

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era milenial ini penyelenggaraan makanan komersial telah menjamur di berbagai daerah di Indonesia. Telah tumbuh berbagai restoran dari Sabang sampai Merauke dengan ciri khasnya masing-masing, mulai dari restoran masakan khas daerah, lesehan, hingga *caffe* yang banyak digemari masyarakat. Pada Provinsi Jawa Timur perkembangan bisnis restoran telah meningkat dari 2017 hingga 2018 sebanyak 15% karena perilaku masyarakat yang mulai berubah dan cenderung menyukai makanan *ready to eat* (Wahono,2018).

Pemberian kepuasan kepada para konsumen merupakan strategi pertahanan yang paling baik digunakan untuk melawan para pesaing bisnis. Restoran yang berhasil menjaga para konsumennya selalu merasa puas, akan memperoleh keunggulan bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada 1 restoran. Jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar usaha itu akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru (Kotler,2016).

Berdirinya bisnis restoran dari skala kecil seperti jajanan pinggir jalan, pedagang kaki lima dan warung tenda hingga restoran berskala besar seperti KFC, McDonald dan restoran perhotelan juga terjadi di Kota Malang. Kota Malang merupakan salah satu kota besar di Jawa Timur dengan ragam kulinernya seperti Mi dan bakso. Restoran merupakan bisnis yang memadukan penjualan produk berupa barang dan jasa. Barang yaitu makanan dan minuman yang dapat dibeli konsumen, sementara jasa adalah pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen secara maksimal (Sandika,2014). Persaingan dalam bisnis ini cukuplah ketat sehingga untuk dapat bersaing restoran tidak hanya harus menjual produk yang enak namun juga pelayanan yang berkualitas untuk konsumennya. Seseorang yang puas

akan suatu produk, rata-rata akan menceritakannya kepada sepuluh orang lainnya (Kotler.2002)

Pada hasil studi pendahuluan pada tahun 2020 Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang menawarkan berbagai macam kuliner Mi seperti Mi godhok, Mi kocok, dan Mi goreng. Restoran ini telah berdiri sejak 2007 dan telah merintis usahanya selama 12 tahun. Menurut hasil wawancara bersama dengan manager restoran Mi Jogja sempat mengalami penurunan penjualan dikarenakan bersaing dengan restoran mi yang lain, seperti Mi Gacoan dan Mi Kober, restoran tersebut terkenal sejak 2013 hingga sekarang.

Pada tahun 2011 menunjukkan penjualan Mi Jogja Pak Karso Kota Malang cukup tinggi dengan rata-rata penjualan mi perhari 372 porsi, penjualan minimal di hari *weekdays* sebesar 287 porsi dan penjualan maksimal pada hari *weekend* yaitu 578 porsi meskipun bersaing dengan restoran mi lainnya seperti Hot Cui Mi dan Mi Gang Jangkrik. Jika dibandingkan dengan Desember 2019 penjualan Mi Jogja Pak Karso Kota Malang perhari yaitu berkisar 250-300 pada *weekdays* dan 300-350 pada *weekend*. Angka tersebut sangatlah jauh dibawah angka penjualan pada tahun 2011 karena mengalami penurunan penjualan hingga 30% (Widyawati,2012).

Pesaing Mi Jogja Pak Karso Kota Malang saat ini adalah Mi Setan, Mi Kober dan Mi Gacoan dengan karakteristik produk yaitu rasa pedas, harga pada kisaran Rp.10.000- Rp.15.000 meskipun dengan variasi produk mi yang sedikit yaitu mi putih dan mi kecap namun dalam segi harga mi tersebut lebih terjangkau. Berbeda dengan Mi Jogja Pak Karso Kota Malang, restoran ini memiliki karakteristik Mi yang tidak pedas namun menyediakan sambal, harga lebih mahal dibandingkan produk pesaing yaitu 20.000-30.000, dan macam Mi yang bervariasi seperti Mi godhok, Mi kocok, dan Mi goreng. Pada saat ini makanan pedas memang sedang tren. Hal ini dikarenakan makanan pedas cukuplah menantang untuk dicoba dikalangan anak muda. (Anggara.2017)

Berdasarkan hasil studi kasus pendahuluan, pada tahun 2020 selain cita rasa makanan, kualitas pelayanan pelanggan juga merupakan sesuatu yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. Kualitas pelayanan dapat diperbaiki dengan cara membandingkan keluhan pelanggan dengan harapan yang pelanggan inginkan dari restoran. Keluhan pelanggan dari Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang adalah proses penyajian makanan lama (>10

menit), menu yang tidak tersedia atau habis, tempat yang panas pada saat siang hari dan dekorasi tidak menarik, pegawai yang kurang cepat tanggap melayani konsumen, dan kebersihan produk dan restoran yang kurang karena masih ditemukan rambut pada produk dan serangga pada tempat makan. Restoran ingin tetap menjual mi dengan variasi bermacam-macam untuk mempertahankan identitasnya, tidak menurunkan harga jual produk karena dikhawatirkan mengalami kerugian, dan memperbaiki layanan pelanggan yaitu *service dine in* dan higiene sanitasi. Dari ulasan tersebut maka hal yang dapat ditingkatkan dari Restoran Mi Jogja adalah layanan pelanggan yaitu *service dine in* dan higiene sanitasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada penelitian terdahulu oleh Widyawati (2012) telah mengukur pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang di jln. Arjuno Kota Malang) dimana memakai tujuh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk (product), harga (harga), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), bukti fisik (physical evidence), dan proses (procee). Penelitian ini akan menganalisis atribut-atribut kepuasan konsumen yang harus diperbaiki pada variable kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), dan empati (*emphaty*) dari Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang. Untuk menganalisis hal tersebut peneliti akan menggunakan metode IPA (*Important Performance Analysis*) dan CSI (*Costumer Satisfaction Index*).

Selain itu peniliti akan menilai kualitas higiene sanitasi pada Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang menggunakan Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003 sehingga atribut dari higiene sanitasi dapat diketahui lebih *detail* untuk diperbaiki. Pengusaha rumah makan di Indonesia sebagian besar belum mengerti perihal persyaratan hygiene sanitasi yang erat hubungannya dengan kesehatan. Pada umumnya pengusaha rumah makan dalam menyelenggarakan usahanya hanya mementingkan segi komersial saja dan kurang memperhatikan persyaratan peraturan tentang kesehatan atau sanitasi tempat makan sesuai dengan Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003. Maka dari itu sangat penting sekali untuk restoran memenuhi persyaratan Higiene Sanitasi Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003 sehingga kesehatan konsumen dapat terjamin (Nasution,2019).

Berdasarkan data diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen dan Higiene Sanitasi di Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadai evaluasi pada pelayanan konsumen dan higiene sanitasi pada Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang. Selain itu restoran juga dapat mengetahui skor kepuasan konsumen dan grade higiene sanitasi restoran sesuai Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003

B. Rumusan Masalah

Bagaimana analisis kepuasan konsumen dan higiene sanitasi di Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang?

C. Tujuan

1. Tujuan Umum

Menganalisis kepuasan konsumen dan higiene sanitasi di Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang.

2. Tujuan Khusus

- a. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di restoran Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang dengan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.
- b. Menganalisis higiene sanitasi di Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang berdasarkan Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003.

D. Manfaat

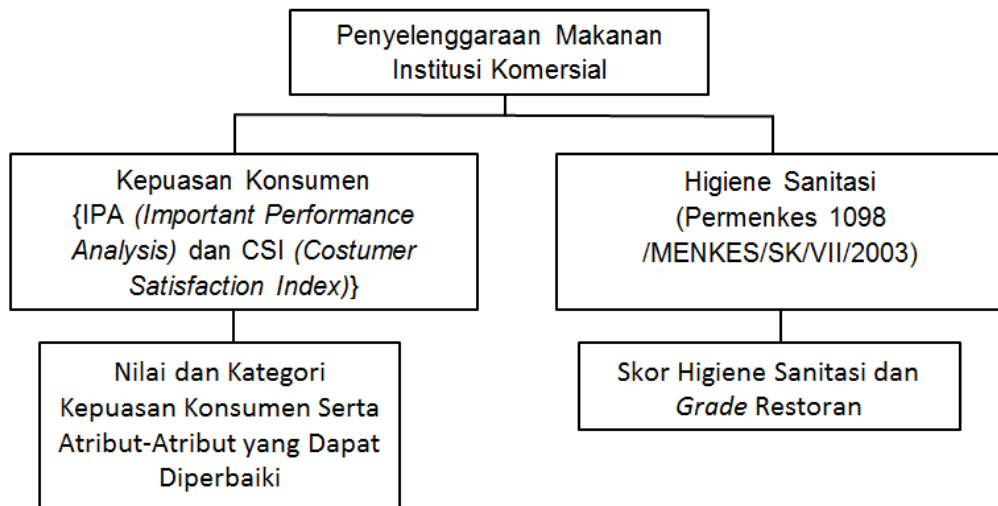
1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan serta penerapan ilmu gizi institusi secara langsung tentang penyelenggaraan makanan komersial terutama pada analisis kepuasan konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan penilaian higiene sanitasi menggunakan Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen bagi Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang.

E. Kerangka Konsep



Pada penyelenggaraan makanan intitusi komersial yaitu Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang, peneliti menilai kepuasan konsumen dengan metode IPA (*Important Performance Analysis*) dan CSI (*Costumer Satisfaction Index*) sehingga dapat memperoleh nilai dan kategori kepuasan konsumen serta atribut-atribut restoran yang dapat diperbaiki. Selain itu peneiliti menilai higiene sanitasi restoran dengan Permenkes 1098/MENKES/SK/VII/2003 sehingga dapat mengetahui skor higiene sanitasi dan *grade* pada Restoran Mi Jogja Pak Karso Kota Malang serta aspek-aspek higiene sanitasi pada restoran yang harus diperbaiki.