

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, dunia bisnis semakin berkembang, yang pada akhirnya akan menimbulkan banyak persaingan dalam pemasaran. Pemasaran adalah sebuah kegiatan bisnis dalam merencanakan atau mendistribusikan serta mempromosikan produk maupun jasa dengan fungsi untuk memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen dari perusahaan (Kotler, 2012:28). Berbicara tentang pemasaran, ada beberapa bidang, salah satunya adalah bidang bisnis kuliner. Bidang bisnis kuliner yang merupakan penyedia makanan dan minuman memiliki potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang pesat. Hal ini disebabkan karena makanan dan minuman merupakan suatu kebutuhan pokok semua orang. Seperti halnya, laju pertumbuhan makanan dan minuman (restoran, rumah makan, dan sejenisnya) mengalami peningkatan pada tahun 2011-2022 di Indonesia.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Industri Restoran, Rumah Makan, dan Sejenisnya Tahun 2011-2022
Sumber : Data Industri Research
(<https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/>)

Berdasarkan data pada gambar 1.1, untuk kinerja tahunan sektor industri penyedia makanan dan minuman (restoran, rumah makan, dan sejenisnya) periode sampai kuartal 3 2022 tumbuh sebesar 6,68 persen. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun 2021 yang juga positif. Meskipun kinerja tahun 2020 turun cukup dalam akibat adanya kebijakan pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran Covid-19. Sektor makanan dan minuman yang berkembang pesat mengharuskan para pelaku bisnis untuk merencanakan strategi-strategi agar dapat memenangkan persaingan bisnis sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik, cara agar perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis yaitu dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan masukan sebagai bahan pertimbangan guna merencanakan strategi yang akan dijalankan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam keberlangsungan usahanya.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam keberadaan, perkembangan dan kelangsungan suatu perusahaan. Saat ini, banyak perusahaan yang semakin sadar akan pentingnya kepuasan konsumen dan telah menerapkan strategi untuk memberikan kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan penilaian pasca pembelian yang paling tidak memberikan hasil (results) yang sama atau melebihi harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014:146).

Kepuasan adalah fungsi dari persepsi atau kesan kinerja dan harapan. Konsumen akan merasa senang dan puas jika kinerja melebihi harapannya. Konsumen yang puas dengan barang dan jasa mungkin akan membeli kembali dari penyedia barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena pembelian ulang oleh konsumen.

Ada banyak cara untuk memuaskan dan menarik perhatian konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka diantaranya termasuk memiliki berbagai keragaman produk atau menu yang dimiliki perusahaan. Menu atau produk yakni sesuatu yang pada umumnya ada pada bisnis ritel guna dikonsumsi, dikenakan dan dimiliki tujuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Isabela et al., 2018). Keragaman produk merupakan berbagai varian produk atau menu yang menyangkut luas, kualitas produk dan kedalaman yang ditawarkan oleh pelaku usaha serta tersedianya produk tersebut pada setiap toko (Safitri, R. S. N. I., 2017). Karena dalam bidang bisnis kuliner saat ini salah satunya adalah restoran atau rumah makan yang menawarkan produk yang semakin banyak dan beragam, yang menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan yang menawarkan banyak produk kepada konsumen akan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan. Keanekaragaman dan kelengkapan penawaran produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat memutuskan untuk membeli produk tersebut. Konsumen akan lebih menyukai tempat yang menawarkan produk yang beragam dan lengkap.

Berdasarkan teori diatas dan didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan dari beberapa peneliti antara lain Safitri, R. S. N. I., (2017) menunjukkan keragaman produk adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilaksanakan oleh Nainggolan, L., Pradhanawati, (2016) membuktikan bahwa adanya pengaruh positif keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Dari beberapa hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa variabel keragaman produk atau menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selain keragaman menu, di dalam sebuah bisnis kuliner hal yang sangat penting lainnya yaitu cita rasa. Cita rasa merupakan sebuah atribut yang terdiri dari penampakan, rasa, bau, tekstur serta suhu yang dapat membentuk kerjasama dari kelima macam indra manusia (Siti Maimunah, 2019). Cita rasa adalah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut (Tommy Kurniawan, 2016). Siti Maimunah, (2019) menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Demikian halnya Arbiantoro Tri, (2018) bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena cita rasa makanan yang baik dapat memuaskan konsumen dan memenuhi kesesuaian dengan harapan konsumen itu sendiri. Sehingga cita rasa memiliki pengaruh positif yang tinggi terhadap kepuasan dan minat para konsumen.

Fenomena kepuasan konsumen terhadap suasana restoran atau rumah makan telah menyebabkan terjadinya pergeseran budaya yang menjadikan restoran atau rumah makan tidak hanya sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga dapat digunakan sebagai tempat pertemuan atau *meeting*

dan acara lainnya. Menurut Fiazisyah & Purwidiani, (2018) suasana toko atmosfir mengacu pada apa saja ciri-ciri fisik toko yang digunakan untuk mengembangkan image atau citra dan menarik perhatian konsumen, artinya atmosfir *cafe* merupakan ciri fisik yang pada umumnya digunakan dalam membangun impresi, loyalitas dan menarik konsumen. Maka restoran atau rumah makan juga harus memiliki ide kreatif dan inovatif untuk menciptakan kenyamanan, artefak yang unik, tata letak yang baik dan dekorasi yang menarik bagi pengunjung restoran atau rumah makan agar konsumen merasa nyaman berada di rumah makan tersebut. Seperti halnya Salsabilah, Titah., (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Suasana Restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tamam, (2021) juga membuktikan bahwa Store Atmosphere memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemilik rumah makan adalah dengan menciptakan suasana atau *dining atmosphere* di sebuah restoran atau rumah makan melalui perencanaan ruang, visual, musik, pencahayaan, dan aroma untuk menciptakan lingkungan tempat yang nyaman serta dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk memperoleh kepuasan.

Pertumbuhan pada bidang bisnis kuliner terus dicatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di seluruh dunia dan bisnis makanan dan minuman ini menawarkan produknya kepada konsumen dalam berbagai macam bentuk yang bermunculan. Dari yang sederhana hingga yang mewah umumnya berada di lokasi yang strategis, karena makan dan minum merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman yang

terjadi saat ini menyebabkan peningkatan investasi makanan dan minuman di Indonesia.

Kabupaten Sidoarjo merupakan pusat industri, bisnis, dan perdagangan dikawasan timur Pulau Jawa dan sekitarnya, hal ini salah satu yang dapat ditandai dengan maraknya jumlah restoran atau rumah makan yang telah menjamur diseluruh sudut di Kabupaten Sidoarjo.

Kecamatan	Rumah Makan/Restoran
Tarik	-
Prambon	-
Kremlung	-
Porong	-
Jabon	-
Tanggulain	-
Candi	5
Tulangan	-
Wonoayu	2
Sukodono	-
Sidoarjo	100
Buduran	14
Sedati	10
Waru	8
Gedangan	9
Taman	1
Krian	1
Balong Bendo	-
Kabupaten Sidoarjo	150

Tabel 1.1
Jumlah restoran atau rumah makan di Kabupaten Sidoarjo Tahun
2020

Sumber : Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata
Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah restoran atau rumah makan di Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2020 mencapai 150 restoran atau rumah makan. Demikian halnya Rumah Makan Lumbung Raos sebagai salah satu rumah makan yang berdiri sejak tahun 2017 berlokasi di Jl. Raya Sumorame No. 9, Sumotuwo, Candi, Kec. Candi, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Menawarkan produk-produk makanan dan minuman yang memiliki cita rasa khas nusantara dengan harga yang terjangkau. Rumah Makan Lumbung Raos menawarkan konsep suasana kenyamanan dan santai untuk para konsumennya. Berikut ini jumlah pengunjung Rumah Makan Lumbung Raos selama tahun 2021.

Tabel 1.2

Pengunjung Rumah Makan Lumbung Raos Tahun 2021

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1395
2	Februari	1260
3	Maret	1271
4	April	1705
5	Mei	1620
6	Juni	1560
7	Juli	1557
8	Agustus	1522
9	September	1194
10	Oktober	1124
11	November	1044
12	Desember	934

Sumber : Bagian Pemasaran Rumah Makan Lumbung Raos Tahun 2021

Dilihat pada tabel 1.2 Jumlah pengunjung cenderung mengalami penurunan pada bulan September, Oktober,

November dan Desember tahun 2021. Fluktuasi angka penjualan terjadi karena persaingan dari berbagai macam jenis produk yang tersedia yang sesuai dengan kualitas produk, kualitas rasa dan harga yang mampu memenuhi selera keinginan konsumennya. Tentunya banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimoni yang timbul dengan kepuasan keragaman produk atau menu, cita rasa dan suasana rumah makan. Hasil wawancara pada bulan September tahun 2022 pemilik Rumah Makan Lumbung Raos menjelaskan bahwa perusahaan masih terus berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen agar konsumen terus merasa puas akan produk yang ditawarkan. Beliau juga menyadari masih banyak kekurangan yang dialami contohnya, para konsumen masih belum merasa puas dengan keragaman menu sehingga pemilik masih sering mengganti menu dengan inovasi produk baru, cita rasa yang masih belum konsisten dan suasana atau tata ruang toilet masih belum terpisah antara pria dan wanita. Selain itu Rumah Makan Lumbung Raos juga belum pernah melakukan survey terkait kepuasan konsumen serta di Kota Sidoarjo saat ini terdapat banyak rumah makan yang lokasinya berdekatan dengan Rumah Makan Lumbung Raos adalah Lesehan Mama Ayik dan CSDW Warung Lesehan & Kolam Pancing. Dengan kondisi seperti itu, manajemen perusahaan harus melakukan perubahan dengan menghadirkan inovasi-inovasi baru yang lebih segar guna memenuhi keinginan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya akan memberikan kepercayaan konsumen untuk tetap menjadi pelanggan setia dengan melakukan pembelian ulang di Rumah Makan Lumbung Raos dan merekomendasikan kepada pihak lain secara individu.

Penjualan yang fluktuatif menunjukkan rendahnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian karena ketidakpuasan konsumen terhadap Rumah Makan Lumbung Raos. Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima produknya dan merasakan manfaat atau nilai suatu produk, konsumen tersebut merasa puas, berperilaku loyal, dan berkomitmen terhadap produk tersebut. Demikian juga restoran atau rumah makan harus berorientasi pada pemenuhan keinginan dan keinginan konsumen agar puas dengan apa yang disediakan oleh restoran atau rumah makan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo?
2. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo?
3. Apakah suasana rumah makan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo?
4. Apakah keragaman menu, cita rasa, dan suasana rumah makan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo.

3. Untuk mengetahui pengaruh suasana rumah makan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan keragaman menu, cita rasa, dan suasana rumah makan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Lumbung Raos Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi peneliti yang tertarik pada bidang pemasaran dan pihak lain yang memiliki ketertarikan di bidang yang sama.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat menambah wawasan dan bisa menerapkan teori-teori yang didapatkan dalam bidang pemasaran khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat diterapkan secara langsung pada bidang usaha.