

BAB I

PENDAHULUAN

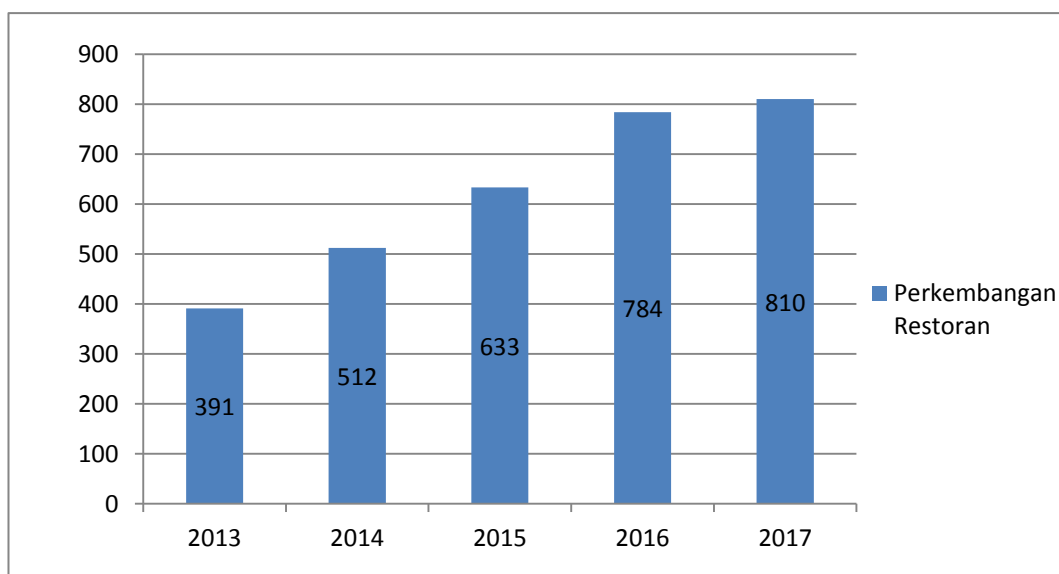
A. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan yang semakin bertambah ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami keinginan pelanggan. Dengan memahami keinginan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merencanakan strategi pemasaran. Salah satunya adalah dibidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan didunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan, untuk mencapai hal itu para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern.(kompasiana.com).

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bidang usaha jasa makanan atau restoran adalah salah satu atau beberapa jenis usaha yang sedang diminati oleh pengusaha saat ini. Peningkatan jumlah restoran yang ada di daerah Kota Bogor menimbulkan persaingan kuat. Restoran harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang baik untuk memenangkan persaingan seperti membuat inovasi produk yang baru, tingkatkan kualitas produk jika tidak maka restoran tersebut akan

cepat tertinggal dari pesaing-pesaing yang pada akhirnya menyebabkan produsen kehilangan konsumen. (Zurich.co.id)

Kota Bogor merupakan kota yang terkenal dengan kulinernya yang beragam. Tidak heran ada begitu banyak bisnis Restoran yang bermunculan. Semakin banyaknya pilihan Restoran yang menimbulkan persaingan antar Restoran itu sendiri Restoran merupakan salah satu industri makanan yang berkembang di Kota Bogor. Menurut Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor jumlah restoran pada Tahun 2013-2017 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan restoran setiap tahunnya, hal ini dapat dibuktikan dengan data berikut:



Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor(2019)

Gambar 1
Perkembangan Jumlah Restoran di Kota Bogor

Berdasarkan Gambar 1 jumlah Restoran di Kota Bogor meningkat tiap tahunnya dengan cukup signifikan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini

berdampak pada persaingan usaha dan menuntut pelaku bisnis untuk melakukan diferensiasi produk, serta melakukan strategi yang dapat diterima dan bertahan di pasaran.

Peluang bisnis kuliner Restoran di Indonesia semakin hari semakin menjanjikan, salah satu restoran yang diminati saat ini adalah kuliner dari Indonesia, semakin ketatnya persaingan para pelaku bisnis restoraan harus meningkatkan faktor yang mempengaruhi kualitas pada restoran untuk menarik pelanggan. Produsen harus berupaya memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Indonesia memiliki berbagai macam kuliner yang merupakan salah satu kekayaannya budayanya. Banyaknya ragam kuliner menjadikan restoran sebagai salah satu bisnis yang sanga menjajikan di negara ini. Persaingan bisnis restoran yang sangat ketat di Indonesia membutuhkan konsep bisnis restoran yang unik dan tidak dimiliki restoran lain seperti konsep layanan dan desain bangunan, serta strategi pemasaran.(Primeforcindo.com)

Menurut Kotler Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:177) mengatakan bahwa:“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.Setelah konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa konsumen akan memiliki perasaan yang puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang di konsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut, dan sebaliknya perasaan yang tidak akan puas akan menyebabkan

konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan mengkonsumsi produk tersebut.(Jurnal.id).

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pada pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk dan jasa yang telah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan. (Kompasiana.com).

Perusahaan harus lebih pintar dalam melakukan strategi pemasaran, perusahaan harus lebih bisa memahami keinginan konsumen bukan hanya dari segi makanan atau minuman tetapi juga menyajikan atmosfer yang menarik agar mampu menarik para konsumen untuk berkunjung. Menurut Marinkovic *et. al* (2014) restoran tidak hanya menawarkan makanan saja. Tetapi juga memberikan suasana yang menyenangkan, yang mendorong para tamu untuk menghabiskan lebih banyak waktu di restoran bersama teman dan keluarga.

Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Kepuasan bagi konsumen dapat jadi pertimbangan konsumen untuk dapat melakukan pembelian ulang. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang belum tentu rasanya enak, tetapi memiliki tata penyajian yang menarik. Tata penyajian yang menarik biasanya seperti yang diperhatikan mulai dari wadahnya seperti gelas atau cup , topping yang diberikan sebagai hiasan yang mempercantik penyajian dan kebersihan. Kualitas dapat diartikan dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan serta kemudahan dalam pengemasan dan reperasi produk dan ciri-cirinya (Kotler dan Amstrong, 2012:62).

Pemilihan lokasi atau tempat berdirinya usaha juga cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena lokasi yang mudah dan terjangkau dan dapat diakses memberikan kemudahan bagi konsumen dan kepuasan tersendiri. Letak usaha yang strategis menunjukkan usaha bisnis yang di dirikan tersebut melakukan strategi agar konsumen memperoleh dan mendapatkan produk yang diinginkannya secara cepat. Menurut Kasmir (2016:140) lokasi sangat penting sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, maupun digunakan untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Perkembangan restoran di Kota Bogor yang selalu mengalami penigkatan menunjukkan maraknya pesaingan bisnis sesama restoran di Kota Bogor, baik restoran tradisional maupun restoran modern. Setiap restoran menunjukkan

menu-menu dan pelayanan terbaiknya agar mampu bersaing dengan restoran lain. Setiap restoran berusaha menyajikan makanan dan minuman yang tidak saja hanya enak tapi juga unik dengan harga yang bersaing.(Neraca.co.id)

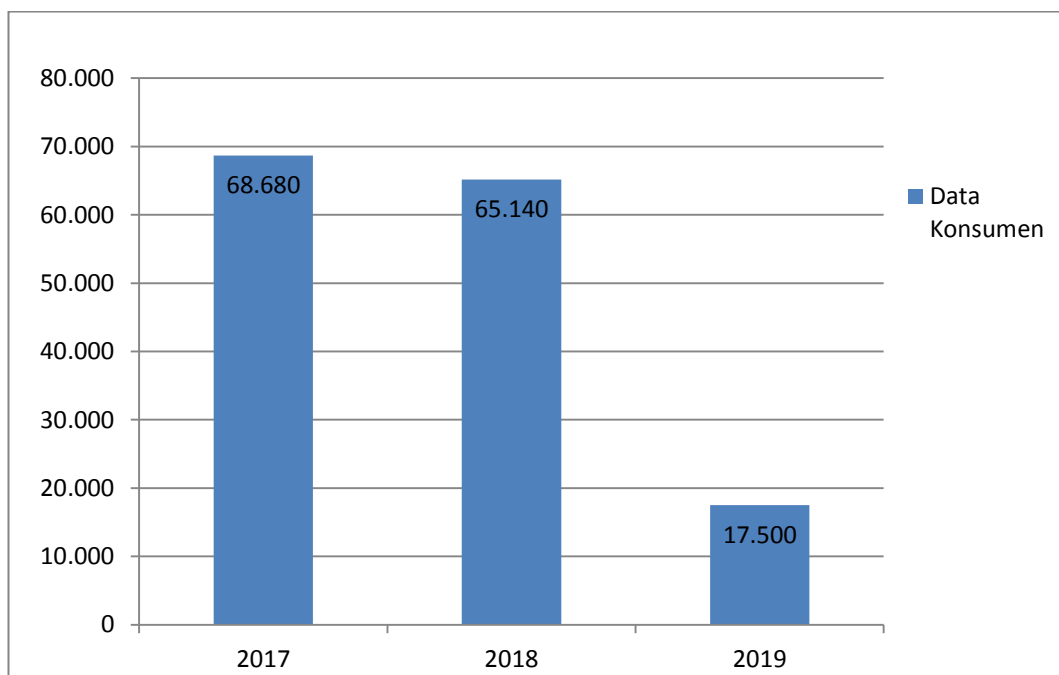
Salah satunya Restoran Forestthree yang berdiri pada tahun 2016 dengan menu yang dominan berasal dari buah-buahan segar. Maka restoran forestthree harus mempertahankan konsumennya agar dapat bersaing dengan pesaingnya dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya. Berikut data restoran Populer di Kota Bogor

Tabel 1
Restoran Populer di Kota Bogor

No	Nama Restoran	Google Ranking	Ulasan	Alamat
1	Kedai Kita	4,4	5.609	Jl. Pangrango No.21, Babakan, kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor
2	Lemongrass	4,4	5.011	Jl. Raya Pajajaran N0.21 Bantarjati, Bogor Utara, Kota Bogor
3	Forestthree	4,4	2.424	Jl. Achmad Adnawijaya, Tegal Gundil, kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16152
4	150 Eatry	4,4	256	Jl. Achmad Adnawijaya No. 150, Tegal Gundil Bogor Utara, Kota Bogor
5	Momo Milk Barn	4,3	3.026	Jl. Kantor Pos No. 6 Bogor Timur, Kota Bogor
6	Tier Siera	4,3	977	Jl. Ahmad Yani No.48, Tanah Sareal Kota Bogor
7	Moza Bistro	4,2	706	Jl.Achmad Adnawijaya No. 134, Tegal Gundil Bogor Utara, Kota Bogor
8	Teras Dara	4,2	451	Jl. Ahmad Yani No. 52-54, Tanah Sareal, Kota Bogor

Sumber : <https://www.tripadvisor.co.id>

Berdasarkan Tabel 2, Tingkat persaingan kuliner Restoran di Bogor cukup tinggi. Pengelola Restoran Forestthree harus menerapkan strategi untuk memenangkan persaingan, dengan menciptakan variasi dan inovasi baru agar mendapatkan produk yang lebih menarik dari konsumen, sehingga banyak alternatif lain bagi konsumen untuk memilih. Maka dari itu, restoran Forestthree harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas. Berikut data jumlah konsumen di Restoran Forestthree Bogor.

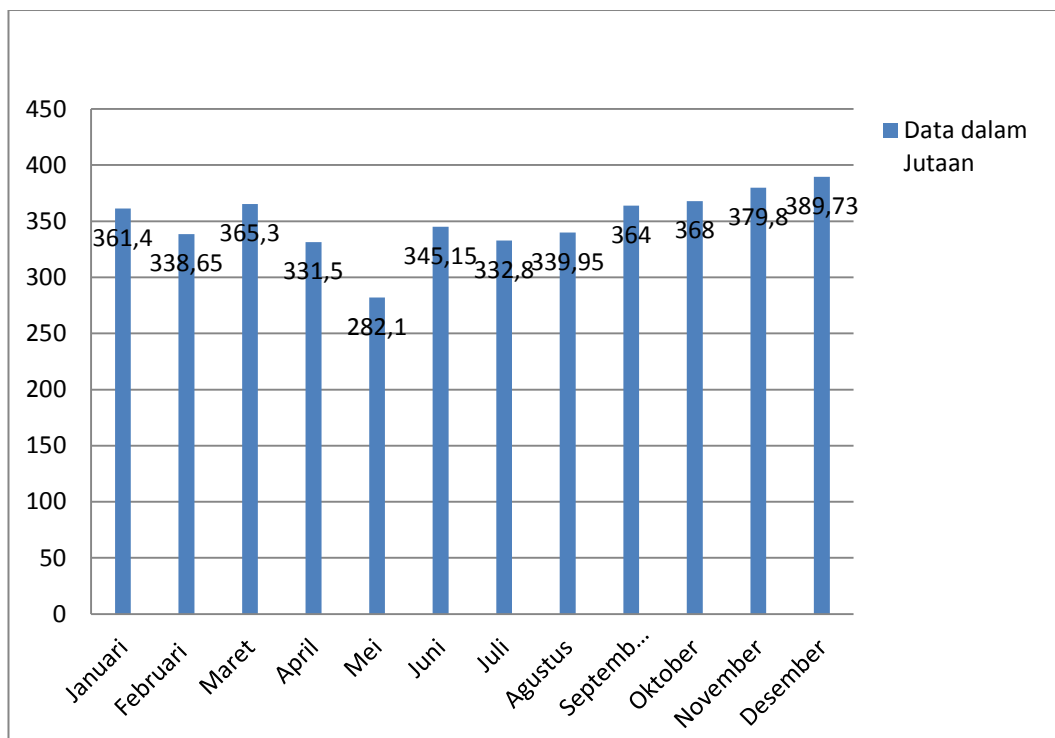


Sumber : Restoran Forestthree Bogor (2019)

Gambar 2
Data Konsumen Restoran Forestthree Bogor

Gambar 2 menunjukkan jumlah pengunjung per tahun yang telah ditunjukkan pada gambar diatas, semakin terlihat bahwa Restoran Forestthree mengalami penurunan setiap tahunnya. Jumlah data konsumen diatas berhubungan dengan tingkat penjualan, sehingga apabila jumlah konsumen

mengalami perubahan berupa penurunan atau kenaikan, hal yang sama akan terjadi pada data penjualan, begitupun sebaliknya. Selanjutnya data penjualan hasil wawancara dengan Manajer Restoran Foresthree Bogor yang penulis sajikan berikut ini :



Sumber : Restoran Foresthree Bogor (2019)

Gambar 3
Data Pendapatan Restoran Foresthree Bogor 2018

Berdasarkan gambar 2 diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan di Restoran Foresthree tidak tetap dan mengalami penurunan. Penurunan pendapatan yang sangat derastis terjadi pada bulan Mei 2018 yaitu sebesar Rp. 282.100.000,-. Peningkatan pendapatan tertinggi terjadi pada bulan Desember sebesar Rp. 397.300.000,-. Akhir-akhir ini cenderung mengalami penurunan penjualan dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha Restoran sejenis yang lebih bervariasi.

Adapun dasar dari penelitian memilih Restoran Forestthree sebagai objek penelitian Forestthree merupakan Restoran yang cukup terkenal oleh kalangan masyarakat. Selain itu dasar dari penelitian memilih Restoran Forestthree sebagai objek peneliti karena memiliki kualitas produk yang baik, suasana yang nyaman yang bisa dipakai untuk berkumpul bersama teman atau keluarga yang memiliki tempat bernuansa hutan, dan lokasi yang cukup strategis sehingga apakah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini kiranya dapat menjadi acuan strategi dalam merumuskan strategi untuk menghindari penurunan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA RESTORAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi kasus pada Restoran Forestthree Bogor)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Suasana yang dirasakan konsumen didalam restoran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Lokasi yang strategis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Tingkat Kepuasan Konsumen yang kurang optimal berpengaruh terhadap penurunan pengunjung yang masih cenderung menurun tiap tahunnya.

C. Batasan Masalah

Mengingat cukup banyaknya permasalahan-permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka perlu adanya batasan-batasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penelitian ini lebih memfokuskan pada permasalahan “ Pengaruh kualitas produk, suasana restoran dan lokasi terhadap kepuasan konsumen restoran Forestthree ”. Hal ini dikarenakan kualitas produk, suasana dan lokasi menjadi hal penting yang sering dihadapi konsumen dalam memutuskan pembelian di Restoran Forestthree Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen restoran Forestthree ?
2. Apakah terdapat pengaruh suasana restoran terhadap kepuasan konsumen restoran Forestthree ?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen restoran Forestthree ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen restoran Forestthree Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Forestthree Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Forestthree Bogor.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi penulis dan dapat menjadi referensi bagi penulis selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik maupun objek yang sama.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas produk, suasana dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di restoran Forestthree Bogor.

3. Bagi pembaca

Dapat menjadi suatu informasi tambahan yang bermanfaat dan sebagai refensi bagi pembaca atau peneliti yang ingin mempelajari masalah-masalah manajemen pemasaran.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan proposal skripsi ini, maka akan diberikan gambaran mengenai isi proposal sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, seperti pengertian. Kualitas Produk, Suasana Restoran, Lokasi dan Kepuasan Konsumen, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, metode pengambilan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yaitu pengaruh Kualitas Produk, Suasana Restoran dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran bagi perusahaan.