuhan setiap pelanggan dengan sempurna.

Permasalahan yang terjadi pada Zuba Japanese bbq&shabu terkadang disaat pemesanan tidak repeat order serta tidak disampaikan waktu makan dan tidak boleh ada yang tersisa makanannya akan dikenakan denda disaat pembayaran akan menyebabkan miskom pada konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aswad et al. (2019) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang berupa benda yang dapat mempermudah serta memperlancar pelaksanaan untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Ovidiu, (2018) Fasilitas kerja adalah suatu perlengkapan kerja yang disediakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan karyawan dalam menyelesaikan suatu tuntutan pekerjaan. Fasilitas kerja mendukung penyelesaian pekerjaan karyawan dan mempermudah kinerjanya.

Terdapat beberapa keluhan tamu terhadap fasilitas yang kurang baik dan

kurang nyaman digunakan saat berkunjung makan di zubu Japanese bbq & shabu. pada fasilitas perlengkapan yang kurang menarik, minimnya fasilitas perlengkapan seperti mangkok, gelas banyak yang rusak atau cacat sehingga tidak layak digunakan dan mengakibatkan tamu meminta untuk menukarkan gelas yang baru, lampu terlalu redup serta yang dilantai 2 kalau lagi full ac kurang berasa selain itu kurang tersedia baby chair disaat tamu sedang makan kerepotan dengan babynya, sedangkan keunggulan dari fasilitas lainnya yaitu bisa dapat menggunakan fasilitas wifi dan musik yang membuat konsumen tidak bosan.dibandingkan dengan jenis transportasi darat lainnya.

Hasil dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa dilakukan oleh Lumintang dan Rotinsulu (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah PT. 2018) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Keputusan penetapan harga jasa merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu,relatif terhadap tingkat harga para pesaing.

Berikut adalah daftar harga yang diberikan Zubu Japanese bbq & shabu pada konsumen yang dapat dipilih sesuai dengan Paket daging dan Paket Shabu yang diinginkan pada tabel 1.2 dibawah :

Tabel 1. 2 Price List All You Can Eat Shabu & Grill

SILVER	WEEKDAYS	SILVER	WEEKEND
Anak-Anak	49.000	Anak-Anak	59.000
Dewasa	110.000	Dewasa	130.000
Lansia	99.000	Lansia	110.000
GOLD	WEEKDAYS	GOLD	WEEKEND
Anak-Anak	59.000	Anak-Anak	69.000
Dewasa	130.000	Dewasa	159.000
Lansia	129.000	Lansia	139.000
PLATINUM	WEEKDAYS	PLATINUM	WEEKEND
Anak-Anak	69.000	Anak-Anak	79.000
Dewasa	199.000	Dewasa	210.000
Lansia	179.000	Lansia	189.000

Tabel 1. 3 Price List All You Can Eat Shabu Only

SHABU HEMAT	WEEKDAYS	SHABU HEMAT	WEEKDAYS
Anak-Anak	39.000	Anak-Anak	49.000
Dewasa	79.000	Dewasa	89.000
Lansia	69.000	Lansia	79.000
SHABU AYCE	WEEKDAYS	SHABU AYCE	WEEKEND
Anak-Anak	49.000	Anak-Anak	59.000
Dewasa	99.000	Dewasa	110.000
Lansia	89.000	Lansia	99.000

(Sumber : Data Pengusaha Zubu Japanese BBQ & Shabu 2023)

Tabel 1. 4 Daftar Perbandingan Harga Restaurant All You

Nama Restaurant All You Can Eat					
SHABU HACHI					
SHABU & GRILL	Weekdays	Weekend	Shabu Only	Weekdays	Weekend
Anak-Anak	118.000	118.000	Anak-Anak	98.000	98.000
Dewasa	208.000	228.000	Dewasa	168.000	188.000
Lansia	178.000	198.000	Lansia	138.000	158.000
SHABU.SIY					
SHABU & GRILL	Weekdays	Weekend	Shabu Only	Weekdays	Weekend
Anak-Anak	120.000	120.000	Anak-Anak	135.000	135.000
Dewasa	215.000	215.000	Dewasa	170.000	170.000
Lansia	150.000	150.000	Lansia	130.000	130.000
SHABURI					
SHABU & GRILL	Weekdays	Weekend	Shabu Only	Weekdays	Weekend
Anak-Anak	109.000	144.000	Anak-Anak	99.000	99.000
Dewasa	239.000	289.000	Dewasa	219.000	219.000
Lansia	205.000	249.000	Lansia	189.000	189.000
ZUBU JAPANESE BBQ & SHABU					
SHABU & GRILL	Weekdays	Weekend	Shabu Only	Weekdays	Weekend
Anak-Anak	49.000	59.000	Anak-Anak	49.000	59.000
Dewasa	110.000	130.000	Dewasa	99.000	110.000
Lansia	99.000	110.000	Lansia	89.000	99.000

Tabel diatas harga belum termasuk pajak 10% dan service 5% ada berbagai menu shabu & grill dan shabu only terdapat harga weekday dan weekend perbedaan harga untuk membedakannya dari jenis beefnya untuk menu ayce silver dapat 1 jenis beef ialah lastfat/nonfat , untuk menu ayce gold dapat 2 jenis beef ialah lastfat/nonfat dan shortplate, dan untuk platinum dapat 4 jenis beef lastfat/nonfat, shortplate,saikoro dan wagyu.

Berdasarkan tabel diatas harga belum termasuk pajak 10% dan service 5% ada berbagai menu shabu & grill dan shabu only terdapat harga weekday dan weekend perbedaan harga untuk membedakannya dari jenis beefnya untuk menu ayce silver dapat 1 jenis beef yaitu lastfat/nonfat , untuk menu ayce gold dapat 2

jenis beef yaitu lastfat/nonfat dan shortplate, dan untuk platinum dapat 4 jenis beef lastfat/nonfat, shortplate,saikoro dan wagyu.

Shabu only ada 2 yaitu shabu hemat dan shabu ayce untuk membedakannya adalah shabu hemat tidak dapat beef, chicken dan seafood untuk shabu ayce mendapatkan semua menu termasuk 1 jenis beef (lastfet/nonfet), chicken dan seafood dapat reafill sepuasnya.

Hubungan harga dengan kepuasan konsumen adalah harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

Dan jika persepsi konsumen terhadap harga buruk, maka konsumen akan semakin rendah. Selain pada fenomena harga di atas, terdapat juga beberapa perbandingan harga di setiap Restaurant All you can eat seperti di tabel 1.4

Terlihat harga yang tertera diatas belum termasuk sama pajak dan service 15% perbedaan harga dari berbagai macam restaurant All You Can Eat, dimana Zubu Japanese bbq&shabu masih memegang harga yang cukup murah dan terjangkau untuk menarik konsumen dalam kepuasan konsumen.

Zubu Japanese BBQ&Shabu berusaha untuk secara konsisten menjunjung tinggi kepercayaan pelanggan dengan menyediakan fasilitas dan meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan kebahagiaan konsumen. Dalam upaya memenuhi permintaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, menyediakan fasilitas yang ditawarkan, dan menetapkan harga yang wajar, restoran harus menilai keinginan pelanggan secara menyeluruh. Perlu untuk membangun hubungan dan menelitinya agar layanan yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Farhan, M., & M Sasmita, E (2021) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumintang dan Rotinsulu (2021) yang menyatakan bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena masalah dalam latar belakang penelitian ini dan masih terdapatnya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengambil penelitian ini dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ZUBU JAPANESE BBQ & SHABU BLOK M PLAZA JAKARTA SELATAN.**



B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dilatar belakang, untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu?
3. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Japanese BBQ & Shabu?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu
- c. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Zubu Japanese BBQ & Shabu.
- d. Untuk mengetahui pengaruh. Harga terhadap kepuasan konsumen pada Zubu

Japanese BBQ & Shabu.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti, dan untuk memenuhi kelulusan studi (S1) oleh mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan literature untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan Konsumen.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran dan solusi untuk memecahkan masalah yang ada, sehingga dapat memberikan manfaat pada konsumen.