

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, dunia bisnis telah mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat cepat. Perkembangan dan kemajuan dunia bisnis tersebut terlihat pada semakin banyaknya produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat dengan segala keunggulan dan keunikan yang bermacam-macam. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis kuliner. Banyak pelaku bisnis di Indonesia mengincar bisnis kuliner sebagai ladang investasi, karena bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini mempunyai prospek yang menjanjikan dan banyak diminati masyarakat di era globalisasi. Prospek bisnis kuliner dipandang sangat menjanjikan dikarenakan penduduk Indonesia yang berjumlah lebih dari 270 juta dan terus bertambah seiring berjalannya waktu serta memiliki tingkat pendapatan yang terus meningkat.

Perubahan masyarakat mengenai pola pikir, meningkatnya gaya hidup dan berkembangnya masyarakat modern dengan mobilitas tinggi, tentu membuat masyarakat menginginkan hal yang bersifat praktis dalam memenuhi kebutuhannya yaitu dengan membeli makanan di rumah makan atau restaurant. Selain bersifat praktis, membeli makanan di rumah makan atau restaurant juga dapat sebagai sarana refreking maupun berkumpul dengan teman, kerabat, maupun rekan bisnis.

Dari berbagai perubahan tersebut berdampak pada banyaknya rumah makan atau restaurant yang bermunculan. Salah satu kota yang terkenal

dengan kulinernya adalah Kota Klaten. Kota Klaten menjadi salah satu kota yang banyak dikunjungi wisatawan. Selain karena banyak tempat wisata, Klaten juga terdapat banyak rumah makan atau restaurant. Para pecinta kuliner dikenalkan dengan keanekaragaman makanan yang tersebar di berbagai sudut kota yang menyajikan berbagai menu dan konsep yang berbeda.

Maraknya bisnis kuliner ini mendorong pelaku usaha kuliner untuk bersaing dalam menarik minat para konsumen. Persaingan tersebut menuntut para pelaku usaha kuliner untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar. Untuk bersaing dengan kompetitor, pelaku bisnis harus menentukan strategi pemasaran yang berorientasi kepada konsumen. Strategi pemasaran yang berorientasi kepada konsumen bisa dilakukan dengan cara menyediakan produk-produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau serta memberikan suasana yang nyaman bagi konsumen.

Salah satu rumah makan yang ada di Klaten adalah Rumah Makan Sendang Pengilon. Rumah makan Sendang Pengilon adalah salah satu bisnis kuliner di Kabupaten Klaten yang menawarkan konsep ruang terbuka hijau dan dipadukan bangunan joglo atau pendopo khas Jawa dengan menyajikan berbagai menu klangenan seperti sego wiwit ayam kampung, berbagai olahan iga sapi dan masih banyak menu lainnya yang disesuaikan dengan selera masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya Rumah Makan Sendang Pengilon, para pecinta makanan khas desa dapat dimanjakan dengan berbagai jenis makanan yang ditawarkan.

Dalam perjalanannya, Rumah Makan Sendang Pengilon mendapatkan antusias dan respon yang baik dari masyarakat, terbukti hampir setiap hari Rumah Makan Sendang Pengilon selalu ramai dikunjungi konsumen, baik dari masyarakat Klaten maupun Kota sekitar Klaten.

Kondisi yang terjadi di Rumah Makan Sendang Pengilon saat ini mengalami pertumbuhan penjualan yang fluktuatif dan cenderung menurun setiap bulannya.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Rumah Makan Sendang Pengilon Periode Januari - Mei 2021 (Dalam Ribuan Rupiah)

<b>Bulan</b>	<b>Minggu 1</b>	<b>Minggu 2</b>	<b>Minggu 3</b>	<b>Minggu 4</b>	<b>Total</b>	<b>Pertumbuhan</b>
Januari	18.226	21.416	14.071	11.110	64.823	
Februari	13.108.5	13.724.5	14.622	13.175	54.629.5	- 0,16
Maret	16.132	16.789	16.048	13.827	62.796	0,15
April	29.743	11.593	17.909	11.700	70.945	0,12
Mei	36.414	12.730	17.212.5	12.345.5	78.702	0,10

Sumber : RM Sendang Pengilon, 2021

Dari tabel 1.1 data penjualan di atas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan Rumah Makan Sendang Pengilon pada periode Januari 2021 sampai Mei 2021 memiliki rata-rata tingkat penjualan yang terus meningkat, kecuali pada bulan Februari. Meskipun pada setiap bulannya mengalami peningkatan penjualan, namun dari sisi pertumbuhan selalu mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh kepuasan konsumen yang masih menjadi masalah pada Rumah Makan Sendang Pengilon. Masalah pada kepuasan konsumen tersebut terlihat dari keluhan ataupun kritikan konsumen yang disampaikan kepada pihak Rumah Makan Sendang Pengilon. Keluhan atau kritikan tersebut

diantaranya mengenai kualitas makanan yang disajikan dan harga yang ditetapkan oleh Rumah Makan Sendang Pengilon.

Tabel 1. 2 Daftar Keluhan Konsumen Rumah Makan Sendang Pengilon

No	Aspek Keluhan Konsumen	Keluhan Konsumen
1	Kualitas Makanan	Keluhan konsumen terkait rasa masakan yang disajikan tidak selalu sama. Terkadang rasa makanannya pas dan enak, kadang berlebihan dalam memberikan bumbu, keasinan maupun terlalu manis, dan nasi yang kurang pulen.
2	Harga	Konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh rumah makan sendang pengilon terbilang lebih mahal dibanding rumah makan lain.

Sumber : RM Sendang Pengilon, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 data mengenai keluhan konsumen diatas menunjukkan bahwa konsumen masih merasa belum puas terhadap kualitas makanan yang disajikan karena rasanya yang tidak selalu sama, terkadang rasa makanannya pas dan enak, kadang berlebihan dalam memberikan bumbu, keasinan, nasi yang kurang pulen. Dalam aspek harga, konsumen masih merasa belum puas terhadap harga yang ditentukan sebab harga yang ditawarkan cenderung lebih mahal dibanding rumah makan lain.

Dengan adanya jumlah pertumbuhan yang menurun dan keluhan atau kritikan dari konsumen tersebut mengindikasikan perlu adanya strategi dan langkah kongkrit guna meningkatkan penjualan dan kepuasan pada konsumen. Strategi yang telah dilakukan oleh Rumah Makan Sendang adalah dengan melakukan peningkatan kualitas makanan, pemberian diskon dan peningkatan akan suasana yang nyaman. Langkah kongkrit yang telah dilakukan oleh Rumah Makan Sendang Pengilon adalah jika terdapat konsumen yang merasa

kurang puas, konsumen akan diminta untuk memberikan alasannya, sehingga pihak Rumah Makan Sendang Pengilon dapat melakukan evaluasi dan perbaikan.

Dengan memberikan perasaan puas terhadap konsumen, maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian secara berulang sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Mengingat bahwa pentingnya peran konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, hal ini karena jumlah konsumen baik besar maupun kecil sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan. Semakin banyak konsumen, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas makanan. Dalam upaya memberikan kepuasan konsumen, sebuah rumah makan dituntut untuk selalu menjaga kualitas makanannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Kualitas makanan menjadi salah satu elemen yang mendasar dari keseluruhan pengalaman konsumen di rumah makan atau restoran. Kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan berhubungan dengan karakteristik yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen (Alli, 2004). Apabila kualitas makanan yang diberikan baik akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak rumah makan akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk

memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran (Namkung dan Jang, 2007) dalam Wijaya (2017).

Persepsi harga juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Persepsi harga merupakan pandangan mengenai harga tentang bagaimana konsumen dalam memandang nilai harga dengan maksud harga yang tinggi atau rendah serta wajar mempunyai pengaruh kuat dengan maksud membeli serta kepuasan membeli (Schiffman dan Kanuk, 2004) dalam (Maimunah, 2019). Jadi dalam persepsi harga ini masing-masing individu memberikan penilaiannya tidak sama antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Bagi konsumen, harga menjadi alat untuk mengukur tingkat kualitas makanan yang diberikan oleh rumah makan. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan seyogyanya harus sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan kepada konsumen.

Selain kualitas makanan dan persepsi harga, suasana (*atmosphere*) juga memiliki peranan penting dalam memberikan kepuasan konsumen. Suasana (*atmosphere*) adalah desain lingkungan yang memiliki efek terukur pada faktor emosional seperti kesenangan dan gairah, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi waktu dan uang yang dihabiskan di toko atau tempat penjualan (Ballantine, 2015). Suasana rumah makan atau restaurant yang nyaman akan menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen untuk datang dan kembali berkunjung ke rumah makan tersebut. Saat ini, banyak konsumen datang ke rumah makan atau restaurant tidak hanya untuk membeli makanan atau minuman saja, tetapi mereka juga menginginkan tempat yang nyaman

untuk sekedar refresing atau tempat berkumpul. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan fasilitas tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen.

Kepuasan konsumen dalam bisnis kuliner merupakan elemen penting yang perlu mendapat perhatian lebih. Kepuasan konsumen merupakan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan pembelian produk. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional antara perusahaan dan konsumen yang mendorong niat pembelian ulang, sehingga para manajer harus memandang dan merancang program-program yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara berkesinambungan.

Dari penjelasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berfokuskan mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Sendang Pengilon di Kabupaten Klaten)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menganalisis pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain:

#### **1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku bisnis kuliner untuk menentukan strategi ataupun keputusan manajerial yang tepat diantara ketatnya persaingan usaha dan dapat memberikan gambaran bagi Rumah Makan Sendang Pengilon dalam membuat rencana serta strategi yang terarah dan berhubungan dengan kualitas makanan, persepsi harga, suasana maupun kepuasan konsumen.

#### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembangunan ilmu pengetahuan khususnya teori tentang kepuasan konsumen dan faktor yang terlibat, serta dapat digunakan untuk menambah wacana bagi dunia akademis sebagai bahan referensi penelitian lebih lanjut.