

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas dan keamanan makanan telah menjadi hal yang biasa di industri perhotelan khususnya di restoran. Kualitas dan keamanan makanan menjadi komponen penting yang saling berdampingan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) mereka menyatakan bahwa kualitas produk merupakan tingkat kesesuaian antara fitur dan karakteristik produk dengan harapan konsumen. Berdasarkan kualitas terhadap makanan sebagian besar konsumen hanya mengharapkan semua makanan yang dipasarkan telah memenuhi syarat penting dari dua komponen ini. Pihak industri perhotelan tentunya berwenang untuk mendorong pihak penyediaan bahan pangan untuk meningkatkan kualitas bahan pangan agar dapat menghasilkan suatu produk makanan bermutu yang komprehensif sesuai dengan harapan para konsumen. Kualitas produk makanan menjadi salah satu cara pemasar untuk menentukan posisi mereka dan akan memberikan dampak langsung terhadap produk yang ditawarkan mempunyai nilai lebih dihadapan konsumen (Rangkuti, 2009, p.130).

Setiap produk yang akan ditawarkan atau dijual kepada konsumen tentunya dapat dinilai berdasarkan kualitasnya. Dari waktu ke waktu setiap bisnis yang bergerak di bidang makanan terus meningkat, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Menurut A.A Maslow, menyatakan sebuah teori bahwa sandang,

pangan dan papan menjadi kebutuhan dasar pokok setiap manusia yang diiringi dengan pasar pangan yang terus menerus meningkat dan peningkatan jumlah bisnis makanan akan terus meningkat. Namun, bisnis dibidang makanan ini juga sangat erat kaitannya terhadap industri perhotelan. Dampak ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan hotel pada saat ini, hotel yang merupakan suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial yang menyediakan jasa akomodasi, makanan dan minuman (Widanputra, 2009). Karakteristik dari kualitas makanan mempunyai beberapa faktor eksternal dari segi warna, tekstur, penampilan presentasi makanan kepada konsumen, terutama dari segi rasa yang menjadi faktor utama konsumen dalam memberikan komentar (Potter & Hotchkiss, 1995).

Industri perhotelan sangat mengutamakan kenyamanan serta kepuasan konsumennya dalam hal pelayanan. Untuk mencapai target memuaskan konsumen, berdasarkan pembahasan kali ini dengan meningkatkan kualitas makanan agar memberikan kesan yang baik serta mendapatkan masukan yang positif dari konsumennya. Dalam meningkatkan kualitas makanan, pihak hotel juga harus mempertimbangkan kadar gizi yang terdapat dari bahan makanan. Hal ini harus diseimbangkan untuk mendapatkan kesehatan yang baik melalui makanan, bahkan dapat terhindar dari beberapa penyakit.

Terdapat beberapa indikator dalam menjaga kualitas produk makanan menurut West, Wood dan Harger dalam Margaretha dan Edwin (2012) sebagai berikut :

1. Warna

Kombinasi antar warna makanan dapat diperhatikan pihak restoran agar tidak terlihat pucat.

2. Presentasi

Penampilan terhadap makanan sangat penting agar dapat enak dilihat serta dapat menambah nafsu makan konsumen.

3. Porsi

Porsi harus menyesuaikan dengan standar makanan yang dihidangkan.

4. Bentuk

Bentuk dapat bermacam – macam untuk menarik daya tarik konsumen, bentuk ini dapat berupa memotong sayuran dengan keahlian.

5. Temperatur

Temperatur yang baik dapat mempengaruhi rasa yang baik juga dari makanan tersebut.

6. Tekstur

Pihak restoran dapat memperhatikan tekstur dari makanan yang akan dihidangkan.

7. Aroma

Dengan membuat aroma makanan yang lezat dapat meningkatkan nafsu makanan dari konsumen.

8. Tingkat Kematangan

Tingkat kematangan sangat penting bagi para konsumen, karena akan mempengaruhi dari tekstur makanan tersebut.

9. Rasa

Rasa merupakan komponen yang menggabungkan semua poin – poin di atas yang menjadi kombinasi kelezatan dari sebuah makanan.

Selain itu, Kotler (2002 : 329) juga menyatakan bahwa terdapat dimensi dari kualitas produk yang dibagi menjadi 7 dimensi sebagai berikut :

1. Bentuk (*Performance*)

Bentuk produk makanan yang menarik dan memikat dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi para konsumen.

2. Keistimewaan (*Features*)

Atribut – atribut tambahan dari produk makanan yang membedakannya dari produk sejenis yang ada di pasaran.

3. Keandalan (*Reliability*)

Konsumen menyakini bahwa produk yang mereka beli akan memiliki kualitas yang sama setiap kali mereka membelinya.

4. Mutu Kinerja (*Conformance*)

Produk yang memenuhi standar keamanan pangan dan memiliki label kehalalan dapat memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Produk makanan yang memiliki umur simpan yang panjang atau dapat tahan terhadap perubahan kondisi penyimpanan memberikan nilai tambah bagi para konsumen.

6. Pelayanan (*Service Ability*)

Kemudahan perbaikan atau pemeliharaan produk makanan jika terjadi masalah dapat diatasi dengan cepat dan efisien yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

7. Keindahan (*Aesthetics*)

Aspek visual atau estetika produk makanan yang menarik serta presentasi yang estetik dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2008, p. 117) kepuasan konsumen dapat difenisikan sebagai perasaan positif atau evaluasi yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan yang ada. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana kinerja dari suatu produk dapat memenuhi harapan dari konsumen. Apabila kinerja produk melebihi ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Namun, setiap produk juga tidak selalu memenuhi ekspektasi konsumen dan terjadinya ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Tjiptono (2011, p. 291) kepuasan konsumen terjadi ketika kinerja produk atau layanan melebihi atau setidaknya sejalan dengan harapan konsumen. Kepuasan dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau layanan.

Kotler (2012) menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika produk yang mereka terima dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka.

2. Keandalan

Konsumen cenderung akan merasa puas jika penjual secara konsisten memberikan produk.

3. Responsif

Konsumen mengharapkan pihak restoran untuk memberikan tanggapan yang cepat dan membantu ketika mereka memiliki pertanyaan atau masalah.

4. Empati

Konsumen akan merasa puas jika merasa didengar, dipahami dan diperlakukan dengan ramah.

5. Harga

Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

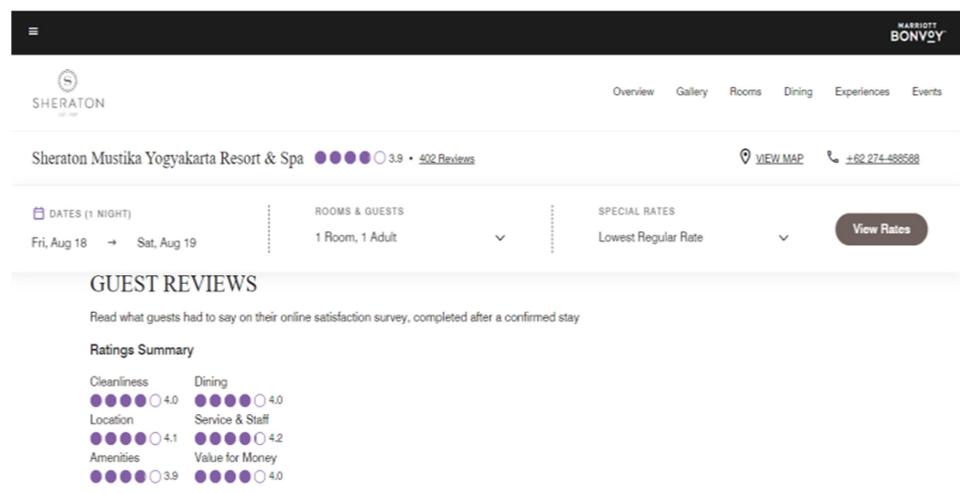
6. Komunikasi

Komunikasi yang diharapkan oleh konsumen dapat berupa informasi yang jelas, akurat dan relevan mengenai produk yang mereka beli.

Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa merupakan salah satu *resort* mewah dibawah kepemilikan Marriott International yang berlokasi di Laksda Adisucipto KM.8, Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain melakukan penelitian, penulis pada sebelumnya melakukan OJT (*On the Job Training*) di *resort* ini. Hal tersebut dapat memudahkan penulis untuk mengumpulkan data. Setiap karyawan Sheraton Mustika Yogyakarta diharuskan memberikan pelayanan yang prima kepada semua tamu yang berkunjung. Sheraton Mustika Yogyakarta memiliki *tag line* mengikuti Marriott International yaitu “*If you take care your associates, your associates will take your guests, and your guests will come back to your hotel*”.

Sheraton Mustika Yogyakarta memiliki restoran yang bernama Androwino Bistro *Restaurant*, yang mempunyai ciri khas *Ala Javanese* dengan pemandangan Gunung Merapi yang indah. Namun, dari data yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dunia yaitu di *Marriott Bonvoy* melalui *website online*.

GAMBAR 1 PENILAIAN TAMU BERDASARKAN ONLINE REVIEW



Sumber : Online Review Marriott Bonvoy.

Berdasarkan data di atas, terdapat poin penilaian untuk *dining* itu sendiri yaitu 4,0. Dari data ini, untuk penilaian dari para tamu yang berkunjung ke Sheraton Mustika Yogyakarta dapat dikatakan tidak sempurna tetapi tidak buruk juga untuk standar hotel bintang 5.

TABEL 1 GUEST COMMENT

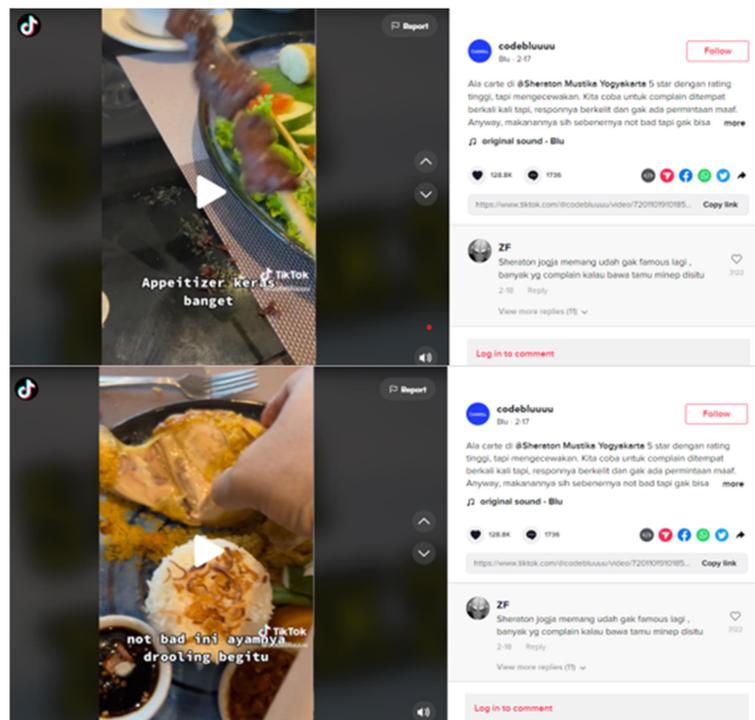
Konsumen	<i>Guest Comment</i>	<i>Publish</i>
Kevin Y.	<i>Food was plain horrible, they could've used better frozen food and bread.</i>	Februari 2023
	<i>No club lounge as advertised. Quality of food was poor. No wine as advertised but on the menu was available</i>	Juli 2023
Alm0	Makanannya seperti kelas hotel bintang 3 dan tidak ada <i>parking indoor</i>	Agustus 2022
William	<i>Disappointing breakfast during our stay, very limited variation and the worst thing is the taste, below the standard.</i>	Agustus 2021
elizabetha_han	<i>We one had a salmon that was overcooked, layered with awful sauce (a disappointed because i expected more for a restaurant inside</i>	Mei 2021

	<i>5star hotel).</i>	
--	----------------------	--

Sumber : Data Olahan Penulis.

Pada tabel di atas terdapat *guest comment* yang menyatakan mengenai kualitas produk makanan yang dihidangkan oleh pihak restoran. Data di atas didukung dengan pengalaman penulis sebelumnya yang telah melakukan *job training* dan melalui *online review* milik hotel sendiri. Masukan – masukan tersebut tentunya dapat menyadarkan pihak hotel bahwa menjaga kualitas produk makanan merupakan poin yang sangat penting bagi kepuasan konsumen.

GAMBAR 2 SCREENSHOT VIDEO DATA PENDUKUNG



Sumber : Platform TikTok.

Berdasarkan video yang beredar di TikTok yang menjadi perbincangan masyarakat mengenai kualitas produk makanan yang belum sesuai dengan standar hotel bintang lima. Video tersebut di *publish* pada 17 Februari 2023 dengan total ditonton sebanyak 3,7 juta orang. Codeblu adalah seorang *content creator* yang biasanya mengunjungi setiap bisnis perhotelan yang bertujuan untuk mengulas bagaimana kualitas perhotelan khususnya di Indonesia. Ia menyebutkan bahwa dari segi makanan pembuka yang dagingnya keras saat dikonsumsi dan minyak yang banyak pada saat produksi sebuah makanan. Dari video tersebut, ia mendapatkan pengalaman yang kurang memuaskan pada saat ia mencoba membeli produk makanan yang kurang berkualitas.

Terkait teori dan fenomena yang terjadi di Androwino Bistro *Restaurant*, fenomena ini menarik minat penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut agar dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pihak industri. Maka judul yang tepat untuk topik penelitian ini yaitu ***“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ANDROWINO BISTRO RESTAURANT”***.

B. Rumusan Masalah

Terkait dari data dan teori yang sudah dikumpulkan, penulis menyusun rumusan masalah yang akan dibahas mengenai fenomena kualitas produk makanan yang berdampak kepada kepuasan konsumen di Androwino Bistro *Restaurant*. Sehingga muncul topik penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk makanan di Androwino Bistro *Restaurant*.

2. Bagaimana kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan :

1. Identifikasi bagaimana kualitas produk makanan di *Androwino Bistro Restaurant*.
2. Identifikasi bagaimana kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.
3. Menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.

D. Manfaat Penelitian

1. Memahami bagaimana kualitas produk makanan di *Androwino Bistro Restaurant*.
2. Mengetahui bagaimana kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen di *Androwino Bistro Restaurant*.