ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP RESTORAN KUBANG HAYUDA M. YAMIN PADANG

SKRIPSI

Oleh :

NUR FADHILAH RAHMY JASRIL
04 164 038

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
2008

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP RESTORAN KUBANG HAYUDA M. YAMIN PADANG

Nur Fadhilah Rahmy Jasril, Dibawah Bimbingan
Nurhayati, S.Pt, MM dan Ir. Andri, MS
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang 2008

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang, dari aspek Dimensi kualitas pelayanan dan Dimensi kualitas produk yang dinilai dari *tangibles* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsivenes* (ketanggapan), *assurance* (kepastian/layanan), *emphaty* (perhatian), *serviceability* (servis/layanan), *features* (pelengkap) dengan membandingkan penilaian dan harapan dan untuk mengetahui faktor-faktor manakah yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang dari tanggal 1 Mei sampai 1 Juni 2008.

Metode yang digunakan adalah metode survei dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan serta melakukan wawancara. Populasi adalah semua konsumen/pelanggan yang berada di Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang. Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan yaitu faktor kebersihan dan kerapian restoran dan karyawan adalah sebesar 100,00 %, berarti pelanggan telah merasa puas dengan faktor ini. Dalam hal ketepatan jangka waktu penyerahan order sebesar 100,73 %, dalam hal tingkat pelayanan yang sama dari waktu sebesar 103,28 %, dalam hal ketepatan jumlah/volume produk sebesar 102,72 % berarti pelanggan telah merasa puas dengan faktor ini. Dalam hal kualitas produk yaitu kecepatan dalam proses pemesanan produk dari karyawan ke pelanggan sebesar 100,65 %, dalam hal kelengkapan alat makan sebesar 104,57 % berarti pelanggan telah merasa amat puas dengan faktor ini.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan yang paling tinggi adalah tingkat pelayanan yan g sama dari waktu kewaktu tidak berubah-ubah secara mencolok tiap kali pelayanan diberikan yaitu sebesar 103,28 % dan dalam hal kualitas produk yang paling tinggi adalah kelengkapan alat makan yaitu sebesar 104,57 %.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk

I.PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan usaha pertanian di Indonesia tidak hanya terfokus pada pengembangan usaha sub sistem budidaya (On Farm) saja tetapi dapat dilihat dari berbagai Off Farm yaitu sub sistem hulu, hilir dan penunjang. Dari sub sistem yang ada ini, Off Farm lah yang paling banyak menguntungkan (memberi peluang) bagi perkembangan usaha pada perunggasan, terutama pada sub sistem hilir. Menurut Austin (1981), Off Farm atau yang dikenal dengan agroindustri adalah usaha yang mengolah bahan baku hasil pertanian/peternakan menjadi berbagai produk yang dibutuhkan konsumen. Bisnis restoran yang menyediakan produk peternakan sebagai bahan olahan utama dan siap untuk dimakan semakin hari semakin berkembang seperti usaha restoran cepat saji (*Fast Food*) yang menyajikan daging berlapis tepung, bumbu dan telur serta berkuah (Martabak Kubang Hayuda Padang). Martabak kubang adalah makanan sejenis dadar/omelet/crepes yang terdiri dari kulit dan isi. Kulit terbuat dari bahan utama tepung dan isinya adalah daging yang telah dibumbui rempah seperti bumbu rendang dan telur.

Kota Padang yang padat penduduk, menjadi pasar potensial bagi perkembangan usaha restoran cepat saji (*fast food*) dilihat dari peningkatan jumlah penduduk ditunjang dengan pendapatan perkapita (BPS 2007), sebagian besar masyarakat hidup diperkotaan. Pola hidup masyarakat ini cenderung semakin dinamis, hal ini ditandai dengan makin banyaknya aktivitas yang dilakukan di luar rumah. Kecenderungan ini terbukti kuat pada kota-kota besar, sehingga kehidupan itu tidak hanya ramai pada siang hari tetapi juga pada malam hari. Semakin

banyaknya aktivitas di luar rumah yang dilakukan semakin besar kemungkinan untuk melakukan konsumsi di luar rumah yang mengisyaratkan kecepatan dan kepraktisan mengkonsumsinya. Keadaan tersebut menyebabkan tingginya permintaan masyarakat terhadap jasa penyediaan makanan yang bisa siap untuk dimakan. Selain itu, restoran cepat saji merupakan salah satu alternatif tempat beristirahat, melepaskan dahaga dan haus di waktu senggang. Ini berdampak pada persaingan diantara perusahaan cepat saji. Setiap perusahaan yang ditekuni, banyak menghadapi rintangan dan hambatan yang ditemui. Di pasaran terlihat beberapa jenis restoran seperti KFC, Pizza Hut, Mc Donal's, Wong Solo dan lain-lain.

Restoran Kubang Hayuda merupakan salah satu pilihan bagi masyarakat khususnya kota Padang, terbukti sampai sekarang salah satu usaha makanan/minuman yang tetap eksis di Sumatera Barat. Restoran yang menyediakan menu martabak kubang banyak muncul di kota Padang, yang pada umumnya dikelola oleh warga yang berasal dari daerah kubang Kabupaten Limapuluh Kota Payakumbuh. Dengan makin banyaknya usaha-usaha sejenis maka akan membuat persaingan makin ketat, baik antara produk sejenis maupun dengan yang lainnya.

Namun bila tidak mampu menghadapi persaingan akan segera tersisih. Oleh karena itu, setiap perusahaan berupaya merebut setiap konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkannya. Kondisi seperti ini yang harus dipertahankan oleh pemimpin perusahaan. Dimana seorang pemimpin harus mampu membuat strategi untuk memenangkan persaingan terutama dalam hal

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Tingkat kepuasan pelanggan Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang dalam hal :
   a. Tangibles (berwujud), pelanggan merasa sudah puas dengan peralatan dan fasilitas yang digunakan serta penampilan pekerja karena indikator penilaiannya lebih besar dari yang mereka harapkan jadi dengan kata lain faktor ini harus dipertahankan oleh perusahaan.
   b. Reliability (kehandalan), pelanggan merasa sudah puas dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan handal.
   c. Responsiveness (ketanggapan), dalam hal ini karyawan memberikan pelayanan dengan baik pada pelanggan, maka pelanggan sudah merasa puas.
   d. Assurance (kepastian/jaminan), pelanggan merasa sudah puas dengan keramahan dan kesopanan yang diberikan pihak perusahaan.
   e. Emphaty (perhatian), pelanggan merasa tidak puas dengan perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan karena penilaiannya kecil dari yang mereka harapkan jadi dengan kata lain faktor ini harus diperhatikan lagi oleh perusahaan.

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

f. Serviceability (servis/layanan), pelanggan merasa sudah puas dengan faktor ini.

g. Features (pelengkap), pelanggan merasa sudah puas dengan faktor ini.

II. Dari 12 faktor hasil penelitian ternyata 10 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Restoran Kubang Hayuda M. Yamin Padang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis mengemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu :

1. Perlu adanya inovasi produk baik dalam bentuk maupun cara penyajian dan meningkatkan kehiegenisan proses pembuatan produk.
2. Perlu adanya database pelanggan dan karyawan lebih mengetahui berapa jumlah pelanggan yang datang setiap harinya.
3. Karyawan lebih memperhatikan lagi dalam melayani pelanggan dan jangan menyepelekan atau membiarkan pelanggan sehingga pelanggan benar-benar merasa diperhatikan serta tidak merasa canggung bila berbelanja di Restoran Kubang Hayuda.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, R. 2004. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Granit, Jakarta.

Assauri, S. 1992. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Prenhallindo,

Austin, J. E. 1981. Agroindustrial Project Analysis. Baltimore and London: The John Hopkins Univ. Press.

Downey, W. D Dan S. P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.

Ervina, Y. 2001. Tingkat kepauasan konsumen terhadap pelayanan jasa paket pos pada PT. Pos Indonesia (persero) Kota Padang. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial.

Fitria, B. 2007. Formulasi strategi pemasaran martabak kubang (kasus kubang hayuda pasar raya padang). Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Andalas.

Gaspers, V. 1997. Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

Gumbira-Sa'id, E. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Irawan, H. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT. Elax Media Komputindo Gramedia, Jakarta.

Kasryno, F. 1984. Kerangka Analisa Ekonomi Masalah Pedesaan Dalam Prospek Pembangunan Ekonomi Pedesaan Indonesia. Yayasan Obor, Jakarta.

Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Terjemahan oleh Hendra Agus dan Rhony A, Rusli, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.

Moenir, H.A.S. 1992. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Bumi Aksara, Jakarta.

Mursid, M. 2003. Manajemen Pemasaran. Bumi Aksara, Jakarta.

Santi, E. 2003. Tanggapan pelanggan terhadap *customer value package* pada Kentucky fried chicken ambacang padang. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Bung Hatta, Padang.

Simamora, B. 2004. Panduan Riset Prilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.

Singarimbun, M Dan Sofian, E. 1995. Metode Penelitian Survai. LP3ES, Jakarta.