



## **Hubungan Persepsi dan Kepuasan Konsumen dengan Daya Saing Rumah Makan Babi Guling di Kabupaten Gianyar**

Hestiani P.T, I. N. Suparta, dan K. Budaarsa

PS Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana, Jl. P.B. Sudirman, Denpasar

E-mail: [tiahestiani@gmail.com](mailto:tiahestiani@gmail.com). Telephone: 081 225 350 361

### **ABSTRAK**

Bali terkenal dengan banyak jenis makanan tradisional, salah satu yang terkenal adalah babi guling. Sejak jaman dahulu babi guling digunakan sebagai salah satu sarana upacara keagamaan. Seiring berkembangnya jaman dan peningkatan jumlah penduduk bukan hanya untuk upacara tetapi sudah banyak babi guling yang dikonsumsi masyarakat. Kecamatan Gianyar dan Ubud sebagai salah satu mobilitas dan daerah pariwisata yang berkembang pesat, tampaknya memberi peluang untuk berkembangnya usaha rumah makan khususnya babi guling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi dan kepuasan konsumen terhadap daya saing rumah makan babi guling di Kabupaten Gianyar. Penelitian ini dilaksanakan selama 12 minggu di Rumah Makan Babi Guling di Kabupaten Gianyar. Pemilihan lokasi penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling* dan penentuan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Responden dari penelitian ini sebanyak 80 konsumen yang mengkonsumsi babi guling. Variabel yang diamati adalah persepsi konsumen, kepuasan konsumen dan daya saing rumah makan babi guling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata 75,73%. Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata 76,27%. Daya saing rumah makan babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata 68,52%. Hubungan antara persepsi konsumen terhadap daya saing rumah makan babi guling adalah sangat nyata ( $P < 0,01$ ) dan hubungan antara kepuasan konsumen terhadap daya saing rumah makan babi guling adalah nyata ( $P < 0,05$ ). Dari hasil penelitian maka dapat disarankan agar produsen memahami mengenai standar kebutuhan konsumen sehingga rumah makan dapat menyajikan produk yang sesuai atau melebihi kebutuhan konsumen.

*Kata kunci: Persepsi, kepuasan, daya saing, babi guling*

## **The Relationship of Perception and Customer Satisfaction with Competitiveness of Suckling Pig Restaurant in Gianyar Regency**

### **ABSTRACT**

Bali is famous for many types of traditional food, one of which is famous is suckling pig. Since ancient times suckling pig has been used as a means of religious ceremonies. A long with the development of the era and the increase in the number of population not only for ceremonies but many suckling pig that have been consumed by the public. Gianyar and Ubud Subdistricts as one of the mobility and tourism areas that are growing rapidly, seems to provide opportunities for the development of restaurant businesses, especially suckling pig. The purpose of this study is to find out about the relation, preception and satisfication of

customer to competitiveness of suckling pig restaurant in Gianyar Regency. This study conducted for 12 weeks at suckling pig restaurant in Gianyar Regency. Election of location determined Purposive method and election of sampling used Accidental Sampling method. Respondents of this study as many as 80 respondents who consumed suckling pig. Variables observed are perception, satisfaction, and competitiveness of suckling pig restaurant. The result of this study showed perception of customer to suckling pig culinary is in high category with 75.73% average. Satisfaction of customer to suckling pig culinary is in high category with 76.27% average. Competitiveness of suckling pig restaurant is in high category with 68.52 % average. Relation between perception to competitiveness of suckling pig restaurant has obvious significant ( $P < 0,01$ ). Relation between satisfaction to competitiveness suckling pig restaurant has significant ( $P < 0,05$ ). According to the result of this study could be recommended, producers have to understand the standards of consumer needs so that restaurants can provide products that match or exceed consumer needs.

*Keyword: Perception, satisfaction, competitiveness, suckling pig*

## PENDAHULUAN

Peternakan babi di Bali sampai saat ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang ekonomi masyarakat, khususnya di pedesaan. Sekitar 80% rumah tangga di pedesaan memelihara ternak babi yang jumlahnya antara 1-3 ekor. Walaupun bersifat sampingan, namun babi terbukti menjadi salah satu sumber pendapatan yang sangat diandalkan bagi keluarga. Pemeliharaan ternak babi sangat membantu menstabilkan ekonomi masyarakat, terutama saat-saat keperluan dana mendadak dalam jumlah yang cukup banyak. Ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2016), populasi ternak babi yang ada di Provinsi Bali adalah 803. 517 ekor.

Seiring berkembangnya jaman dan peningkatan jumlah penduduk bukan hanya untuk upacara keagamaan tetapi sudah banyak rumah makan dan kedai yang berbasis daging babi, sehingga dapat dilihat dari segi ekonomi ternak babi sangat menguntungkan (Budaarsa, 2012). Babi guling adalah salah satu kuliner yang menjadi primadona bali yang sangat diminati. Selain cita rasa yang dimiliki proses pembuatan babi guling juga menarik yaitu menggunakan babi utuh yang didalam perutnya sudah dimasukan bumbu- bumbu khas bali kemudian babi ditusuk dengan bambu dan diguling- guling diatas bara api dengan waktu yang cukup lama hingga babi utuh tersebut matang dengan merata.

Menurut Budaarsa (2012), di Provinsi Bali terdapat 207 rumah makan babi guling. Jumlah babi guling yang terjual setiap hari sangat bervariasi, antara 0,33 ekor sampai 3 ekor/hari. Angka 0,33 tersebut diperoleh pada rumah makan yang kecil dan kurang laris. Rumah makan babi guling adalah rumah makan yang menyajikan babi guling sebagai menu

utama yang terdiri dari lemak babi, kulit, sosis babi (*urutan*) dan gorengan organ dalam tubuh yang kemudian dituangi bumbu di atasnya serta lengkap dengan nasi, *lawar* babi, dan atau sayur nangka muda (Gunung dalam Indraguna, 2011).

Jumlah rumah makan babi guling yang ditemukan di Kabupaten Gianyar yaitu 26 dengan babi guling yang terjual sebanyak 34 ekor/hari. Gianyar sebagai salah satu mobilitas dan pariwisata yang berkembang pesat, tampaknya memberi peluang untuk berkembangnya usaha rumah makan babi guling (Budaarsa, 2012). Harus diakui, salah satu kelemahan penjual dan hal tersebut menjadi persoalan konsumen babi guling di Bali adalah pelayanan yang kurang prima, kurang ramah terhadap konsumen, kebersihan warung yang tidak terjaga, kurang cepat melayani konsumen.

Suatu usaha dikatakan berhasil apabila tujuan yang dimiliki telah tercapai dan mampu mendatangkan hasil. Dalam usaha rumah makan, kepuasan konsumen dan keberhasilan memperoleh maupun mempertahankan konsumen menjadi salah satu tujuan yang harus dimiliki. Pada dasarnya setiap rumah makan memiliki cara sendiri untuk memperoleh dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan Persepsi dan Kepuasan Konsumen dengan Daya Saing Rumah Makan Babi Guling di Kabupaten Gianyar” untuk mengetahui lebih lanjut daya saing rumah makan babi guling yang dipengaruhi oleh persepsi dan kepuasan konsumen.

## **MATERI DAN METODE**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Babi Guling, Kecamatan Ubud dan Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *Purposive*.

### **Penentuan Sampel Penelitian**

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu hal tersebut yang dikatakan oleh Sugiyono (2002). Responden dalam penelitian ini ditentukan dengan cara *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001). Dalam penelitian ini responden diperoleh dari konsumen yang datang ke warung babi guling sebagai lokasi penelitian dengan jumlah 80 responden dari empat rumah makan babi guling yang telah ditentukan.

## **Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data dalam penelitian ini yaitu konsumen babi guling, sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi terkait.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode: (1) Metode observasi yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi rumah makan babi guling untuk melihat dan mengamati agar memperoleh informasi dan mengetahui kondisi dari objek penelitian untuk memperoleh hasil yang jelas. (2) Metode wawancara dilakukan kepada konsumen yang mengkonsumsi babi guling dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan informan. Metode wawancara dibantu dengan kuisisioner. (3) Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengambil data sekunder dari catatan, buku dan instansi yang terkait untuk digunakan dalam penelitian ini.

## **Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: persepsi konsumen, kepuasan konsumen dan daya saing rumah makan babi guling yang terdiri atas beberapa indikator dan parameter.

## **Analisis Data**

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk menguji hipotesis 1 dan 2. Untuk mengukur semua indikator dari variabel digunakan skala jenjang lima (1,2,3,4, dan 5). Untuk memudahkan pembahasan hasil dalam penelitian ini, hasil akhir diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Untuk pernyataan positif, respon selalu dan sangat baik diberi skor 5, sedangkan respon tidak pernah dan buruk diberi skor 1. Demikian juga sebaliknya, untuk pernyataan negatif, respon tidak pernah dan buruk diberi skor 5, sedangkan respon selalu dan sangat baik diberi skor 1 (Singarimbun dan Effendi, 2006).

Perolehan total skor (nilai) disajikan dalam bentuk persen (%) yang didasarkan atas skor maksimum ideal (Singarimbun dan Effendi, 2006), dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{X}{SMI} \times 100\%$$

Keterangan :

X = perolehan skor  
SMI = skor maksimum ideal

Penentuan kategori variabel dilakukan berdasarkan skor yang dicapai oleh responden dengan menggunakan rumus "interval class" yaitu membagi selisih nilai tertinggi dan terendah dengan banyaknya kategori (Dajan, 1986). Dengan menggunakan rumus interval kelas tersebut maka dapat diketahui nilai kategori untuk setiap variabel, dengan rumus:

$$i = \frac{\text{jarak kelas}}{\text{jumlah kelas}}$$

Keterangan:

- i = interval kelas.
- jarak kelas = nilai data tertinggi dikurangi nilai data terendah.
- jumlah kelas = jumlah kategori yang ditentukan.

Variabel penelitian diklasifikasikan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori pencapaian skor variabel penelitian

Kategori Variabel			
Pencapaian Skor	Persepsi Konsumen Terhadap Babi Guling	Kepuasan Konsumen Terhadap Babi Guling	Daya Saing Warung Babi Guling
>84 % - 100 %	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
>68 % - 84 %	Baik	Tinggi	Tinggi
>52 % - 68 %	Sedang	Sedang	Sedang
>36 % - 52 %	Buruk	Rendah	Rendah
20 % - 36 %	Sangat Buruk	Sangat Rendah	Sangat Rendah

Untuk menguji hubungan pada hipotesis 1 dan 2 menggunakan metode Koefisien Korelasi Jenjang Spearman (Siegel, 1997). Dengan rumus:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

- $r_s$  = koefisien korelasi
- $d_i$  = selisih jenjang unsur yang diobservasi
- $n$  = banyaknya pasangan unsur yang diobservasi

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, maka  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat probabilitas 1% atau 5 %. Maka kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut : Hipotesis penelitian diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $P < 0,01$  dari kedua variabel yang diuji maka terdapat hubungan yang sangat nyata. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $P < 0,05$  dari kedua variabel yang diuji maka terdapat hubungan yang nyata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Gianyar merupakan satu dari sembilan Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Bali. Gianyar memiliki iklim tropis. Curah hujan di Gianyar adalah signifikan, dengan presipitasi bahkan selama bulan terkering. Suhu terhangat sepanjang tahun adalah November, dengan suhu rata-rata 26.6 °C. Di 24.8 °C rata-rata, Juli adalah bulan terdingin sepanjang tahun. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar, 2014). Secara administratif Kabupaten Gianyar terdiri dari 7 Kecamatan serta 64 Desa, dengan jumlah penduduk sebanyak 438.974 jiwa dengan kepadatan penduduk 1.193 Jiwa / Km<sup>2</sup>. Kegiatan masyarakat Gianyar didominasi aktifitas pariwisata, perhotelan, perdagangan dan pertanian.

Data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2018) menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Bali sebagian besar adalah wisatawan mancanegara yang sangat menyukai makanan olahan daging babi. Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Bali hingga Maret 2018 mencapai 492.678 orang. Menurut asal negara, wisman yang tercatat paling banyak datang ke Bali pada Maret 2018 adalah wisman Cina (22,31%), Australia (18,16%), India (5,82%), Jepang (4,97%), dan Inggris (4,61%).

Industri rumah makan babi guling khususnya yang ada di Kecamatan Ubud dan Gianyar belakangan ini semakin berkembang. Sebagai salah satu daerah pariwisata yang sudah dikenal, makanan siap saji seperti nasi babi guling merupakan salah satu alternatif yang tepat untuk memenuhi kebutuhan makanan bagi wisatawan yang mengkonsumsi daging babi. Usaha babi guling yang dijalankan selama ini sudah terbukti mendapatkan tempat dimata para wisatawan sehingga wisatawan merasa belum lengkap mengenal Bali bila selama di Bali belum sempat mencicipi babi guling.

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

Adapun dua indikator karakteristik responden yang akan diuraikan yaitu: umur dan pendidikan formal.

#### **Umur responden**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, responden yang mengkonsumsi babi guling mulai dari umur 17 tahun sampai 46 tahun. Sebagian besar responden yaitu sebanyak 34 orang (42,5%) berada pada rentangan umur 17-26 tahun dan sebagian kecil responden yaitu sebanyak 13 orang (16,25%) pada rentangan umur 37-46 tahun. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 2. Hal tersebut menunjukkan bahwa babi guling dikonsumsi oleh masyarakat dari berbagai kalangan umur.

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
17-26	34	42,5
27-36	33	41,25
37-46	13	16,25
Jumlah	80	100

### Tingkat pendidikan responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang mengkonsumsi babi guling berasal dari berbagai latar belakang pendidikan. Rata-rata responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang baik. Tingkat pendidikan SMA sebanyak 37 orang (46,25%), S1 sebanyak 29 orang (36,25%) dan 14 orang (17,5%) adalah sekolah dasar. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan

Lama pendidikan (tahun)	Katagori	Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
0-6	SD	0	-
6-9	SMP	14	17,5
9-12	SMA/SMK	37	46,25
12-16	S1	29	36,25
Jumlah		80	100

## KARAKTERISTIK PRODUSEN

### Umur produsen

Umur produsen berdasarkan penelitian, berada pada kisaran umur 31-70 tahun. Sebagian besar produsen yaitu 2 orang (50%) berada pada kisaran umur 61-70 tahun, 1 orang (25%) pada kisaran 31-40 tahun dan 1 orang (25%) pada kisaran umur 41-50 tahun yaitu. Menurut UU Ketenagakerjaan No.13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 yaitu tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat dengan kisaran umur 15-64 tahun. Oleh karena itu seluruh produsen dalam penelitian ini berada pada kisaran usia produktif.

Tabel 4. Distribusi produsen berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
31-40	1	25
41-50	1	25
51-60	0	-
61-70	2	50
Jumlah	4	100

### **Tingkat pendidikan produsen**

Pemilik rumah makan babi guling di Kabupaten Gianyar telah mengenyam pendidikan formal. Sebanyak 2 orang (50%) diantaranya memiliki tingkat pendidikan SD dan 2 orang (50%) memiliki tingkat pendidikan S1. Tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang cukup penting bagi seorang pengusaha, pendidikan merupakan modal awal dalam pengembangan sumber daya manusia sehingga dapat dengan mudah mengikuti perkembangan pasar yang dinamis dan mampu menciptakan inovasi-inovasi yang baru. Data tingkat pendidikan produsen dapat dilihat pada Tabel 5. sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi produsen berdasarkan pendidikan

Tingkat Pendidikan Produsen	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	2	50
SMP	0	-
SMA	0	-
S1	2	50
Jumlah	4	100

### **Pengalaman usaha**

Pengalaman usaha pemilik rumah makan babi guling berada pada kisaran 1-30 tahun. Sebanyak 2 orang (50%) pada kisaran 1-10 tahun dan sebanyak 2 orang (50%) pada kisaran 20-30 tahun. Pengalaman yang lebih lama dalam suatu usaha dapat mempengaruhi sikap, pola pikir, dan perilaku seseorang dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut diperkuat pendapat Ismail (2013), bahwa pengalaman atau masa kerja seseorang dapat mempengaruhi pengetahuan, ketrampilan, pola pikir dan cara kerja seseorang. Pengalaman usaha produsen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pengalaman usaha

Pengalaman usaha (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1-10	2	50
11-20	0	-
20-30	2	50
31-40	0	-
Jumlah	4	100

### **Jumlah produksi perhari**

Jumlah produksi perhari yaitu 2 produsen (50%) memproduksi babi guling sebanyak 4-6 ekor dalam satu hari, 2 produsen (50%) memproduksi babi guling sebanyak 7-10 ekor dalam satu hari. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha rumah makan babi guling yang dimiliki bersifat skala besar. Jumlah produksi masing-masing produsen dapat dilihat pada Tabel 7.



Tabel 7. Jumlah produksi perhari

Jumlah produksi perhari (ekor)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1-3	-	-
4-6	2	50
7-10	2	50
Jumlah	4	100

### Persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling

Persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan baik dengan rata-rata (75,73%). Sebanyak 3 orang (3,75%) memiliki persepsi sangat baik, sebanyak 72 orang (90%) memiliki persepsi baik dan sebanyak 5 orang (6,25%) memiliki persepsi sedang (Tabel 8).

Tabel 8. Persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling

Kategori	Konsumen	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sangat baik	3	3,75
Baik	72	90
Sedang	5	6,25
Buruk	-	-
Sangat buruk	-	-
Jumlah	80	100

Persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan baik dengan rata-rata (75,73%). Hal ini disebabkan sebagian besar konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap Rumah Makan Babi Guling. Dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu; (1) Aspek tempat, rumah makan babi guling memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan daerah padat penduduk dan pusat keramaian sehingga konsumen mudah mencapai rumah makan babi guling; (2) Aspek harga, masing-masing rumah makan memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen; (3) Aspek pelayanan, pelayan bersikap sopan, dan ramah. Pelayanan yang diberikan relatif cepat dan penampilan pelayan yang bersih dan rapi; (4) Aspek kebersihan, merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian di rumah makan babi guling. Kebersihan dari rumah makan sangat diperhatikan. Pendapat di atas diperkuat oleh Astyasari (2017), bahwa faktor-faktor yang berperan dalam terbentuknya persepsi seseorang untuk menentukan keputusan pembelian adalah kualitas produk, kuantitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima.

### **Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling**

Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata (76,27%). Sebagian besar konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi yaitu 75 orang (93,75%), sebanyak 4 orang (5%) memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi dan sebanyak 1 orang (1,25%) memiliki tingkat kepuasan sedang (Tabel 9).

Tabel 9. Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling

Kategori	Konsumen	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sangat tinggi	4	5,00
Tinggi	75	93,75
Sedang	1	1,25
Rendah	-	-
Sangat rendah	-	-
Jumlah	80	100

Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata (76,27%). Artinya, sebagian besar konsumen sudah merasa puas karena hasil yang diterima sudah mampu memenuhi kebutuhan dan harapan. Terdapat dua hal yang menjadi pertimbangan kepuasan konsumen yaitu: (1) Kualitas produk, yang disajikan masing-masing rumah makan babi guling memiliki cita rasa, aroma, tekstur, warna dan penyajian yang berkualitas baik sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Sukoco (2013), bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat; (2) Kualitas pelayanan, pelayan memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap konsumen yang datang, dapat dilihat bahwa banyaknya konsumen yang memberikan tanggapan baik. Sesuai dengan pendapat Kotler (2012), bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, sehingga jika upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan berhasil maka loyalitas pelanggan akan dapat tercipta.

### **Daya saing rumah makan babi guling**

Daya saing rumah makan babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata (68,52%). Sebanyak 40 orang (50%) termasuk kategori daya saing sedang, sebanyak 39 orang (48,75%) termasuk kategori tinggi dan sebanyak 1 orang (1,25%) termasuk kategori sangat tinggi (Tabel 10).

Tabel 10. Daya saing rumah makan babi guling

Kategori	Konsumen	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sangat tinggi	1	1,25
Tinggi	39	48,75
Sedang	40	50
Rendah	-	-
Sangat rendah	-	-
Jumlah	80	100

Daya saing rumah makan babi guling dikategorikan tinggi dengan rata-rata (68,52%). Setiap rumah makan telah memiliki standar mengenai aspek yang mendukung tingkat persaingan. Aspek yang dapat di nilai oleh konsumen dengan memberikan perbandingan antara rumah makan yang pernah dikunjungi sebelumnya, meliputi: harga, pelayanan dan kualitas produk. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Sebelum membeli babi guling konsumen melakukan beberapa tahapan yaitu: mengetahui kebutuhan, mencari informasi, mengambil keputusan dan evaluasi pasca beli. Rumah makan babi guling di Kabupaten Gianyar memiliki daya saing yang tinggi. Berarti masing-masing rumah makan memiliki keunggulan dan kualitas yang baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Porter (1995), bahwa usaha yang tidak mempunyai daya saingan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap *survive* di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang.

#### **Analisis hubungan persepsi dan kepuasan konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling**

Hasil uji Koefisien Korelasi Jenjang Spearman menunjukkan  $t$  hitung (2,938) >  $t$  tabel (2,648) maka, terdapat hubungan yang sangat nyata antara persepsi konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling ( $P < 0,01$ ). Kepuasan konsumen dan daya saing menunjukkan  $t$  hitung (2,505) >  $t$  tabel (1,994) maka terdapat hubungan yang nyata ( $P < 0,05$ ) (Tabel 11).

Hasil analisis data dengan uji Koefisien Jenjang Spearman untuk menguji hubungan antara persepsi konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling menunjukkan bahwa  $t$  hitung (2,938) >  $t$  tabel (2,648). Karena itu, hipotesis 1 diterima dapat dilihat pada Tabel 11. Berarti terdapat hubungan yang sangat nyata antara persepsi konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling ( $P < 0,01$ ). Sedangkan, hubungan antara kepuasan konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling menunjukkan bahwa  $t$  hitung (2,505) >  $t$  tabel (1,994) maka

hipotesis 2 diterima dapat dilihat pada Tabel 11. Berarti terdapat hubungan yang nyata antara kepuasan konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling ( $P < 0,05$ ). Persepsi dan kepuasan konsumen merupakan hal yang harus dipenuhi, karena persepsi merupakan pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian dan kepuasan akan mempengaruhi loyalitas dalam pembelian ulang terhadap babi guling dirumah makan yang menurut konsumen mampu memenuhi harapannya. Sehingga hal tersebut mempengaruhi daya saing antar rumah makan babi guling. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Tjiptono (1999), sesudah pembelian produk keputusan konsumen untuk membeli lagi atau tidak, tergantung dari tingkat kepuasan yang didapat dari produk tersebut.

Tabel 11. Hubungan persepsi dan kepuasan konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling

No	Faktor	$r_s$	t hitung
1.	Hubungan persepsi konsumen terhadap daya saing rumah makan babi guling	0,435	2,938 <sup>sn</sup>
2.	Hubungan kepuasan konsumen terhadap daya saing rumah makan babi guling	0,368	2,505 <sup>n</sup>

Keterangan:

$r_s$  : Koefisien Korelasi

sn : Sangat nyata

n : Nyata

t tabel (0,01) d.b 78 = 2,648

t tabel (0,05) d.b 78 = 1,994

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: (1) Persepsi konsumen terhadap kuliner babi guling di Kabupaten Gianyar termasuk kategori baik; (2) Kepuasan konsumen terhadap kuliner babi guling di Kabupaten Gianyar termasuk kategori tinggi; (3) Terdapat hubungan yang sangat nyata antara persepsi konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling di Kabupaten Gianyar; (4) Terdapat hubungan yang nyata antara tingkat kepuasan konsumen dengan daya saing rumah makan babi guling di Kabupaten Gianyar.

### Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbanyak data primer dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan konsumen maupun produsen, agar mendapatkan wawasan serta materi yang lebih kaya untuk dianalisis; (2) Produsen perlu memahami standar kebutuhan konsumen agar

rumah makan dapat menyajikan produk yang sesuai atau melebihi kebutuhan konsumen; (3) Diharapkan agar produsen mempertahankan kestabilan mutu, kualitas produk dan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas, sehingga persepsi akan lebih kuat dan konsumen tetap merasa puas.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Udayana Prof. Dr. dr.A. A. Raka Sudewi, Sp.S.(K) dan Dekan Fakultas Peternakan Universitas Udayana Dr. Ir. Ida Bagus Gaga Partama, MS serta kedua pembimbing penulis Prof. Dr. Ir. I Nyoman Suparta, MS, MM dan Prof. Dr. Ir. Komang Budaarsa, MS yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana. Penulis mengucapkan terimakasih kepada I Made Mudita, S.Pt, MP selaku Dewan Pengelola/Penyunting Jurnal Peternakan Tropika serta Bapak/Ibu Dosen Fakultas Peternakan Universitas Udayana yang telah membantu selama proses penelitian sampai penyusunan jurnal ini selesai tepat pada waktunya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astiyasari. 2017. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar, 2014. Letak Geografi Kabupaten Gianyar, Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar, Gianyar.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2018. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali, Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Budaarsa, K. 2012. Babi Guling Bali. Dari Beternak, Kuliner, Hingga Sesaji. Buku Arti. Denpasar.
- Dajan, A. 1986. Pengantar Metode Statistik. Jilid II. LP3ES, Jakarta.
- Dinas Ketenagakerjaan. 2003. UU Ketenagakerjaan Republik Indonesia No.13 Bab 1 Pasal 1 Ayat 2. Jakarta
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2016. Laporan Tahunan Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Bali. Denpasar
- Indraguna Pinatih G.N. 2011. Bumbu Babi Guling Mencegah Aterosklerosis yang Diinduksi oleh Daging Babi Melalui Meningkatkan Antioksidan Total dan Glutathione yang Menekan F2-Isoprostan dan Interleukin-6 pada Tikus Wistar. Disertasi Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Ismail. 2013. Budaya organisasi kepemimpinan dan Kinerja.: PT. Fajar Iterpratama Mandiri. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12.. Erlangga. Jakarta

- Michael E. Porter (1995): “*Competitive Advantage*” New York: The Free Press., edisi terjemahan (2008)., Kharisma Publishing Group.
- Siegel, S., 1997. Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial. Judul Asli: *Non Parametric Statistics For The behavioral Sciences*, Penerjemah: Zanzawi Sayuti dan Landung Simatupang. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi. 2006. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono 2001, Metode Penelitian Administrasi, Penerbit Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Administrasi. CV Alfabeta. Bandung
- Sukoco. 2013. Manajemen Administrasi Perkantoran Modern. Bumi Aksara. Jakarta
- Suryabrata, Sumadi. 2012. Metodologi Penelitian. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Tjiptono. 1999. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.