

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara terminologis, bisnis merupakan sebuah kegiatan atau usaha. Bisnis dapat pula diartikan sebagai aktivitas terpadu yang meliputi pertukaran barang, jasa atau uang yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan maksud memperoleh manfaat atau keuntungan. Dengan demikian, bisnis merupakan proses sosial yang dilakukan oleh setiap individu atau kelompok melalui proses penciptaan dan pertukaran kebutuhan dan keinginan akan suatu produk tertentu yang memiliki nilai atau memperoleh manfaat atau keuntungan.

Menurut Christian dan Budiarto (2009:5) bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan baik dengan cara berkelompok maupun dengan cara individu dengan tujuan yang memperoleh keuntungan dan memasarkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Madura (2010:2) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut. Kerjasama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari era fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mecapai tujuan bersama.

Menurut Ali dalam Setyanti (2012:256), bisnis kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Namun, bisnis kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil. Karena kuliner telah menjadi kebutuhan penting manusia, maka peluang produk cepat habis dalam waktu yang

cepat sangatlah besar. Terlebih bisnis makanan sehari-hari. Karena hal itulah saat ini banyak muncul usaha-usaha dalam bidang kuliner dengan harapan kuliner tersebut cepat laris manis dalam tempo singkat karena potensi untuk itu besar. Namun kuliner kini bukan hanya untuk sekedar di konsumsi semata tetapi dapat juga digunakan sebagai gaya hidup dan oleh-oleh ciri khas dari suatu daerah.

Seiring dengan perkembangan ekonomi di Indonesia, masyarakat juga mengalami perubahan terutama mengenai sistem penilaian. Masyarakat lebih menuntut kualitas produk yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya. Kualitas produk dapat berpengaruh besar bagi suatu badan usaha. Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna menyakinkan konsumen untuk setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan di mana terdapat delapan dimensi.

Menurut Tjiptono (2012:121), kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu kinerja (*Performance*), daya tahan (*Durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), fitur (*features*), reabilitas (*reability*), estetika (*aesthetics*), kesan kualitas (*perceived quality*), dan kemampuan melayani (*serviceability*).

Melalui kualitas produk maka terciptalah kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan yang menjadi saran utama perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan yang ketat di dunia usaha. Kepuasan pelanggan juga menjadi petunjuk dan pendorong motivasi untuk menciptakan ide kreatif dan inovatif yang dapat mengembangkan masa depan yang gemilang bagi perusahaan.

Resto Sinibe *Food and Drink* adalah suatu bisnis kuliner yang menjual atau menghidangkan berbagai macam kuliner atau masakan dan berbagai jenis minuman. Resto ini sudah banyak dikenal dari berbagai kalangan di Palembang tepatnya, karena makanan yang di sajikan sangat berkualitas dan mempunyai nilai yang tinggi untuk penyajiannya. Resto

ini sangat diminati oleh masyarakat khususnya bagi para remaja, karena lokasinya yang strategis, dan juga tempatnya yang nyaman untuk berkumpul bersama teman atau keluarga, dan menu menu yang disajikan harganya sangat terjangkau dan hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi para remaja khususnya. Dalam satu hari pengunjung yang datang bisa sampai kurang lebih 60 pengunjung, dan bisa di perkirakan dalam satu bulan pengunjung yang datang bisa mencapai kurang lebih 1800 pengunjung.

Berdasarkan uraian-uraian diatas dan mengingat pentingnya kualitas produk, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“ANALISA KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTO SINIBE *FOOD AND DRINK*”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat oleh penulis dari permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Seberapa besar nilai kualitas produk resto sinibe food and drink ?
- b. Faktor apa yang paling mempengaruhi kualitas produk tersebut ?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulisan laporan akhir ini agar terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka penulis membatasi pembahasan hanya kualitas produk di Resto Sinibe *Food and Drink*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukan penelitian ini adalah yang mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di Resto Sinibe *Food and Drink*.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Penulisan laporan ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan untuk penilaian dan pertimbangan bagi Resto Sinibe *Food and Drink* mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan pada mata kuliah perilaku konsumen khususnya mengenai kepuasan produk di Resto Sinibe *Food and Drink*.

3. Bagi Akademis

Sebagai sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu perilaku konsumen, serta menjalankan fungsi-fungsi tri darma perguruan tinggi yang kedua yaitu penelitian dan pengembangan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka ruang lingkup yang akan dijadikan objek adalah resto sinibe *Food and Drink* yang beralamat di Jl. Jaksa Agung R Soeprpto (Simpang PHB).

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi (2012:6), data menurut cara memperolehnya dibagi ke dalam:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau individu langsung dari objeknya. Dalam hal ini penulis akan melakukan pengolahan data dari kuesioner dan wawancara langsung kepada konsumen dan karyawan di Resto Sinibe *Food and Drink*.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Data sekunder pada penelitian ini didapat setelah kuesioner yang diajukan telah selesai diisi oleh para konsumen.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan menggunakan teknik seperti:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231), Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Menurut Setyadin dalam Gunawan (2013:160), Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.

b. Kuesioner

Menurut Kusumah (2011: 78), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner ada dua macam yaitu kuesioner berstruktur atau kuesioner tertutup berisikan pertanyaan yang disertai dengan

pilihan jawaban. Kuesioner terbuka berisi pertanyaan yang tidak disertai dengan jawaban.

Penulis menyebarkan kuesioner kepada konsumen pada resto sinibe *Food and Drink*, dan dari kuesioner ini akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

c. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang ada baik melalui buku-buku, artikel dari internet, dan literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang makan di Sinibe Resto Food and Drink. Jumlah konsumen pada Resto ini dalam satu hari bisa mencapai kurang lebih 60 orang, maka jika di jumlahkan maka ada 1800 orang dalam waktu satu bulan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan cara membagikan kuesioner dalam waktu satu minggu.

Dalam pengambilan sampel ini penulis akan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah Sampel

N = jumlah populasi

E = batas toleransi (error tolerance)

Maka:

$$N = 60 \times 30 = 1800$$

$$n = \frac{1800}{1 + 1800 \times 0.10^2}$$

$$n = \frac{1800}{1 + 18}$$

$$n = \frac{1800}{19}$$

$$n = 95 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebesar 95 sampel.

1.6 Analisa Data

1.6.1 Data Kualitatif

Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Menurut Sugiyono (2015: 13) data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar. Data kualitatif penelitian ini merupakan nama dan objek penelitian.

1.6.2 Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Metode analisis ini menggunakan presentase karena metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden dengan menggunakan rumus interpretasi skor. Berdasarkan dari pendapat Kuncono dalam Destiana (2011:9), dimana rumusnya adalah:

$$\text{Presentase Jawaban} = \frac{\sum X}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum X$ = Jumlah jawaban responden

n = Jumlah responden

Selanjutnya, yang akan dicari adalah indeks kinerja atau pencapaian pelanggan yang penilaiannya dapat dicari dengan rumus. Menurut Riduwan (2010:41), rumus yang digunakan untuk presentase ialah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Jawaban} = \frac{\text{Total Skor yang didapat}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Skor yang didapatkan = Jawaban Responden x Bobot
Nilai (1 sampai 5)

Skor Maksimal = Sampel (Jumlah Responden) x 5
(Skala nilai tertinggi)

Setelah menemukan presentase, maka kita dapat menggolongkan presentase tersebut ke dalam Kriteria Interpretasi Skor item sebagai berikut (Ridwan, 2010:41) yaitu:

Tabel 1.1
Indeks Interpretasi Skor

No.	Persentase Angka	Penilaian
1.	0%-20%	Sangat Lemah
2.	21%-40%	Lemah
3.	41%-60%	Cukup
4.	61%-80%	Kuat
5.	81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Ridwan, 2010:41

1.6.3 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017: 93), yang dimaksud dengan skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk check list. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberikan skor:

Tabel 1.2
Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Ridwan, 2003:39

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

Metode analisis ini menggunakan presentase karena metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden dengan menggunakan rumus interpretasi skor.