

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis sekarang ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan dan menjadikan daya tarik bisnis itu tersendiri. Salah satu bisnis yang menunjukkan perkembangan yang relatif pesat adalah bisnis di bidang kuliner. Bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan mulai dari skala kecil sampai besar seperti kafe, rumah makan maupun restoran.

Tabel I.1

Jumlah Usaha Industri Kreatif Menurut Sektor Kuliner Tahun 2014

Sektor	Uraian	2010	2011*	2012**	2013***	2014a)
1	Pasar Barang Seni	4,990	5,062	5,147	5,242	5,328
2	Kerajinan	1,054,753	1,063,645	1,071,680	1,076,612	1,083,999
3	Film, Video, dan Fotografi	27,239	28,155	28,992	29,785	30,685
4	Musik	14,954	15,377	15,803	16,182	16,613
5	Seni Pertunjukan	22,237	22,859	23,488	24,236	24,941
6	Kuliner	2,951,278	2,989,512	3,031,296	3,039,281	3,069,195
Jumlah Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya		4,075,452	4,124,610	4,176,406	4,191,338	4,230,761
Jumlah Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan IPTEK		1,188,006	1,207,103	1,221,756	1,228,827	1,242,769
Jumlah Ekonomi Kreatif		5,263,458	5,331,713	5,398,162	5,420,165	5,473,531

Sumber: <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENTERIaN%20PARIWISATA%20TAHUN%202014%20v4>



Gambar I.1

Grafik Jumlah Usaha di Indonesia Menurut Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2014

Sumber:<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20TAHUN%202014%20v4>

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, menandakan bahwa semakin meningkatnya bisnis di bidang kuliner industri kreatif. Dari tahun 2010 hingga 2014 kurang lebih bertambah sekitar 117.917 usaha kuliner dan ekonomi kreatif berada di urutan ketiga pertumbuhan grafik jumlah usaha.¹

Seperti yang diketahui, Indonesia merupakan negara yang memiliki segudang kuliner dari berbagai daerah dengan ciri khasnya masing-masing. Di zaman yang semakin modern ini, industri kuliner di Indonesia telah berevolusi

¹Kementerian Pariwisata.

<http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20TAHUN%202014%20v4>. (Diakses tanggal 27 April 2016 pukul 19.25)

menjadi industri yang mempunyai peran penting dalam perkembangan ekonomi kreatif negara. Tahun 2013 lalu, nilai tambah industri kuliner mencapai Rp 208,63 triliun. Jumlah tersebut menyumbang 32,5% terhadap total PDB sektor ekonomi kreatif yang sebesar 641,8% triliun. Yang setiap tahunnya nilai tambah industri kuliner kian meningkat.²

Di Jakarta sendiri, Hasil riset terbaru Qraved.com situs pencarian dan reservasi restoran di Jakarta dan juga lembaga riset Mc Kenzie mengungkapkan bahwa telah terjadi pergeseran tren di mana semakin banyak masyarakat Jakarta yang memiliki kebiasaan makan di luar dengan menghabiskan dana sekitar US\$ 1,5 miliar atau sekitar Rp 17 triliun untuk makan di luar rumah.³ Maraknya kebiasaan makan di restoran ataupun kafe ini juga ditopang dengan pertumbuhan restoran atau kafe kelas menengah dan atas hingga 250 persen dalam lima tahun terakhir.⁴ Maka tidak heran jika persaingan bisnis restoran cukup ketat. Industri ini dianggap peluang bisnis yang menjanjikan karena perputaran ekonomi di Jakarta sebagai ibukota mempengaruhi masyarakatnya akan sebuah tempat yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.

Menjamurnya bisnis restoran serta kafe di Jakarta tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat saat ini yang lebih memilih kafe atau restoran sebagai

²Santoso, Agung. <http://www.tribunnews.com/travel/2015/02/19/gambaran-inilah-yang-membuat-prospek-usaha-kuliner-makin-cerah> (Diakses pada tanggal 27 April 2016 19.30)

³Ananda, Putra. <https://gaya.tempo.co/read/news/2015/04/17/174571251/orang-indonesia-habiskan-rp-17-triliun-buat-jajan>. (Diakses tanggal 27 April 2016 19.46)

⁴Sutriyanto, Eko. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2015/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>. (Diakses tanggal 27 April 2016 pukul 19.50)

tempat untuk berkumpul bersama teman atau keluarga.⁵ Pemenuhan gaya hidup merupakan sesuatu hal yang banyak mengambil porsi pengeluaran tersendiri. Sudah biasa di kalangan masyarakat kita menjadikan tempat makan menjadi bagian dari bersosialisasi dan menunjukkan status sosialnya. Saat kita bisa menyediakan pemenuhan gaya hidup tersebut, restoran maupun rumah makan yang bisa mengakomodirnya akan sukses mendapatkan banyak konsumen.

Saat ini masyarakat memandang kuliner bukan saja untuk memenuhi kebutuhan untuk makan. Namun lebih dari itu, makanan kini sudah bertransformasi menjadi sebuah pemenuhan kebutuhan untuk refreshing juga. Sehingga banyak masyarakat yang menuju ke suatu tempat makan bukan saja karena lapar, namun juga butuh untuk berwisata. Jadi Anda bisa memanfaatkan trend pada masyarakat untuk menerjuni bisnis kuliner sebagai sebuah wisata populer di masyarakat.⁶

Persaingan yang semakin ketat dibidang ini membuat pengelola bisnis harus semakin bisa menyuguhkan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Pelaku bisnis juga harus menghadirkan sesuatu yang berbeda dibandingkan restoran lainnya agar mampu bersaing dan tidak berakhir gulung tikar. Banyak restoran yang menyuguhkan konsep dan tema yang unik. Salah satunya adalah restoran yang sedang menjadi trend di kalangan anak muda yaitu OTW Food Street Jakarta yang berlokasi di Jalan Kelapa Kopyor Blok BA2 Nomor 1, Kelapa

⁵Pratiwi, Dhea. <http://economy.okezone.com/read/2015/08/20/320/1199747/gaya-hidup-masyarakat-picu-berkembangnya-industri-makanan>. (Diakses 28 April 2016 pukul 09.10)

⁶Manroe, Max. <https://www.maxmanroe.com/kenapa-anda-harus-menjadi-pebisnis-kuliner-perhatikan-alasan-ini.html>. (Diakses 28 April 2016 pukul 09.15)

Gading, Jakarta Utara, OTW Food Street mudah dijangkau. Dari arah Jalan Boulevard Raya, Jalan Kelapa Kopyor bisa diakses setelah Wisma Gading Permai.



Gambar I.2

Restoran OTW Food Street Jakarta

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

Restoran yang baru berumur satu tahun ini kerap terlihat banyak pengunjung. OTW food Street telah menarik perhatian banyak penggemar kuliner, puluhan pengunjung rela antre untuk mendapatkan tempat duduk, bahkan sebelum “tempat jajan” itu buka sekitar pukul 16.00 setiap harinya.⁷ OTW Food Street menjelma menjadi tempat ideal bagi anak-anak muda untuk

⁷Dwika, Andi. <http://wartakota.tribunnews.com/2015/06/04/otw-food-street-antre-jajanan-jalanan>. (Diakses 28 April 2016 pukul 10.00)

berkumpul dan bersantai. Suasana serta menu yang ‘kekinian’ menjadi alasan utama betapa ramainya tempat ini oleh para pemuda-pemudi⁸

Konsep "kekinian" yang diusung membuat tempat ini ramai diserbu pengunjung, tak hanya anak muda tetapi juga kalangan keluarga. Nama OTW sendiri diakui pemilik OTW Food Street, Tjoek Widharyok, diambil dari istilah *on the way* yang berarti jalanan yang penuh dengan jajanan. Desain interior yang mengusung tema industrial membuat suasana yang terbangun terasa lebih hangat. Keunikan lain ada di meja yang dibuat dari mesin jahit bekas. Jadi kaki pengunjung bisa merasakan sensasi menggenjot injakan mesin jahit sembari menikmati hidangan. OTW Food Street mengkategorikan tempatnya sebagai *food court*, jadi para pengunjung harus langsung memesan makanan atau minuman ke masing-masing *station*. Makanan-makanan yang disajikan cukup unik dan sudah tidak asing lagi di telinga, khususnya kalangan anak muda. Para pengunjung mesti sabar jika ingin mencicipi aneka kuliner di tempat ini, sebab tak jarang pengunjung harus masuk daftar tunggu dulu terlebih jika datang di malam hari.⁹

Untuk ruangnya sendiri di sini terdapat ruangan *smoking* dan *no smoking*. Ruangan *smoking* terdapat di halaman depan ruangan dan untuk ruangan *non smoking* terdapat di dalam cafe. Konsep ruangan OTW Food Street bertema industrial, dimana disetiap sudut ruangan dan materi meja serta

⁸Lutfi, Dimas. <http://checkinjakarta.id/article/223>. (Diakses 28 April 2016 pukul 10.12)

⁹Chairunisa, Mentari.

<http://travel.kompas.com/read/2015/06/12/121400727/OTW.Food.Street.Jajanan.Serba.Hitam.Sampai.Warna-warni>. (Diakses 28 April 2015 10.30)

kursi yang berbahan dasar perabotan rumah tangga yang di *recycle*. Cara pemesanannya, di restoran ini konsepnya *street food* atau lebih seperti *food court* gitu. Akan ada 4 *counter* di tempat ini, di setiap *counter* itu terdapat menu yang berbeda. Mulai dari *counter* 1 dimana menunya yang menyajikan nasi, mie dll. *Counter* 2 dimana menunya khusus untuk pembeli yang ingin memesan minuman. *Counter* 3 kalian bisa memesan es krim durian dan kue cubit. *Counter* 4 disini dikhususkan untuk kalian yang ingin membeli martabak, hotdog, burger dll. Disini sistem pembayarannya yaitu langsung bayar dan nanti akan di kasih nomer meja sesuai dengan pesanan.¹⁰

Namun dibalik keterannya tersebut, terdapat *empirical problems* pada restoran tersebut yang disampaikan konsumen melalui blog. Salah seorang blogger bernama Sinthia Tan menulis ‘ruangan indoornya ACnya tidak dingin, seharusnya itu no smooking tetapi tetap ada yang smooking. Sirkulasi udara di dalam ruangan totally bad. Sangat ramai hingga waiting list dan lama mendapatkan meja, kurang efektif karena baca menu aja antri dan tidak bisa memilih menu dengan nyaman. Jujur, kurang suka makan disini karena ruagannya tidak nyaman dan sumpek karena terlalu ramai. Kalau ditanya apakah akan balik lagi? sepertinya akan mikir-mikir lagi dan sepertinya akan mencoba ke tempat lain yang belum pernah’.¹¹ Selain melalui blog ada juga konsumen yang menulis kekecewaannya di situs media social facebook

¹⁰Anggraini, Levi. <http://www.yokjajan.com/2016/05/otw-food-street-jakarta.html>_(Diakses 28 April 2016 pukul 12.00)

¹¹Tan, Sinthia. <http://www.missnomnom.com/2016/01/culinary-otw-food-street-kelapa-gading/>_. (Diakses 29 April 2016 pukul 19.00)

bernama Ria Tije yang menuliskan ‘OTW tempat makan yg berada di pemukiman, mengakibatkan jalan macet karena OTW tidak menyediakan lahan parkir yg memadai. Tolong dipikirkan menyiapkan lahan parkir supaya tidak ada parkir liar di depan rumah warga & di sisi jalan yg jelas ada rambu dilarang parker’.¹² Kritikan negative juga ditemukan di salah situs review makanan yang tulis oleh Natasha Primadhita yang berisi ‘Yang susah itu cari parkir. Kalo kesini bawa mobil pas peak hour siap-siap untuk parkir agak jauh sedikit. Tempatnya ramai terus tapi untuk weekdays turnover customernya saya perhatikan cukup cepat. Tapi saya belum pernah coba datang weekend sih dan prefer not to karena agaknya lebih ramai dari weekdays. Tempatnya indoor dan outdoor. Seating antar meja berdekatan jadi kalau lagi ramai sulit buat bincang-bincang karena lumayan berisik. Interiornya menarik dan hip banget.’¹³

Melihat masalah diatas, OTW Food Street cenderung mengalami masalah dengan kualitas pelayanan dan atmosfir restorannya. Dikarenakan hal itu, masih banyak konsumen yang kurang puas bahkan cenderung tidak puas dengan restoran tersebut. Padahal sebagai pelaku bisnis seharusnya bisa memberikan yang terbaik untuk menarik perhatian dan memuaskan konsumen sehingga bisa merebut hati konsumen ditengah persaingan yang kian ketat guna memberikan kepuasan.

¹²Tije, Ria. <https://m.facebook.com/542544314/activity/10153440325859315?refid=17>. (Diakses 29 April 2016 pukul 19.15)

¹³Primadhita, Natasha. <https://www.zomato.com/id/jakarta/otw-food-street-kelapa-gading>. (Diakses 29 April 2016 pukul 19.34)

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi berdasarkan uraian dan masalah di atas peneliti tertarik untuk mengambil variabel kualitas layanan, atmosfer restoran dan kepuasan konsumen dengan kombinasi variabel tambahan yaitu loyalitas konsumen. Karena jika konsumen sudah merasa puas maka konsumen akan cenderung menjadi loyal. Alasan lain peneliti memilih variabel tersebut karena minimnya penelitian dengan kombinasi variabel tersebut dengan objek yang sedang menjamur di dunia kuliner dan menjadi tren sebagai gaya hidup masyarakat untuk datang ke restoran. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Pengunjung Restoran OTW Food Street Jakarta”**

B. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian ini tidak meluas maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian tentang kualitas pelayanan dan atmosfer restoran terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas pelanggan restoran OTW Food Street Jakarta.
2. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang makan di restoran OTW Food Street Jakarta.

C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta ?
2. Apakah atmosfir restoran berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta ?
4. Apakah atmosfir restoran berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta ?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan ?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan ?

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk menambah wawasan di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai kualitas layanan dan atmosfir restoran serta hubungannya dengan kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan dan atmosfir restoran seta membantu memecahkan masalah yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan dampaknya loyalitas pelanggan karena penelitian tentang objek ini masih minim.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian sejenis, terutama tentang gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh kualitas layanan dan restoran atmosfer terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pengunjung restoran OTW Food Street Jakarta.