

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri jasa di era globalisasi yang semakin berkembang salah satunya adalah di bidang bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia, yaitu pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya citra rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualis. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk kerkembang (Regitha, 2017).

Industri Makanan dan Minuman menjadi subsektor prioritas pada 2018. Subsektor tersebut diharapkan menjadi pendorong untuk tercapainya target pertumbuhan industri non-migas tahun 2018, yakni 5,67%. Sektor ini juga meningkatkan realisasi investasi. Industri makanan dan minuman juga memiliki pertumbuhan tertinggi di tahun 2017, yakni 9,23%. Kementerian Perindustrian juga

akan terus mendorong pelaku Industri Makanan dan Minuman nasional agar memanfaatkan potensi pasar dalam negeri (Warta, 2018).

Berikut ini merupakan rekapitulasi perkembangan usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar pada tahun 2007-2012, yaitu:

Tabel I.1
Rekapitulasi Perkembangan Usaha Restoran Tahun 2007-2012

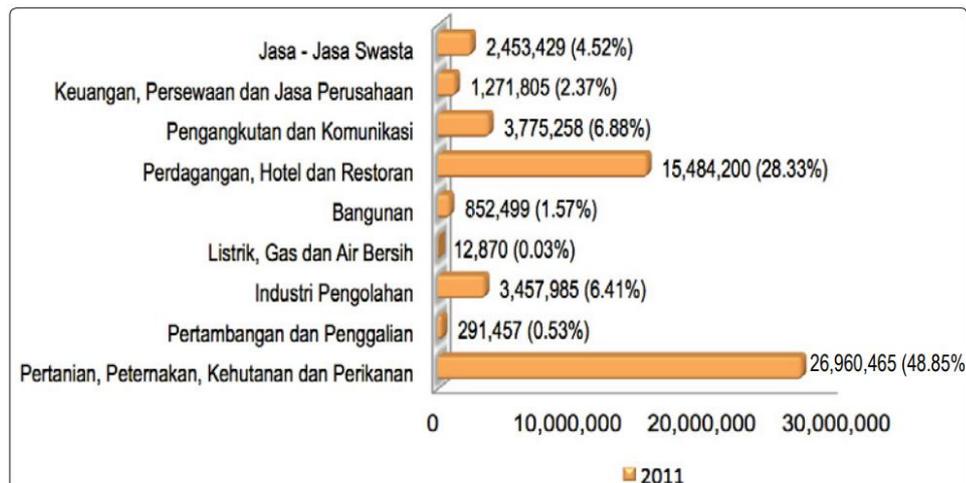
TAHUN	USAHA / PERUSAHAAN		RATA - RATA TENAGA KERJA
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2008	2,235	38,39	27
2009	2,704	20,98	27
2010	2,916	7,84	27
2011	2,977	2,09	28
2012	data tidak tersedia	data tidak tersedia	28

Sumber: Statistik Restoran/Rumah Makan (BPS), 2017

Pada tabel tersebut terlihat bahwa dari tahun 2008 hingga 2011 memiliki perkembangan usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar terus meningkat di setiap tahunnya. Sedangkan pertumbuhan usaha restoran atau rumah makan memiliki tingkat pertumbuhan yang terus menurun dan bertambahnya kebutuhan tenaga kerja pada tahun 2011 dan 2012. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk melengkapi tingkat usaha yang semakin berkembang untuk membuat tingkat pertumbuhan restoran dan rumah makan berskala menengah agar dapat menimbulkan peningkatan.

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia membuat meningkatnya persaingan di setiap bidang industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terus meningkat pertumbuhannya dan dapat menghasilkan

pendapatan yang besar pula bagi pemegang usaha. Berikut merupakan perkembangan jumlah UMKM menurut sektor ekonomi tahun 2011, yaitu:



Gambar I.1
Perkembangan Jumlah UMKM Menurut Sektor Ekonomi Tahun 2011
 Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2015

Jika dilihat dari sektor ekonomi UMKM yang memiliki proporsi unit usaha terbesar sampai terkecil berdasarkan gambar di atas adalah sektor: 1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan mencapai (48,85%); 2. Perdagangan, Hotel dan Restoran mencapai (28,83%); 3. Pengangkutan dan komunikasi mencapai (6,88%); 4. Industri Pengolahan mencapai (6,41%); 5. Jasa-jasa mencapai (4,52%); 6. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan mencapai (2,37%); 7. Bangunan mencapai (1,57%); 8. Pertambangan dan Penggalian mencapai(0,53%); 9. Listrik, Gas dan Air Bersih mencapai (0,03%). Dari grafik tersebut terlihat bahwa sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran menduduki peringkat ke 2 (dua) dari 9 (sembilan) sektor ekonomi UMKM pada tahun 2011. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran memiliki peluang yang sangat besar bagi perekonomian industri jasa pada tahun 2011.

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis di Indonesia, berbagai bidang usaha terus melesat tinggi tingkat pertumbuhannya dari tahun ke tahun dan termasuk juga ke dalam jenis bidang usaha kuliner. Para pecinta dan penikmat kuliner saat ini menjadikan kebiasaan untuk menyantap jenis makanan apa yang mereka gemari ke dalam gaya hidup mereka. Bahkan banyak sekali masyarakat yang rela untuk mengeluarkan uang yang banyak untuk dapat menikmati makanan yang sudah menjadi favoritnya tersebut (kulinologi.co.id, 2018).

Menurut Hutauruk (2014), Makanan hasil laut atau *seafood* sudah begitu akrab di lidah masyarakat Indonesia. Berbagai olahan ikan laut, kepiting, udang, cumi, serta kerang tersaji hingga mampu membuat lidah para penikmatnya merasa puas. Lantaran peminatnya cukup banyak, para pebisnis kuliner pun melirik *seafood* sebagai bidang usaha mereka.

Menurut Desvinia (2016), banyaknya bidang usaha yang sudah dikembangkan dalam bidang kuliner, membuat para pemilik usaha berfikir lebih kreatif jenis makanan apa yang dapat diterima di masyarakat. Salah satunya adalah jenis bidang usaha yang membuat makanan khusus olahan dengan menggunakan ikan. Pemilik usaha juga tidak hanya menawarkan makanan yang terbuat dari ikan saja, tetapi menawarkan juga jenis makanan sajian dalam hal *seafood* dan juga beragam minuman.

Selain itu, jika suatu restoran sudah memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat, maka akan lebih diminati jika dibandingkan dengan restoran yang kurang dikenal oleh masyarakat. Salah satunya adalah usaha kuliner yang sudah dikenal oleh masyarakat berjenis olahan ikan dan *seafood* terdapat di restoran yang

bernama Fish Streat yang ada di daerah Tebet. Tidak hanya ada di daerah Tebet saja, tetapi Fish Streat saat ini juga sudah berkembang di beberapa daerah di Jadetabek. Pertumbuhan jumlah restoran yang semakin banyak saat ini, membuat adanya beberapa pesaing yang memiliki bentuk usaha yang sama tetapi memiliki tingkat harga yang berbeda. Menu yang ditawarkan oleh Fish Streat tidak kalah nikmatnya dan juga Fish Streat cukup terkenal di masyarakat dan di kalangan mahasiswa (Desvinia, 2016).

Fish Streat pertama kali didirikan pada tahun 2016 di daerah Tebet dan disusul dengan beberapa di daerah Jadetabek. Fish Streat merupakan salah satu makanan internasional yang hadir untuk para pecinta dan penikmat makanan olahan *seafood* dengan harga menu makanan yang sangat terjangkau. Dengan rasa yang tidak kalah dengan restoran mahal tetapi memiliki sektor harga kaki lima. Fish Streat adalah salah satu restoran favorit yang dapat di kunjungi bersama keluarga, teman, sahabat dan kerabat. Fish Streat juga memiliki tempat yang sangat strategis serta memiliki konsep restoran bergaya ala Italia dan dinding ruangan yang bergambar dengan nuansa laut sangat nyaman untuk menjadi tempat berkumpul dan bersantai (Desvinia, 2016).

Menu makanan yang ada di Fish Streat juga beragam, tetapi yang paling digemari oleh konsumen yaitu, *Fish & Chips*, *Marinara Sauce Pasta*, *Creamy Sauce Pasta*, *Seafood Platter* dan ada beberapa minuman yang dapat menyegarkan dahaga. Restoran ini juga buka setiap hari Senin – Minggu pada pukul 10:00 – 22.00 WIB, memiliki tempat parkir untuk konsumen yang membawa kendaraan pribadi baik itu motor dan juga mobil, memiliki dua ruangan area yaitu area *indoor* dan

area merokok dan juga dapat reservasi tempat sebelum datang ke Fish Street (Sari, 2017).

Penikmat kuliner tentu tak asing dengan makanan *fish n chips* yang dibuat dari olahan daging ikan john dory atau yang lebih dikenal dengan sebutan ikan dory. Hidangan yang berasal dari Inggris ini menggunakan ikan dory sebagai bahan utamanya. Kepopuleran *fish n chips* di Tanah Air membuat para pelaku bisnis kuliner kini beralih untuk mendirikan restoran khusus *fish n chips*. Persaingan yang cukup ketat menyebabkan para pemilik restoran berlomba-lomba menawarkan harga menu *fish n chips* yang disesuaikan dengan kantong masyarakat (Nurridha, 2017).

Nilai yang diberikan oleh perusahaan jasa terus dinilai oleh konsumen sebagai pengalaman konsumsi terungkap. Nilai yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan manfaat yang dihasilkan dari pengalaman konsumsi sebagaimana didefinisikan oleh konsumen (Ryu *et al.*, 2010)

Karyawan yang ramah dengan pelanggan sangat berpengaruh penting dalam suatu perusahaan karena dapat berpengaruh positif bagi pengunjung yang datang. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi ketika apa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan (Sriwidodo & Indriastuti dalam Miswanto & Angelia, 2017).

Menurut Sriwidodo dan Indriastuti dalam Miswanto dan Angelia, 2017 mendefinisikan kualitas layanan sebagai faktor yang sangat penting dalam peningkatan penjualan, terutama dalam menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan menghindari pelanggan membeli produk di

perusahaan lain. Kesuksesan bisa dicapai dengan menyediakan layanan berkualitas baik. Tentunya di berbagai restoran sangat memperhatikan kepuasan konsumen yang sudah datang dan merasakan ke restoran tersebut dan ini merupakan salah satu faktor penting bagi suatu perusahaan untuk memperhatikan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan nilai yang dapat dirasakan setelah menikmati dan berkunjung ke restoran tersebut. Pihak perusahaan juga harus memikirkan bagaimana caranya agar dapat mempertahankan konsumen lama dengan konsumen yang baru mencoba agar mendapatkan kepuasan kembali setelah menikmati dan datang ke restoran Fish Streat. Karena konsumen akan kembali lagi berkunjung ke tempat tersebut setelah merasakan kepuasan dari kebutuhannya yang sudah terpenuhi. Perilaku yang timbul dari adanya kepuasan oleh konsumen akan menimbulkan perilaku yang positif jika konsumen dapat merasakan senang dan puas dengan yang sudah ia rasakan setelah datang dan menikmati menu makanan yang diinginkan.

Tabel I.2
Variabel Penelitian

X₁	<i>Service Quality</i>
X₂	<i>Food Quality</i>
Y	<i>Perceived Value</i>
Z	<i>Customer Satisfaction</i>

Sumber: Dikelola oleh peneliti, 2018

Berdasarkan uraian dan masalah di atas yang dirasakan oleh konsumen Fish Streat peneliti mencoba untuk menentukan variabel yang dapat digunakan sebagai pendukung untuk penelitian yaitu peneliti menggunakan dua variabel bebas *service*

quality (X_1) dan *food quality* (X_2), serta menggunakan variabel *intervening perceived value* (Y) dan variabel terikat *customer satisfaction* (Z).

Alasan Peneliti menggunakan variabel tersebut dikarenakan terdapat konsumen restoran Fish Streat yang kurang puas dengan hasil pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Disamping dengan tidak puasnya pelayanan yang diberikan, tetapi konsumen sangat puas dengan menu makanan yang ada di restoran Fish Streat dengan harga yang terjangkau, konsumen dapat menikmati menu makanan yang tidak kalah lezatnya dengan yang berada di mall.

Dapat dinikmati pula oleh kalangan menengah, serta nilai yang dapat dirasakan oleh konsumen dan kepuasan kosnumen merupakan faktor penting bagi perusahaan agar konsumen dapat datang kembali lagi sehingga menunjukkan perilaku yang positif tentang restoran Fish Streat. Oleh karena itu penelitian ini berjudul: “*Pengaruh Service Quality dan Food Quality terhadap Customer Satisfaction yang dimediasi oleh Perceived Value (Survei pada Pelanggan Restoran Olahan Ikan)*”.

1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* di Fish Streat?
2. Apakah *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* di Fish Streat?

3. Apakah *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat?
5. Apakah *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat?
6. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *perceived value* di Fish Streat?
7. Apakah *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *perceived value* di Fish Streat?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *perceived value* di Fish Streat.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *food quality* terhadap *perceived value* di Fish Streat.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat.

5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *food quality* terhadap *customer satisfaction* di Fish Streat.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *perceived value* di Fish Streat.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *food quality* terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *perceived value* di Fish Streat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai informasi yang dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, yaitu tentang *service quality* (kualitas layanan), *food quality* (kualitas makanan) dalam *perceived value* (nilai yang dirasakan) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan konsumen) bagi konsumen dalam mengunjungi Fish Streat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada pihak Fish Streat mengenai bagaimana cara untuk dapat menghasilkan nilai yang dapat dirasakan oleh konsumen, kemudian timbulnya adanya kepuasan konsumen bagi yang sudah mencoba dan datang ke Fish Streat dan membuat perasaan senang dan puas dari kualitas layanan dan kualitas makan yang nikmat dengan harga yang terjangkau di kalangan menengah, sehingga menimbulkan perilaku untuk dapat berkunjung kembali ke restoran Fish Streat.