

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era milenium ini persaingan usaha sangatlah tajam, hampir - hampir sangat sulit untuk mempertahankan pelanggan di pasar lokal, nasional maupun global (internasional). Untuk memenangkan persaingan tersebut, maka perusahaan harus mampu menawarkan hasil produknya yang mempunyai keunggulan daya saing yang terus berlanjut dari waktu ke waktu agar umur daur hidup produk menjadi panjang. Keunggulan daya saing atas produk yang dilempar ke pasar dapat diwujudkan jika perusahaan dapat memahami nilai pelanggan (*customer value*) yang dibutuhkan pelanggan, sehingga pelanggan tidak beralih pada pesaing yang lainnya. Nilai pelanggan tersebut terbagi atas empat ringkatan atau hirarki, yaitu : *basic value*, *expected value*, *desired value* dan *unanticipated value* yang mana hirarki yang lebih atas dapat dipenuhi bila hirarki yang dibawahnya dapat dipenuhi. Bila perusahaan sudah menyampaikan nilai pelanggan terbaiknya maka, nilai di tiap hirarki akan mencapai titik optimumnya sehingga masing - masing hirarki akan memenuhi nilai yang sama.

Surabaya sebagai salah satu kota besar di Indonesia, merupakan tempat di mana persaingan kegiatan bisnis berlangsung tidak ada hentinya. Sektor industri pengolahan dan perdagangan yang mencakup juga hotel dan restoran, merupakan kontributor utama kegiatan ekonomi Surabaya yang tergabung dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (www.otoda.or.id). Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya rumah makan, restoran, hingga warung-warung yang bertebaran di seluruh tempat di Surabaya, yang menyajikan makanan atau masakan baik masakan lokal maupun masakan manca negara, yang tentu saja menunjukkan semakin banyaknya investasi yang ditanamkan di sektor ini. Restoran dengan nuansa manca negara pun bisa didapatkan di Surabaya, baik bersifat *franchise* maupun milik perseorangan. Restoran manca negara yang banyak bertebaran antara lain restoran ala Jepang seperti: *Inasuki*, *Hanamasa*; restoran ala Eropa yang menyajikan aneka steak seperti *Boncafe*, *Prosteak*, *The Prime Steak*; ataupun restoran ala Cina seperti Rumah Makan *Jade Imperial*, Rumah Makan *Kwong Bing*, Rumah Makan *Halim* dan lain sebagainya. Semakin

banyaknya pesaing - pesaing yang muncul dikarenakan masing - masing restoran mempunyai *value* atau nilai tersendiri untuk ditawarkan.

Di sisi pelanggan, untuk memenuhi kebutuhan makanan atau hidangan, mereka mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhi dan terutama menikmatinya. Ada kelompok orang dalam memenuhi kebutuhan makannya cenderung memilih rumah makan biasa yang menyajikan menu sehari - hari dengan harga standar layaknya rumah makan pada umumnya. Tetapi ada juga kelompok orang yang dalam memenuhi kebutuhan makan dan minumannya dengan pergi ke rumah makan mewah yang menyajikan hidangan spesial dengan harga yang mahal. Hal ini merupakan kepuasan dan mempunyai nilai (*value*) tersendiri bagi kelompok tersebut. Sebagian orang mungkin *value* yang diterima menyangkut faktor gengsi bahwa dapat makan di rumah makan mewah, penghargaan orang lain terhadap dirinya akan meningkat. Sebagian lagi mempunyai anggapan bahwa makan di tempat mewah, kebersihan dari makanan yang disajikan amat terjamin. Adanya perbedaan pendapat tersebut dapat disebabkan karena tidak semua pelanggan menilai sama terhadap atribut yang sama. Karakteristik pada seorang pelanggan dengan pelanggan lainnya nilainya dapat dilukiskan dari kepentingan atau kebutuhannya (Widji Astuti, 2000:20).

Jade Imperial merupakan rumah makan ala Cina yang berlokasi di jalan Raya Kupang Indah no. 27 Surabaya. Rumah makan *ala carte* dengan kapasitas 26 meja (terdiri atas meja besar dan kecil) tersebut buka pukul 11.00-15.00 dan 16.00-22.00. Jade Imperial dirintis oleh PT. Citrarasa Ninusa yang berdiri pada bulan Oktober tahun 2000. Rumah makan ini mempunyai motto yaitu ; "*Good Taste, Good Service and Good Price*".

Perwujudan dari *Good Taste* adalah dengan menganut konsep memasak *ala mUrutes* yaitu konsep memasak seketika, sesuai dengan menu yang dipesan pelanggan. Selain itu bahan baku yang digunakan seperti *sea food* , daging, sayuran dan bumbu - bumbu adalah bahan - bahan *yang fresh*. Sementara teknik memasaknya, seperti *roasting* (direbus, dikukus, dipanggang atau digoreng) dan *brawling* (direbus dalam kaldu) dilakukan saat itu juga. Motto dari *Good Taste* tersebut bukan saja mempunyai arti citarasa yang lezat dan variatif tetapi juga

tingkat kesegaran dan kebersihan yang amat diperhatikan dan" semua bahan baku yang terkandung dari tiap hidangan yang disajikan.

Good Sen'ice diwujudkan melalui pelayanan yang konsisten dan kerjasama yang terbentuk antara karyawan dengan manager dalam melayani tamu dan didukung juga dengan pengadaan fasilitas tambahan. Fasilitas tambahan yang tersedia antara lain yaitu dengan pengadaan ruang VIP yang dilengkapi karaoke, kartu anggota, suasana elegan dengan iringan musik klasik dan sebagainya. Di sisi lain, pelayanan diwujudkan dengan suasana eksklusif yang didominasi dengan lampu dan juga desain ruangan ala rumah makan di Cina mulai dari pintu masuk hingga meja untuk makan. Begitu pula peralatan makan dan *furniture*nya yang dirancang eksklusif diatur sedemikian rupa sehingga Jade Imperial terkesan sebagai rumah makan sekelas hotel bintang lima.

Good Price di sini dimaksudkan bahwa harga yang dibayarkan oleh pelanggan disesuaikan dengan apa yang diterima pelanggan dilihat dari segi produk yang variatif dan unik dan layanan yang diberikan maupun dari segi *design* ruangan dan kenyamanan yang dirasakan.

Dalam era persaingan bisnis yang makin ketat di bidang usaha makanan, di mana banyak sekali rumah makan yang berlomba untuk memberikan nilai pelanggan terbaik, rumah makan Jade Imperial juga turut serta berusaha memberikan nilai pelanggan yang terbaik bagi pelanggannya. Hal ini ditunjang dengan berjalannya moto perusahaan dengan baik yaitu "*Good Taste, Good Service, Good Price*" yang telah diuraikan di atas serta pemberian berbagai macam fasilitas - fasilitas yang mendukung kenyamanan serta kemudahan dalam proses pembayaran. Fasilitas - fasilitas tersebut diwujudkan dengan adanya suasana yang nyaman, aliran musik yang mengalun dengan lembut, area parkir yang luas, toilet yang bersih dan nyaman.

Dengan adanya fenomena - fenomena yang berkaitan dengan adanya peningkatan persaingan di bidang usaha makanan yang diwujudkan melalui pemberian nilai pelanggan yang terbaik, rumah makan Jade Imperial juga selalu berusaha memahami strategi - strategi dalam meningkatkan *customer value* untuk dapat mempertahankan keberhasilan yang diperoleh hingga kini.

berusaha memahami strategi - strategi dalam meningkatkan *customer value* untuk dapat mempertahankan keberhasilan yang diperoleh hingga kini.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan fenomena yang terjadi mengenai persaingan bisnis dalam bidang makanan dimana banyak sekali rumah makan yang berlomba dalam memberikan nilai pelanggan terbaik, maka dapat diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut

"Bagaimana hirarki nilai yang dirasakan oleh pelanggan rumah makan Jade Imperial?"

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

- a. Menggambarkan pelanggan Jade Imperial dilihat dari aspek demografi yaitu dari segi usia, pekerjaan dan jenis kelamin
- b. Mengidentifikasi mengenai hirarki nilai (*basic value, expected value, desired value dan unanticipated value*) yang dirasakan oleh pelanggan rumah makan Jade Imperial
- c. Mengungkapkan perbedaan tanggapan pelanggan pada tiap - tiap hirarki nilai pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

- a. Untuk menerapkan teori yang didapatkan selama masa studi dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi di dunia usaha
- b. Untuk memenuhi salah satu syarat ualam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Petra.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

- a. Memberikan informasi bagi usaha makanan tersebut mengenai penilaian pelanggan terhadap *value* yang telah diberikan

- b. Dengan informasi yang diperoleh diharapkan dapat meningkatkan strategi untuk lebih memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga diharapkan dapat meningkatkan value yang telah ada ataupun memberikan tambahan pelayanan yang lain untuk menambah value bagi perusahaan

3. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Yang diteliti akan menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya faktor - faktor yang berkaitan dengan peningkatan kualitas usaha rumah makan, sehingga kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan.

1.5. Lingkup Penelitian

- 1. Penelitian dilakukan di Jade Imperial pada saat pemesanan menu
- 2. Mengamati *value* yang diberikan perusahaan mulai dari pra - pembelian memesan makanan kemudian menikmati hingga pasca pembelian
- 3. Penelitian pada pelanggan yang dianggap memiliki kemampuan dalam memahami dan menjawab kuesioner