

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Banyaknya rumah makan baru yang berdiri maka persaingan diantara rumah-rumah makan tersebut semakin ketat. Hal ini dapat dilihat pada kualitas layanan yang diberikan dan juga cita rasa yang khas dari masing-masing masakan yang ditawarkan kepada pengunjungnya. Karena itulah pelanggan menjadi lebih selektif dalam menentukan pilihannya sebab pelanggan cenderung membandingkan kualitas layanan yang diterima dari satu rumah makan dengan rumah makan yang lainnya. Dalam kondisi seperti ini maka setiap pengelola rumah makan dituntut untuk mencari jalan tersendiri dalam menarik minat pelanggan.

Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh badan usaha agar tetap dapat bertahan dalam persaingan dunia usaha yang ketat ini adalah kualitas layanan yang diberikan pada pelanggannya. Karena tiap pelanggan dalam menilai kualitas layanan badan usaha itu baik atau buruk mempunyai penilaian yang berbeda berdasarkan persepsinya masing-masing. Apabila pelanggan merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik maka akan merasa puas dan sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diterimanya buruk maka akan merasa tidak puas.

Dalam melayani pelanggannya, setiap rumah makan pasti memiliki beberapa konsep yang diterapkan. Demikian juga pada resto, setiap resto

memboyong konsep dan desain yang berbeda sebagai ciri khas. Resto Pro Steak dan Ziga Zaga memberikan perhatian lebih pada desain ruang dalam. Penataan *lighting*, permainan bahan dan tinggi rendah lantai, penataan warna dinding dan langit-langit membuat resto ini memberikan *atmosphere* berbeda dari sebuah tempat makan.

Pada saat ini di dalam pasar terdapat beberapa resto steak papan atas di kawasan Surabaya Barat, yaitu Bon Café, Big Bone, Calvados, Pro Steak, The Edge, dan Ziga Zaga. Hasil investigasi Darmo In Sight (2004), diketahui peringkat masing-masing resto di Surabaya sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1

Perbandingan Kualitas Resto-resto di Surabaya
Menurut persepsi pelanggan

Resto	Menu	Ruang Dalam	Fasilitas	Kualitas Layanan	Kebersihan	Promosi
Bon Café	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆
Big Bone	☆☆☆☆	☆☆	☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆
Calvadas	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆
Pro Steak	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆
The Edge	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆
Ziga Zaga	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆

Sumber: Darmo Insight, Edisi XXIII Mei 2004

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa masing-masing resto memiliki kelebihan dan kelemahan. Di antara resto-resto tersebut secara umum Ziga Zaga dan Pro Steak memiliki predikat bintang terbanyak. Ditinjau dari kualitas layanan resto yang memiliki bintang terbanyak adalah Ziga Zaga, Pro Steak, dan Big Bone. Ziga Zaga dan Pro Steak mempunyai variasi menu paling lengkap, pilihan *sauce* Ziga Zaga mempunyai 7 macam pilihan. Pro steak juga punya banyak

pilihan *sauce*, Bon Café tetap dengan *trade mark sauce* satu rasa. Pada Big Bone terjadi kesan bingung saat *taking order*, karena banyaknya lembar menu pilihan dan promosi yang disodorkan, namun lebih menguasai produk dengan istilah asing dan memberikan deskripsi yang cukup. Bon Café, Calvados dan The Kitchen paling mudah untuk memilih menu, karena tidak terlalu banyak variasi dan mereka lebih memilih menu sebagai unsur utama penggaet pelanggan. Ziga Ziga paling lengkap dalam hal kelengkapan di atas meja. Beberapa pilihan gula mentah, gula putih dan gula rendah kalori dalam sachet yang tersedia di meja tak ditemui di resto lain. Untuk *main course* rata-rata resto tersebut menyajikan porsi sekitar +/- 500 gram *beef* atau ½ ekor untuk *chicken*, untuk yang ringan-ringannya masih potato. Ukuran porsi agak kecil disajikan oleh Bon Café dan bertentangan dengan model kentang goreng potong panjang-panjang. Resto-resto tersebut berusaha menyajikan kualitas layanan yang maksimal. Dari nama-nama tersebut Ziga Ziga, Pro Steak, dan Big Bone secara rata-rata memiliki *value for money* paling tinggi di antara rival-rivalnya. Kualitas layanan yang prima dari resto Pro Steak, Ziga Ziga, dan Big Bone menjadikan ketiga resto tersebut sebagai *hang out* yang patut diperhitungkan bagi resto-resto lain.

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa secara keseluruhan kategori masing-masing resto cenderung berbeda. Ditinjau dari kualitas layanan secara umum Ziga Ziga, Pro Steak, dan Big Bone memiliki kualitas layanan yang tinggi yaitu dengan jumlah bintang empat untuk Pro Steak dan Big Bone dan bintang lima untuk Ziga ziga, namun perbedaan kualitas layanan secara lebih rinci dan kualitas layanan ditinjau dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*

dan *empathy* belum pernah dilakukan. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan antara dimensi kualitas layanan resto Ziga Zaga, Pro Steak, dan Big Bone di Surabaya berdasarkan persepsi pelanggan. Sehingga nantinya hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi untuk meningkatkan kinerja layanan dari ketiga resto yang dijadikan objek penelitian tersebut.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Apakah terdapat perbedaan kualitas layanan antara resto Pro Steak, Ziga Zaga, dan Big Bone berdasarkan persepsi pelanggan di Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas layanan antara resto Pro Steak, Ziga Zaga dan Big Bone berdasarkan persepsi pelanggan di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat belajar mengaplikasikan metode berpikir ilmiah dan berlatih memecahkan masalah yang timbul.

dalam lingkup manajemen pemasaran terutama yang berkenaan dengan kualitas layanan. Selain itu juga untuk melatih penulis di dalam menerapkan teori-teori yang ada hubungannya dengan masalah yang terjadi pada perusahaan untuk bahan penyusunan skripsi.

b. Bagi perusahaan

Memberikan informasi dan masukan-masukan bagi resto yang dijadikan obyek penelitian sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat lebih memuaskan pelanggannya. Dan sekaligus dapat diketahui keunggulan dan kelemahan badan usaha dalam melayani pelanggannya yang ditinjau dari 5 dimensi kualitas layanan.

2. Manfaat Akademis.

Kemajuan ilmu pengetahuan karena semakin berkembangnya penelitian-penelitian ilmiah yang pernah dilakukan. Demikian juga sebaliknya, semakin berkembangnya penelitian-penelitian ilmiah karena didukung oleh majunya ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, besar harapan penulis hasil penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta dapat dipakai sebagai referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya.

1.5. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman atas materi-materi yang dibahas dalam skripsi ini, maka berikut ini penulis uraikan secara garis besar isi dari masing-masing bab sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Dalam bab ini penulis akan uraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dan hipotesis.

Bab 3: Metode penelitian

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, Identifikasi variabel, definisi operasional. Jenis dan sumber data, pengukuran data. alat dan metode pengumpulan data, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab 4: Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran obyek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

Bab 5: Simpulan dan saran

Dalam bab ini berisi simpulan dan saran sebagai masukan bagi perusahaan.