

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sierra Café & Lounge terbentuk pada Maret 2004. Berlokasi di bukit Dago Pakar di Bandung. Sierra menyampaikan dekorasi yang menenangkan dengan konsep interior kontemporeri minimalis.

Makanan dan minuman di Sierra terpengaruh dari konsep kuliner internaasional, menawarkan berbagai macam variasi menu, termasuk western, Jepang, Thailand dan makanan Indonesia. Berbagai jenis minuman, moctail, dan koleksi lengkap dari wine terbaik yang tersedia bersama dengan dessert dan kue-kue dari Tomodachi Pastry.

Dengan kualitas yang tinggi dan dengan harga yang sesuai dan pelayanan *first-class*, Sierra Cafe & Lounge siap untuk memenuhi pengalaman bersantap konsumen sepenuhnya.

Sierra café & lounge berada pada lahan yang luas dengan pemandangan sebesar $10.000m^2$ dan sampai $2500m^2$ area makan. Berlokasi pada bukit Dago Pakar, Sierra menawarkan pemandangan Bandung yang spektakuler, dengan memberikan suasana pemandangan gemerlap dan romantis lampu-lampu kota saat malam.

Pembangunan mengambil waktu hampir satu tahun untuk selesai berkaitan dengan struktur yang luas, dan dipisahkan menjadi 4 lantai lengkap dengan elevator. Seluruh bangunan dipenuhi dengan konsep kontemporeri minimalis, baik exterior dan interior. Sierra Cafe & Lounge menyediakan lapangan parkir cukup hingga 350 mobil, lengkap dengan vallet parkir dan layanan *car call*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kepariwisataan di Indonesia sekarang ini cukup pesat. Adanya kecendungan dinamis dari para wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara untuk melakukan perjalanan wisata merupakan peluang sekaligus tantangan bagi

pengembangan pariwisata khususnya dari sisi penyedia (*supply side*) sarana pariwisata, seperti usaha hotel, restoran, jasa perjalanan wisata, dan sebagainya. Hal ini didukung oleh data dari Struktur PDB (Produk Domestik Bruto) Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011 – 2013 pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Struktur PDB (Produk Domestik Bruto)
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2013 (persen)

No.	Lapangan Usaha	2011	2012	2013
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	14,5	15,3	15,3
2	Pertambangan penggalian	10,9	10,6	11,2
3	Industri Pengolahan	27,8	26,4	24,8
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	0,8	0,8	0,8
5	Konstruksi	8,5	9,9	10,3
6	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	14,0	13,3	13,7
7	Pengangkutan dan Komunikasi	6,3	6,3	6,5
8	Keuangan, Real estat dan Jasa Perusahaan	7,5	7,2	7,2
9	Jasa- Jasa	9,7	10,2	10,2
Produk Domestik Bruto (PDB)		100,0	100,0	100,0
PDB tanpa migas		89,5	91,7	92,2

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2012

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sektor perdagangan, hotel, dan restoran pada tahun 2013 menyumbang 13,7% pada perekonomian Indonesia. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran menduduki posisi ketiga penyumbang terbesar bagi perekonomian Indonesia.

Salah satu sektor penyedia sarana pariwisata yang memiliki kontribusi adalah restoran. Perkembangan usaha restoran dan kafe di Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dan Bali. Kedua kawasan ini memiliki potensi yang cukup besar sebagai pusat pengembangan industri restoran dan kafe yang memiliki kontribusi lebih dari 73,6 % dari total jumlah restoran dan kafe di Indonesia. Jakarta sebagai ibu kota negara dan pusat bisnis di Indonesia merupakan pusat pertumbuhan bisnis restoran dan kafe terbesar, yang memiliki kontribusi 26,1% dari jumlah restoran dan kafe di Indonesia. Jawa Barat

merupakan sentra pertumbuhan restoran dan kafe terbesar setelah Jakarta, yang memiliki kontribusi sekitar 12,4% dari jumlah restoran dan kafe di Indonesia, kemudian diikuti oleh Jawa Timur sebesar 10,1%, Jawa Tengah memiliki kontribusi sekitar 12,9%, kemudian diikuti Jawa Tengah sebesar 8,6% dan DI Yogyakarta sebesar 3,4%. (www.binaukm.com diakses pada tanggal 30 April 2014).

Dari data diatas menyebutkan Jawa Barat merupakan kontribusi terbesar dalam pertumbuhan restoran dan kafe. Perkembangan usaha restoran mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dan merupakan salah satu industri unggulan di Kota Bandung. Pertumbuhan tersebut terlihat dari mulai bermunculnya restoran-restoran baru. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung menunjukkan terdapat peningkatan pada industri restoran di Kota Bandung. Peningkatan restoran di Kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe/Bar di Kota Bandung
Tahun 2010-2012

No	Jenis Usaha	Tahun		
		2010	2011	2012
1	Restoran	170	181	209
2	Rumah Makan	262	268	303
3	Cafe/Bar	11	12	12
Total		443	461	524

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung, 2012

Berdasarkan tabel diatas didapatkan adanya peningkatan jumlah restoran dikota Bandung mulai tahun 2010-2012. Pada tahun 2010 terdapat 443 restoran di Kota Bandung, tahun 2011 sebanyak 461 restoran, dan pada tahun 2012 sebanyak 524 restoran. Data tersebut membuktikan bahwa jumlah restoran di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya.

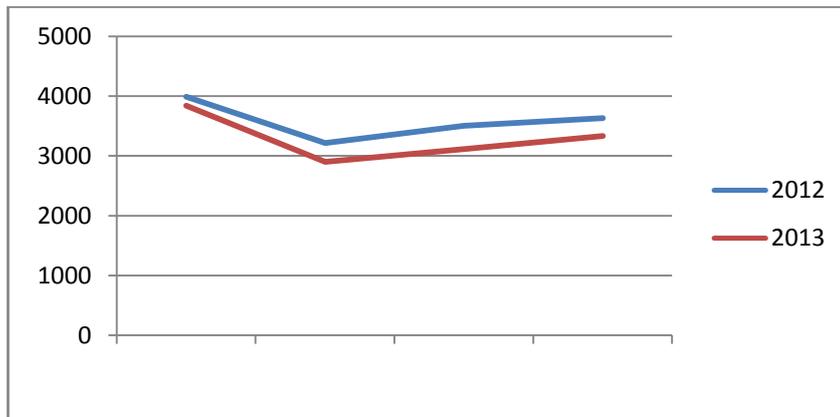
Salah satu restoran dikota Bandung yang terkenal yaitu Sierra Cafe and Lounge. Sierra Cafe & Lounge merupakan sebuah kafe yang menyajikan makanan *International Culinary*. Selain menyajikan menu utama, sierra cafe juga

menyediakan menu penutup seperti *dessert* dan *pasttier*. Sierra Cafe & Lounge merupakan salah satu cafe yang dituntut untuk mampu menghadapi persaingan dari kompetitor. Usaha dalam menghadapi persaingan tersebut bukanlah hal yang mudah untuk Sierra Cafe & Lounge, apalagi market pembeli yang ditekankan oleh Sierra Cafe & Lounge merupakan anak muda, yang kebanyakan memilih restoran berdasarkan kenyamanannya, agar mereka merasa nyaman untuk berlama-lama berada di cafe tersebut untuk berkumpul bersama teman-temannya dan menikmati keindahan kota Bandung. Walaupun di kafe ini memiliki fasilitas dengan menjual pemandangan kota Bandung, tetapi kompetitor lain melakukan hal yang sama dengan ciri khas masing-masing baik dari segi pelayanan, produk, dan lingkungan. Berdasarkan persaingan tersebut Sierra Cafe & Lounge harus melaksanakan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dengan restoran lainnya, sekaligus menjaga eksistensinya dalam bisnis restoran khususnya di kota Bandung. Berikut adalah data jumlah kunjungan Sierra Cafe & Lounge pada 2012-2013 seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1.3 sebagai berikut.

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Sierra Cafe & Lounge

Tahun/Bulan	2012	2013
Januari	3989	3840
Februari	3216	2900
Maret	3502	3113
April	3633	3335
Mei	3541	3459
Juni	3699	3577
Juli	3747	3588
Agustus	3662	3665
September	3787	3644
Oktober	3680	3566
November	3721	3721
Desember	4003	3896
Jumlah	44.180	42.304

Sumber: Data diolah berdasarkan database Sierra Cafe & Lounge



Gambar 1.1

Jumlah Kunjungan Sierra Cafe & Lounge Tahun 2012-2013

Sumber: Data diolah berdasarkan database Sierra Cafe & Lounge

Berdasarkan tabel 1.3 dan gambar 1.1 menunjukkan jumlah kunjungan tahun 2012-2013 mengalami penurunan. Jumlah kunjungan yang menurun ini karena banyaknya restoran baru yang berdiri sepanjang jalan Dago Pakar Bandung, ataupun restoran lain yang berdiri didaerah lain di kota Bandung yang juga menawarkan produk sesuatu yang sama. Menurut data yang diperoleh dari (www.kulinerbdg.com diakses tanggal 7 Mei 2014) restoran & cafe tersebut adalah:

Tabel 1.4

Restoran & Cafe Baru di Dago Pakar

No	Nama Restoran
1	Upper East Cafe
2	The Stone Cafe
3	Warung Laos
4	Fashion Pasta
5	My Hanoi House
6	Congo Cafe
7	Boemi Joglo
8	Rumah Payung
9	Lentera Cafe
10	Roemah Kopi

(bersambung)

Tabel 1.4 (*sambungan*)

11	Motzen Steak & Ale
12	The Valley
13	Kopi Selasar Sunaryo
14	Lisung Cafe
15	Restoran Kopi Ireng
16	Takigawa Meatbar
17	Coco Rico
18	Saung Galuma Restoran
19	Burgundy Dine & Wine
20	Lawangwangi Cafe & Art Space

Sumber: www.kulinerbdg.com

Dari data yang diperoleh diatas restoran & kafe baru tersebut akan menimbulkan persaingan. Persaingan dalam bisnis restoran selain dengan makanan yang enak, tetapi juga dari segi target pasar mereka, pelayanan, dan fasilitas di restoran tersebut (www.ciputraentrepreneurship.com diakses pada tanggal 14 Agustus 2014) Oleh karena itu perusahaan jasa harus mempunyai strategi pemasaran yang unik dan belum banyak dikenal oleh masyarakat. Strategi tersebut adalah dengan membentuk suatu fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) yang merupakan bagian dari *physical evidence* yang akan membuat konsumen tertarik.

Peneliti mencoba melakukan survei dengan memberikan beberapa item pertanyaan kepada konsumen Sierra Cafe & Lounge sebanyak 30 responden mengenai fasilitas fisik (*servicescape*) pada restoran tersebut. Responden dipilih secara acak berdasarkan pengalaman mereka setelah mengunjungi Sierra Cafe & Lounge. Dan didapatkan empat fasilitas fisik yang memiliki predikat tidak memuaskan menurut konsumen, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.4
Tanggapan Responden Mengenai *Servicescape* pada Sierra Cafe & Lounge

Fasilitas Fisik Perusahaan	Puas	Tidak Puas
Tempat Duduk	10	10
Kenyamanan Suasana	13	7
Tempat mencuci tangan	9	11
Pencahayaan	7	13

Sumber : data diolah penulis

Dari hasil survei tersebut masih terdapat empat kekurangan yang dimiliki Sierra Cafe & Lounge mengenai lingkungan fisiknya (*servicescape*). Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terdapat 20 konsumen yang masih belum puas akan lingkungan fisik Sierra Cafe & Lounge seperti tempat duduk, kenyamanan suasana, tempat mencuci tangan, dan pencahayaan.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011:277) aspek-aspek yang terdapat dalam *servicescape* meliputi *ambient conditions* (suhu udara, music, pencahayaan, suasana, pakaian karyawan, dan kebersihan), *spatial layout and functionally* (layout ruangan, peralatan, furnitur), *signs, symbols and artifacts* (logo dan lambang). Dalam bisnis restoran, *servicescape* sendiri meliputi ruangan, tempat duduk dan meja, daftar menu, toilet, seragam pramuniaga, tanda petunjuk (tanda ‘toilet’, tanda ‘kasir’, dsb), penerangan ruangan, sirkulasi udara, peralatan makan, dan lain sebagainya.

Kenyamanan pada sebuah restoran akan menciptakan suatu kepuasan bagi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar dan pesaing. Dengan menciptakan pengalaman yang menyenangkan saat konsumen berada di restoran, maka mereka akan merasa puas. Konsumen yang merasa puas dan

merasa memiliki pengalaman yang menyenangkan cenderung akan setia terhadap jasa tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana *servicescape* dalam mengukur kepuasan konsumen. Adapun judul penelitian ini adalah “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS *SERVICESC*CAPE DI SIERRA CAFE & LOUNGE BANDUNG**”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan topik yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsikonsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung?
2. Bagaimana harapkan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung?
4. Aspek-aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsikonsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung
2. Untuk mengetahui harapan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung?
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung
4. Untuk mengetahui Aspek-aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas *servicescape* di Sierra Cafe & Lounge Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian pada penelitian ini adalah :

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan bagi pembaca tentang *servicescape* dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, serta diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dengan kajian manajemen pemasaran, khususnya *servicescape*.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi restoran Sierra Cafe & Lounge dan menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan *servicescape* dalam rangka memenuhi kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

Tinjauan pustaka yang dibahas dalam bagian ini adalah penelitian terdahulu, *servicescape*, kepuasan pelanggan, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis penelitian yang akan dilakukan, meliputi jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik sampling dan pengambilan sample, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, teknik analisis data, indeks kepuasan pelanggan, dan *importance performance analysis*.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang analisis dan pengolahan data yang dilakukan dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.