

KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN OYA SUSHI SURABAYA DI MASA PANDEMI COVID-19

Yulita Diana

Universitas Widya Kartika
Jl. Sutorejo Selatan Gang 1 No 10
Email: yulitasamarurok@gmail.com

Abstrak

Survei ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen di masa pandemi (New Normal), khususnya di Oya Sushi Restaurant Surabaya. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan rekomendasi. Metode survei yang digunakan dalam survei ini adalah survei kualitatif dengan sasaran restoran sushi Otani Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probabilistic sampling dengan teknik pengambilan sampel yang disederhanakan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan 10 narasumber.

Hasil survey menunjukkan bahwa selama masa pandemi Covid-19, seluruh informan mengatakan kualitas pelayanan Oya Sushi Restaurant Surabaya terbilang baik, dengan rata-rata respon kepuasan pelanggan cukup memuaskan.

Kata Kunci : Usaha kuliner, pandemi covid-19, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

Abstract

This survey aims to analyze consumer satisfaction during the pandemic (New Normal), especially at Oya Sushi Restaurant Surabaya. The variables in this study are service quality, customer satisfaction, and recommendations. The survey method used in this survey is a qualitative survey with the target of sushi restaurant Otani Surabaya. The sampling method used is non-probabilistic sampling with a simplified sampling technique. Data collection techniques using interview techniques with 10 sources.

The survey results show that during the Covid-19 pandemic, all informants said the service quality of Oya Sushi Restaurant Surabaya was fairly good, with an average customer satisfaction response that was quite satisfactory.

Keywords: Culinary business, covid-19 pandemic, service quality, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Kuliner adalah usaha yang relatif poly diminati sang pelaku usaha pada Indonesia lantaran usaha ini relatif gampang buat menarik konsumen menggunakan aneka macam cara, contohnya berdasarkan segi promosi, keunikan, dan penempatan.

Bisnis masakan pula bisa dikatakan berkembang relatif pesat, hal ini ditandai menggunakan berdirinya aneka macam jenis tempat tinggal makan, poly faktor yg menghipnotis hal ini, antara lain yaitu situasi ekonomi indonesia yg mulai membaik sudah mendorong orang buat memulai poly bisnis baru. Perkembangan usaha tadi selain lantaran faktor taraf kesejahteraan, terkait menggunakan konduite konsumen yg senang makan diluar tempat tinggal dan ditambah lagi menggunakan kemajuan teknologi dimana seluruh orang senang memesan melalui aplikasi. Tempat masakan waktu ini hanya dipakai buat memenuhi kebutuhan primer yaitu makan & minum, tetapi dipakai pula menjadi lokasi refreshing misalnya berkumpul menggunakan sahabat, program keluarga, rendezvous menggunakan rekan usaha, bersosialisasi, bertukar pikiran, program khas menggunakan sahabat atau pacar.

Sehingga mampu dikatakan norma makan diluar tempat tinggal telah sebagai bagian yg nir terpisahkan berdasarkan warga terbaru yg mempunyai fungsi yg sangat luas

Berdasarkan data jumlah pertumbuhan restoran Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur menunjukkan pertumbuhan restoran di Jawa Timur, dan juga tepatnya di Surabaya pada tahun 2014 hingga 2017. Data menunjukkan bahwa pertumbuhan restoran, khususnya di Surabaya, meningkat signifikan dari tahun ke tahun, membuat persaingan bisnis di sektor restoran menjadi sangat ketat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang menyasar konsumen agar para pelaku usaha dapat saling bersaing.

Dunia berada di bawah tekanan pandemi Covid-19, salah satunya Indonesia, negara terpadat keempat di dunia, kemungkinan dapat terkena dampak parah dalam jangka panjang. Tiga perubahan paling umum adalah tetap di rumah, sering mencuci tangan, dan mempraktikkan jarak sosial. Beberapa kegiatan untuk mencegah penyebaran virus, seperti berjemur, rutin dilakukan di rumah dan juga oleh beberapa individu dan instansi pemerintah. Mengamati perkembangan persaingan bisnis di Indonesia Ini merupakan fenomena yang sangat menarik bagi kita. Di saat seperti ini , apalagi dengan adanya pandemi Covid 19, restoran menjadi semakin kompetitif.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian Restoran Oya Sushi Surabaya yang merupakan salah satu restoran makanan di Indonesia khususnya di Surabaya. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan pada industri makanan di Oya Sushi Restaurant Surabaya. Seiring meningkatnya persaingan di Indonesia, begitu pula tantangan bagi induk sushi untuk menguasai pasar. Kompetisi ini memungkinkan Oya Sushi Restaurant Surabaya untuk secara bertahap meningkatkan strategi kualitas layanan yang efektif dan memahami motivasi manajemen untuk menjaga kepuasan layanan pelanggan Oya Sushi.

Penelitian ini berfokus untuk mengkaji apakah kualitas pelayanan dan kualitas makanan pada masa pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan niat beli ulang pada Oya Sushi Restaurant, Surabaya. Perilaku Konsumen Di Masa Pandemi COVID-19 B. Memilih makanan dan minuman yang higienis dan sehat karena masyarakat saat ini lebih mengutamakan kesehatan fisik. Akibatnya, konsumen lebih memilih untuk membeli makanan dan minuman untuk menjaga kesehatan dan mencegah penyakit. Dampak dari Covid-19 adalah semuanya berbeda dari sebelumnya dan kita harus terbiasa dengan semua perubahan ini. Terutama dalam menyikapi perubahan konsumsi dan perilaku konsumen terhadap pangan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa di Oya Sushi Surabaya. Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Tidak semua anggota populasi dicatat dalam penelitian ini, hanya sebagian dari populasi.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan non-probabilistic sampling dengan teknik convenience sampling. Karena hanya mereka yang menggunakan jasa H. Oya Sushi Surabaya yang diikutsertakan dalam sampel survei, sampel dengan odds atau peluang yang tidak sama untuk setiap item atau anggota populasi dipilih sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara, dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti akan menjabarkan respon dan jawaban dari narasumber terkait dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terhadap narasumber. Adapun respon dari pertanyaan yang sudah diberikan kepada narasumber akan disampaikan pada Alinea-alinea berikut :

a.) Perasaan Narasumber terhadap pelayanan Oya Sushi

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada narasumber, didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dari Oya Sushi Surabaya sangat baik. Peneliti telah merangkum seluruh alasan mengapa mereka mengatakan bahwa kualitas pelayanan sangat baik, yaitu karena saat datang, pelanggan mendapatkan sambutan hangat dari pegawai Oya Sushi dan menanyakan ingin duduk dimana, setelah memilih tempat duduk, pelanggan dipersilakan duduk dan disuguhkan menu untuk memesan. Makanan dan minuman yang sudah dipesan tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu pesanan tersebut datang, sehingga dapat dikatakan bahwa penyajian Oya Sushi sangat cepat dan responsif.

b.) Pendapat Konsumen mengenai Harga

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada narasumber oleh peneliti mengenai harga produk dari Oya Sushi rata-rata menjawab relatif murah dan cukup terjangkau. Alasan mereka mengatakan produk dari Oya Sushi sangat murah dikarenakan untuk makanan kelas khas Jepang yang rata-rata pada tempat lain umumnya merogoh gocek yang cukup banyak. Namun menurut narasumber, pada restoran Oya Sushi mempunyai harga yang relatif murah dengan kualitas yang hampir sekelas dengan makanan khas Jepang di tempat lain. Dapat disimpulkan restoran Oya Sushi Surabaya mampu bersaing dengan tempat makanan lainnya dengan harga yang cukup terjangkau.

c.) Kualitas Higienitas Oya Sushi Surabaya

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan berikutnya yaitu mengenai kualitas higienitas Restoran Oya Sushi Surabaya dimana rata-rata jawaban dari narasumber adalah sangat bersih dan terjaga. Alasan mereka menjawab demikian karena tempatnya yang minim kotoran, bahkan hampir tidak terlihat adanya kotoran, dan juga para karyawannya yang mematuhi protokol kesehatan mulai dari mengenakan tutup kepala, masker hingga sarung tangan. Selain itu terdapat jawaban mengenai kebersihan ketika mengantar dan selesai konsumen datang, meja selalu tampak bersih.

d) Kepuasan Konsumen Oya Sushi Surabaya

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan peneliti kepada narasumber, rata-rata dari mereka menjawab sangat puas berkunjung ke Restoran Oya Sushi Surabaya. Adapun berbagai alasan mengapa mereka merasa puas, diantaranya yaitu karena beberapa dari mereka memberikan alasan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Oya Sushi Surabaya sangat baik menjadi poin utama kepuasan para konsumen, sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai kualitas pelayanan Oya Sushi Surabaya berdasarkan jawaban narasumber.

e) Saran Konsumen Terhadap Oya Sushi Surabaya

Saran dari narasumber sebagai konsumen Restoran Oya Sushi Surabaya yaitu dari segi kurangnya informasi mengenai Restoran Oya Sushi Surabaya, sehingga konsumen menyarankan untuk meningkatkan strategi pemasarannya dengan cara promosi yang dapat memberikan orang-orang informasi mengenai produk ataupun Restoran Oya Sushi itu sendiri sehingga dapat menarik pelanggan berdatangan. Selanjutnya tidak luput dari adanya pandemi Covid-19, kebersihan dan higienitas juga perlu tetap terjaga dan diperhatikan. Terakhir, metode pembayaran perlu dilengkapi lagi, meskipun bagi konsumen lainnya menyatakan bahwa Restoran Oya Sushi Surabaya sudah memiliki metode pembayaran yang cukup lengkap dan bervariasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dari 10 sumber, semua orang mengatakan kualitas pelayanan di Oya Sushi Restaurant Surabaya cukup baik selama masa pandemi Covid-19, dengan rata-rata respon kepuasan konsumen cukup baik. Alasan utama konsumen merasa puas karena mereka mendapatkan pelayanan yang cukup baik, yang artinya kedua variabel ini sangat berhubungan, dimana konsumen merasa puas apabila kualitas pelayanannya baik. Disamping hal tersebut, terdapat beberapa hal juga yang menunjang kepuasan dari konsumen, yaitu seperti dari segi kebersihan dan higienitas yang saat ini sangat diperhatikan karena adanya pandemi covid-19. Harganya yang terjangkau dengan mutu produk yang memuaskan dan cara pembayaran yang cukup lengkap dan maju, meskipun bagi salah satu narasumber ada beberapa cara pembayaran yang tidak tersedia di zaman bervariasinya cara pembayaran instan. Kemudian saran dari narasumber sebagai konsumen Restoran Oya Sushi yaitu strategi pemasarannya ataupun cara promosi produk, dimana sumber informasi produk disebar dan didapatkan oleh orang-orang yang dapat memungkinkan menarik pelanggan atau konsumen berdatangan.

SARAN

Berdasarkan tanggapan narasumber mengenai pertanyaan mengenai Restoran Oya Sushi Surabaya, maka saran untuk Restoran Oya Sushi Surabaya yaitu sebagai berikut dibawah :

- a) Agar kedepannya Restoran Oya Sushi Surabaya tetap menjaga kualitas pelayanannya bahkan jika memungkinkan bisa ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya.
- b) Agar kedepannya Restoran Oya Sushi Surabaya mempertahankan higienitas dan kebersihan Restoran Oya Sushi Surabaya dimana hal ini sangat diperhatikan dengan adanya pandemi covid-19.
- c) Agar kedepannya Restoran Oya Sushi Surabaya menjaga mutu produk dengan harga yang relatif tetap terjangkau.
- d) Agar kedepannya Restoran Oya Sushi Surabaya menambahkan metode pembayaran instan yang kurang supaya memudahkan konsumen dalam pembayaran.
- e) Dan yang terakhir yaitu agar kedepannya Restoran Oya Sushi Surabaya melakukan promosi pada orang-orang untuk memberikan informasi dan menarik pelanggan.

Mengingat masih banyak yang perlu diteliti lebih lanjut, harapan untuk peneliti selanjutnya melakukan penelitian mengenai produk seperti apa dan perilaku pelayanan bagaimana yang diharapkan oleh konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *J Visioner Strateg*. 2018;7(2).
- BPS Provinsi Jawa Timur [Internet]. [cited 2021 Dec 30]. Available from: <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/14/1896/jumlah-rumah-makan-restoran-di-provinsi-jawa-timur-menurut-kabupaten-kota-2014-2017.html>
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian, Teori Metodologi Penelitian*. 2016;107.
- Fauziatunisa H, Nuryanti BL, Masharyono M. Analisis Kemampuan Kerja, Coaching Dan Kinerja Karyawan: Studi Kasus Pada Karyawan Pt Sari Ater Hotel Dan Resort Subang. *J Bus Manag Educ*. 2018;3(3):56–66.
- Febrianto R, Studi P, Administrasi I, Ilmu F, Dan S, Politik I, et al. Covid-19 Di Siantar Hotel. 2021;