

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis makanan atau dalam bidang *food and beverages* menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimanapun dan kapanpun masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan (Sugianto dan Sugiharto, 2013). Menurut Sugianto dan Sugiharto (2013) juga menjelaskan bahwa menurut Wiwiek Widyawanti selaku mantan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur, jumlah restoran dan kafe di Surabaya mengalami peningkatan sebesar 15% hingga 20% setiap tahunnya.

Sugianto dan Sugiharto (2013) juga menjelaskan bahwa selain faktor yang menguntungkan dari bisnis makanan, faktor lain juga mendorong pengusaha menggeluti bisnis makanan adalah terjadinya pergeseran pola hidup di masyarakat dimana sudah mulai terbuka dan sudah mulai terbiasa untuk makan di luar rumah, karena selain efisiensi juga dijadikan sarana *refreshing*, baik baik bersama keluarga maupun kerabat. Data di bawah ini menunjukkan beberapa skala restoran di daerah-daerah yang berada di Indonesia. Dalam hal ini peneliti memfokuskan ke daerah Jawa Timur di mana restoran di daerah Jawa Timur khususnya di Surabaya sudah berkembang sangat pesat.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Perdagangan, Hotel dan Restoran Tahun 2010-2014

SEKTOR/SUB SEKTOR	2010	2011	2012	2013	2014
PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN	5.66	8.47	9.04	9.02	8.53
1. Perdagangan	5.98	9.25	9.30	9.77	8.49
2. Hotel	5.07	9.31	8.89	8.42	8.52
3. Restoran	5.02	6.57	8.45	7.37	8.63

Sumber: <https://bps.go.id/index.php/publikasi/4578>

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan usaha restoran dari tahun ke tahun semakin meningkat. Salah satu contoh restoran yang berkembang dengan sangat pesat di Surabaya adalah *Layar Seafood Restaurant*. *Layar Seafood Restaurant* sendiri dulunya merupakan sebuah warung kecil di pinggir jalan yang dikelola oleh Bapak Roni pada tahun 1999. Pada saat itu, rumah makan yang menyediakan *seafood* tergolong jarang, oleh sebab itu banyak orang yang datang ke rumah makan *Layar Seafood* tersebut. Seiring berjalannya waktu, rumah makan *Layar Seafood* semakin digemari oleh banyak orang, sehingga sampai suatu waktu Bapak Roni menjadikan *Layar Seafood* sebuah restoran pertama yang berlokasi di perumahan Villa Bukit Mas di Surabaya Barat. Setelah kesuksesan pada restoran pertamanya, akhirnya *Layar Seafood Restaurant* membuka restoran cabang yang berlokasi di Manyar Kertoarjo dan juga di Jakarta. Namun, pertumbuhan jumlah restoran dan cafe di Surabaya juga turut menunjukkan bahwa tingkat persaingan dalam sektor bisnis tersebut juga semakin ketat. Oleh sebab itu, industri restoran perlu menarik konsumen dengan cara memenuhi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, dengan kata lain kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga kepuasan konsumen adalah peningkatan harapan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan apa yang dirasakan dan diterima oleh konsumen setelah merasakan produk tersebut.

Untuk memastikan konsumen restoran puas, Ryu *et al.*, (2012, p. 201) mengemukakan bahwa makanan dan layanan yang bagus, bersama dengan suasana yang nyaman harus disediakan saat pengalaman makan konsumen. Ha dan Jang, (2012, p. 204) lebih jauh lagi mengemukakan bahwa kualitas makanan dan layanan merupakan hal penting dalam menentukan kepuasan konsumen dan juga perilaku konsumen terhadap restoran kedepannya. Penelitian Countryman dan Jang (2006), Heung dan Gu (2012), Jang dan Namkung (2009) dan Ryu *et al.*,

(2012) juga menekankan efek positif dari suasana makan pada kepuasan dan perilaku konsumen.

Menurut Choy *et al.*, (2012, p. 11), beberapa aspek seperti suasana tempat makan, kualitas makanan dan kualitas jasa berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan dan umur panjang restoran. Faktanya, konsumen mengunjungi restoran untuk menikmati makanan sementara mengalami layanan yang memuaskan (Salem-Mhamdia & Ghadhab, 2012, p. 269). Konsumen makan di luar tidak hanya untuk menikmati makanan; bersama dengan kualitas layanan dan kualitas makanan yang tinggi, suasana makan juga berperan penting dalam keseluruhan pengalaman makan seorang konsumen, yang sebaliknya akan berpengaruh pada konsumen datang kembali dan menjadi pelanggan tetap (Mhlanga 2013, p. 314).

Kualitas produk (makanan) dan harga menurut Lim (2010) merupakan hal terpenting dari pelayanan yang diberikan oleh restoran terhadap konsumennya dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga memainkan sebuah peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari sebuah jasa. Dalam hal ini restoran Layar menentukan harga yang sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan.

Medeiros dan Salay (2013) melakukan penelitian di beberapa restoran dan menemukan atribut yang berpengaruh dan serupa, seperti *food flavor*, *service speed*, *hygiene* dan *convenience*, *price* dan *menu value*. Srivatava (2015) meneliti dan menemukan atribut yang berpengaruh seperti *quality of food*, *taste of food*, *clearliness*, *service of the restaurant*, *comfort*, dan *atmosphere*. Abdullah dan Rozario (2009) menemukan atribut seperti *ambience*, *food quality*, *service quality*, *satisfaction*.

Untuk sekilas melihat kondisi kepuasan konsumen di *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya, peneliti mengambil beberapa komentar tamu dari *TripAdvisor*. Komentar Azleena (2017) mengenai *Layar Seafood Restaurant* adalah kualitas *seafood* yang disediakan *fresh*, banyak pilihan *seafood*, layanan yang diberikan juga cepat. Sedangkan menurut Budi (2017) adalah makanan yang disediakan enak, *fresh* dan juga banyak macam pilihan *seafood*. Kekurangannya adalah harga yang agak sedikit mahal. Komentar dari Monique

(2017) adalah pelayanan yang cepat, namun pelayan masih kurang percaya diri dalam melayani ekspatriat walaupun beberapa dari kami bisa berbicara bahasa Indonesia. Selebihnya makanan yang disajikan enak namun agak sedikit mahal. Mei (2017) merekomendasikan untuk mencoba Kepiting Saus Bawang. Kelemahannya adalah lahan parkir yang kurang dan diperlukan adanya layanan valet. Variasi menu sayuran juga kurang. Menurut Robin (2017), pelayannya sangat ramah, namun tidak terlalu menguasai bahasa Inggris dan juga membutuhkan waktu lama dalam mengantar minuman. Menurut Ambisiasi (2017), Restoran Layar memiliki suasana makan yang enak dan pelayan yang ramah. Makanan yang disediakan juga enak dan segar. Konsumen bisa memilih *seafood* segar di bagian depan restoran. Harga juga sebanding dengan kualitas makanan. Sutandi (2017) merekomendasikan Restoran Layar karena Restoran Layar menyediakan kualitas makanan yang segar dan rasa yang enak. Kelemahannya adalah lahan parkir yang kurang.

Dari fenomena yang didapati dari review konsumen, peneliti mengamati banyaknya atribut-atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri. Dan dengan didukung dari data penelitian-penelitian sebelumnya yang juga mencoba mengklasifikasikan atribut restoran yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, peneliti mencoba melakukan penelitian untuk semakin memperjelas klasifikasi atribut kepuasan terutama oleh konsumen *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti memiliki beberapa pokok masalah yang menjadi bahan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana deskripsi review online dari pengunjung *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya di situs Trip Advisor?
2. Atribut restoran apa saja yang tergolong dalam kategori *Satisfier*, *Dissatisfier* dan *Critical* di *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya?
3. Atribut restoran apa yang menonjol dalam pembentukan kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan peneliti adalah:

1. Untuk mendeskripsi review online dari pengunjung *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya.
2. Untuk mengklasifikasikan atribut ke dalam kategori *Satisfier*, *Dissatisfier*, *Critical*, dan *Neutral* di *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya.
3. Untuk mengetahui atribut yang berpengaruh besar dalam pembentukan kepuasan konsumen *Layar Seafood Restaurant* Manyar Kertoarjo Surabaya.

1.4. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti membatasi penelitian hanya dilaksanakan pada *online review* situs *Trip Advisor*. *TripAdvisor* merupakan situs *review* wisata terbesar di dunia membantu wisatawan mengoptimalkan potensi penuh setiap perjalanan. Dengan lebih dari 500 juta ulasan dan opini tentang pilihan terbanyak di dunia untuk daftar wisata di seluruh dunia (lebih dari 7 juta akomodasi, maskapai penerbangan, objek wisata, dan restoran), tidak hanya itu *TripAdvisor* menyediakan pendapat banyak orang bagi wisatawan untuk membantu *traveller* memutuskan tempat menginap, maskapai penerbangan, hal yang dapat dilakukan di tempat wisata tersebut, dan tempat makan. *TripAdvisor* juga membandingkan harga di lebih dari 200 situs pemesanan hotel agar wisatawan dapat menemukan harga terendah untuk hotel yang tepat bagi konsumen. Situs web *TripAdvisor* tersedia dalam 49 pasar, dan menaungi komunitas wisata terbesar di dunia dengan rata-rata 390 juta pengunjung unik setiap bulannya. (*TripAdvisor*, 2017).

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat adalah:

- a) Untuk Tujuan Akademis :

Menambah wawasan dan ilmu mengenai atribut-atribut restoran yang dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b) Untuk *Layar Seafood Restaurant* :

- a. Memberikan sumbangan pemikiran kepada *Layar Seafood Restaurant* mengenai atribut apa saja yang terkait kepuasan konsumen di *Layar Seafood Restaurant*.
- b. Memberikan masukan kepada *Layar Seafood Restaurant* mengenai klasifikasi atribut kepuasan *Layar Seafood Restaurant*.
- c. Memberi masukan kepada *Layar Seafood Restaurant* mengenai atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kualitasnya.

c) Untuk Peneliti :

Untuk menambah wawasan dan dapat menjadi panduan bagi peneliti dalam membahas tentang kepuasan konsumen dan atribut restoran.