

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia global menuntut semua orang mampu bersaing, tak terkecuali pada sektor ekonomi. Pada sektor ekonomi jenis usaha di bidang makanan merupakan bidang usaha yang memiliki peluang yang sangat besar dikarenakan jenis usaha ini tidak akan pernah mati, namun menuntut para pelakunya harus mampu bersaing untuk menjaga eksistensinya, hal terpenting yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis dibidang makanan ini adalah dengan mengelola loyalitas konsumen yang dimilikinya.

Loyalitas konsumen merupakan hal penting dalam keberlangsungan hidup sebuah usaha, dikarenakan jika loyalitas konsumen tidak dikelola dengan baik oleh perusahaan memungkinkan usaha tersebut akan mengalami penurunan jumlah penjualan baik secara bertahap ataupun secara langsung.

Salah satu cara mengelola loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan strategi *customer experience* dengan pendekatan dimensi *physical* dan *emotion* yang dapat memberikan pengalaman yang positif terhadap konsumen yang diharapkan konsumen dapat membedakan produk/jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha satu dan lainnya.

Dengan pengalaman yang positif membuat konsumen lebih mudah mengingat produk/jasa yang ditawarkan. Pengalaman yang menyenangkan tidak hanya dapat dilihat oleh indra penglihatan konsumen seperti interior atau desain yang menarik tetapi juga yang bisa dirasakan sehingga menimbulkan rasa puas serta pengalaman positif seperti ramahnya pelayanan yang diberikan dengan ucapan “Selamat Datang di Toko Kami” atau “Terima Kasih Telah Berkunjung di Toko Kami” dan “Silahkan Datang Kembali”, dengan demikian konsumen merasa dihargai dan diharapkan kembali datangnya sehingga membuat konsumen memiliki pengalaman yang positif serta memungkinkan bukan hanya akan kembali mengunjungi restoran tersebut namun juga akan mempromosikan kepada orang lain.

Saat ini banyak bermunculan pesaing dari Restoran Solaria seperti toko, cafe, atau restoran menawarkan berbagai macam produk. Menjamurnya toko, cafe, atau restoran yang ada di Mall Ratu Plaza area Pusat Perkantoran yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel I.1

Daftar nama toko, cafe, atau restoran di Mall Ratu Plaza

No	Nama Usaha	Produk yang ditawarkan
1.	Outback Steakhouse	Steakhouse
2.	Bengawan Solo Coffee	Kafe
3.	Super Penyet	Makanan Jawa
4.	Brew & Co	Makanan Western dan Indonesia
5.	@Box	Kafe Kopi dan Teh

6.	KFC	Makanan Amerika Cepat Saji
7.	Java Xpresso	Kafe minuman
8.	Caffe Pompei	Kafe dengan menu western
9.	Rice Bowl	Makanan Cina, Jepang dan Asia
10.	Solaria	Makanan Indonesia, Cina dan Western
11.	Cuppa Coffe Inc	Kafe Kopi dan Teh
12.	Raffel's	Makanan Amerika
13.	Papabunz	Roti/Kue
14.	Sharetea	Minuman Bubble Tea

Sumber : www.zomato.com/id/jakarta/restaurants/in/ratu-plaza-sudirman 2014

Tabel di atas merupakan daftar toko, kafe atau restoran yang ada di Mall Ratu Plaza area Perkantoran dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, yang membidik pangsa pasarnya sebagian besar merupakan karyawan atau pegawai yang berdekatan dengan Mall Ratu Plaza. Dari beberapa toko, kafe atau restoran yang ada di Mall Ratu Plaza Peneliti membatasi bahasan unit analisis pada Restoran Solaria.

Solaria menjadi salah satu pilihan restoran di Mall Ratu Plaza dengan letaknya yang strategis yaitu berdekatan dengan Lotte Mart dan desain toko yang nyaman, namun dengan banyaknya toko, kafe dan restoran lainnya yang menjamur membuat pengunjung yang datang ke Mall Ratu Plaza memiliki banyak pilihan dengan kata lain merupakan pesaing dari Solaria Ratu Plaza.

Restoran Solaria mulai berdiri pada tahun 1995, hingga saat ini total gerai telah mencapai 130 gerai yang tersebar di 25 kota di Indonesia dengan letak yang strategis setiap gerainya. Orientasi pelanggannya adalah segmen menengah bawah, dimana Solaria menawarkan menu makanan rumahan yang banyak dipadukan dengan masakan Cina yang sangat dikenal dan pas di lidah orang Indonesia¹.

Solaria merupakan restoran keluarga asli Indonesia dengan konsep makan santai, dikelola oleh satu manajemen bukan waralaba sehingga semua bahan baku untuk semua outlet dikirim dari Jakarta. Awal September 2013 Solaria diterpa isu tentang penggunaan lemak babi dan angciu dengan beredarnya pesan pada media sosial, namun hal tersebut dipatahkan dengan diserahkannya sertifikat Halal MUI oleh Ketua Majelis Ulama Indonesia Dr. KH. Ma'ruf Amin kepada Pemimpin Solaria Aliuyanto pada 3 Desember 2013 di Kantor MUI Jakarta².

Selain isu penggunaan minyak babi dan angciu pada makanan yang ditawarkan Solaria yang dapat mempengaruhi rendahnya loyalitas konsumen Solaria, banyak konsumen yang merasa lebih merasakan pengalaman yang kurang menyenangkan saat berkunjung di *outlet* Solaria, seperti yang terjadi pada gerai Solaria yang berada di Ratu Plaza Jl. Jend. Sudirman Senayan, dimana kebanyakan konsumennya merupakan pegawai yang bekerja dilingkungan perkantoran Sudirman yang tidak memiliki waktu banyak untuk

¹<http://tau-sejarah.blogspot.com/2013/04/sejarah-dibalik-kesuksesan-solaria.html> (diakses pada 22 Februari 2014)

²<http://food.detik.com/read/2013/12/03/130251/2430996/901/restoran-solaria-kini-resmi-kantongi-sertifikat-halal-mui> (diakses pada 22 Februari 2014)

beristirahat makan siang, seperti pegawai pada Bagian Fasilitas Internasional Biro PKLN, Kemendikbud Senayan.

Seperti pada salah satu hasil wawancara dilapangan, ditemukan bahwa tidak sedikit pegawai bagian FI yang merupakan konsumen Restoran Solaria Ratu Plaza mengaku bahwa pelayananyang diberikanRestoran Solaria Ratu Plaza sangat lamban dan tidak ramah yang menyebabkan mereka berfikir ulang untuk kembali berkunjung ke Restoran Solaria³, hal tersebut juga serupa dengan pengalaman konsumen Solaria Bogor tepatnya gerai Botani Square yang mendapatkan makanan yang dipesannya dalam waktu 2jam hingga konsumen tersebut komplain kepada manajer toko. Tidak hanya konsumen pada gerai Botani Square, pada tanggal 6 Juni 2013 konsumen Solaria CBD Ciledug merasa tidak puas dengan lambannya pelayanan Solaria dikarenakan lebih dari 30 menit makanan yang dipesannya baru datang tanpa disediakan minuman terlebih dahulu⁴.

Sama seperti pengalaman dua konsumen sebelumnya, konsumen pada Solaria di Mall Lippo Cikarang juga merasa pelayanan Solaria amat lamban, hal ini dikarenakan konsumen yang bersangkutan memesan menu spaghetti namun tersaji dalam waktu lebih dari 40menit⁵.

Selain itu, pengalaman konsumen terhadap pelayanan pegawai Solaria Ratu Plaza dirasakan buruk bagi konsumennya, seperti yang dikeluhkan konsumen Solaria wilayah Metland Tambun Bekasi pada 24 April

³ Sumber dengan wawancara konsumen Solaria Ratu Plaza pada kamis, 18 Februari 2014

⁴<http://rumahpengaduan.com/2013/06/10/pelayanan-tidak-memuaskan-solaria-cbd-ciledug/> (diakses pada 23 Feb. 14)

⁵<http://rumahpengaduan.com/2012/06/11/pelayanan-solaria-sangatlah-memprihatinkan/>(diakses pada 23 Feb. 14)

2013, konsumen tersebut mengeluhkan sikap dari pegawai Solaria yang segera pergi setelah meletakkan menu dan menjawab pertanyaan konsumen tentang kelengkapan menu yang ada pada gerai tersebut dengan wajah yang sangat tidak ramah⁶. Pada tanggal 18 April 2013, perlakuan buruk pegawai juga dirasakan konsumen Solaria di Bandara Soekarno-Hatta Cengkareng area keberangkatan, sudah lebih dari 3 kali konsumen merasa diacuhkan saat memanggil pegawai Solaria untuk memesan makanan juga memberitahu bahwa meja yang ditempati konsumen tersebut perlu untuk dibersihkan.

Tak hanya konsumen Solaria Metland Tambun Bekasi, hal serupa juga dialami oleh konsumen Solaria yang ada di Kediri pada 1 Januari 2014 hingga konsumen tersebut melakukan *walkout* karena tidak digubris pegawai Solaria untuk memesan makanan. Konsumen Solaria di Kediri tersebut juga menyatakan bahwa ia sudah mendapatkan 6 kali pelayanan standar, 3 kali pelayanan buruk, 2 kali mendapatkan pelayanan sangat buruk serta 1 kali mendapati adanya hewan masuk pada tempat sambal di gerai tersebut, dengan pengalaman yang dialaminya Konsumen tersebut mengatakan di media sosial mungkin pengalamannya pada tanggal 1 Januari 2014 tersebut akan menjadi kali terakhirnya berkunjung ke restoran Solaria⁷.

Hal serupa juga pernah dirasakan konsumen Solaria di Pertokoan Senen Jaya pada tanggal 13 Juni 2010, konsumen tersebut mendapati makanan yang dipesannya yaitu Mi Goreng bercampur dengan binatang

⁶<http://rumahpengaduan.com/2013/04/25/pelayanan-buruk-pelayan-solaria/> (diakses pada 23 Feb. 14)

⁷<http://rumahpengaduan.com/2012/06/11/pelayanan-solaria-sangatlah-memprihatinkan/> (diakses pada 23 Feb. 14)

kecoa yang telah mati⁸. Tidak berbeda jauh dengan konsumen Solaria di Pertokoan Senen Jaya, Konsumen Solaria Mall Kalibata juga mengeluhkan adanya binatang seperti lalat juga adanya kayu kecil berupa lidi tersaji dalam pesanan nasi gorengnya pada 6 September 2011, dengan kejadian yang dialaminya konsumen tersebut mengatakan bahwa tidak akan pernah lagi makan di restoran Solaria⁹.

Kekecewaan terkait dengan produk tak hanya berupa adanya binatang yang tersaji bersamaan dengan makanan yang dipesan konsumen, namun juga adanya produk hangatan atau produk yang sudah pernah dimasak sebelumnya yang dirasakan oleh konsumen Solaria di Pejaten Village pada 10 Maret 2011, konsumen yang bersangkutan merasa kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya¹⁰.

Untuk dapat bersaing dalam dunia usaha khususnya restoran, loyalitas konsumen haruslah dipertahankan. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen khususnya restoran adalah dengan memberikan pengalaman yang terbaik sehingga konsumen memiliki kesan yang positif terhadap perusahaan.

⁸<http://myzone.okezone.com/content/read/2010/07/05/2549/>(diakses pada 23 Feb. 14)

⁹<http://www.kaskus.co.id/thread/4790068/dimana-tanggung-jawab-restoran-solaria/35> (diakses pada 23 Feb. 14)

¹⁰<http://myzone.okezone.com/content/read/2011/03/12/4667/kecewa-dengan-makanan-di-solaria-pejaten-village>(diakses pada 23 Feb. 14)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa lemahnya loyalitas konsumen dapat disebabkan oleh:

1. Banyaknya pesaing dilingkungan toko
2. Buruknya isu-isu yang beredar
3. Buruknya pengalaman konsumen

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, menunjukkan bahwa loyalitas konsumen memiliki penyebab yang sangat luas. Dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti berupa dana dan waktu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah: “Hubungan antara Pengalaman Konsumen dengan Loyalitas”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara pengalaman konsumen dengan loyalitas?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

a. Peneliti

Sebagai masukan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi diri peneliti tentang pengalaman konsumen dengan loyalitas.

b. Tempat Penelitian

Sebagai bahan evaluasi bagi Restoran Solaria dalam melihat perkembangan loyalitas konsumen.

c. Tempat Peneliti Sekolah (UNJ)

Sebagai bahan masukan bagi karyawan di UNJ agar meningkatkan loyalitas konsumen.

d. Masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat tentang pengalaman konsumen berpengaruh terhadap loyalitas.