BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner di era milenial saat ini berkembang dengan pesat. Terbukti dengan banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha sejenis menyebabkan persaingan semakin ketat. Pada awal tahun 2020, dunia di guncang dengan pandemi *COVID-19*. Bali merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang menyumbang pendapatan negara terbanyak di antara kabupaten lainnya. Dengan datangnya pandemi ini menyebabkan kunjungan wisatawan menurun sehingga menyebabkan banyaknya industri- industri yang ada di Bali menjadi gulung tikar.

Pelaku usaha merasakan pendapatannya berkurang dari biasanya dikarenakan para konsumen takut untuk pergi keluar rumah dan banyaknya para pekerja dihentikan oleh perusahaan tempatnya bekerja yang menyebabkan daya beli konsumen menurun. Dengan berkurangnya wisatawan asing yang berkunjung ke Bali, para pelaku usaha dituntut untuk memaksimalkan pasarnya di lingkup daerahnya saja. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan ini, pengusaha harus cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usahanya dapat berkembang dan bertahan dengan baik. Pelaku usaha dituntut mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran guna menciptakan kepuasan bagi

pelanggannya dan tetap bertahan dalam persaingan pasar. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Hampir setiap daerah di Bali, bisnis kuliner berkembang dengan pesat tiap tahunnya. Dari sekian banyak usaha rumah makan atau restoran yang terdaftar di Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Buleleng adalah salah satu kabupaten yang menunjukan perkembangan usaha rumah makan dan restoran meningkat tiap tahunnya. Buleleng merupakan salah satu kabupaten yang terbesar di Bali dengan jumlah penduduk yang padat. Buleleng pun memiliki wilayah berupa perbukitan dan pantai yang luas. Pelaku usaha dapat menggunakan faktor geografi yang dimiliki Kabupaten Buleleng sebagai daya tarik usaha guna meningkatkan kunjungan konsumen. Wilayah Buleleng bagian barat yaitu Lovina, Kaliasem, dan sekitarnya merupakan daerah pesisir pantai yang sangat luas. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha lebih condong membuka usaha rumah makan yang bertemakan *seafood* atau makan laut dan sejenisnya. Faktor lokasi tersebut berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic* (Fitzsimmons, 2001).

Adapun perkembangan Jumlah Rumah Makan dan Restoran di Bali seperti Nampak pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Perkembangan Rumah Makan dan Restoran di Bali
Tahun 2015- 2019

Kabupaten/Kota	Tahun / *Year*				
Regency/Municipality	2015	2016	2017	2018	2019
Jembrana	76	76	76	76	134
Tabanan	32	32	40	40	80
Badung	825	823	823	823	823
Gianyar	504	504	505	622	612
Klungkung	31	31	31	146	243
Bangli	17	22	30	36	44
Karangasem	70	118	118	120	146
Buleleng	173	208	230	256	284
Denpasar	449	438	455	455	582
Jumlah	2177	2252	2308	2574	2948

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa perkembangan Rumah makan yang ada Di Kabupaten Buleleng meningkat dari tahun- ke tahun. Walaupun Jumlah Rumah Makan dan Restoran di Buleleng menempati urutan ke-4 di Bali, namun perkembangannya cukup signifikan terlihat dari jumlah Rumah Makan dan Restoran yang terus meningkat tiap tahunnya. Hal ini menunjukan bahwa Buleleng mampu bersaing dengan Kabupaten lainnya yang berada di Bali.

Salah satu usaha rumah makan yang ada di Kabupaten Buleleng yang terletak di Desa Kaliasem adalah Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem. Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem adalah salah satu usaha yang menjual makanan olahan *seafood*. Dibandingkan dengan pesaingnya. Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem memiliki lokasi yang strategis karena berada tepat di pesisir pantai. Pengunjung dapat menikmati pemandangan pesisir pantai saat menikmati

makanan. Disamping itu Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam ini memiliki varian menu yang beragam, menu yang ditawarkan berupa olahan *seafood* seperti ikan bakar, udang bakar, cumi bakar, dan lain-lain. Selain olahaan *seafood*, Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem menawarkan menu *non seafood* yang bertujuan agar konsumen yang berkunjung bersama keluarga dapat memilih menu yang bervariasi, dan tidak membuat konsumen merasa bosan.

Terbukti dengan adanya menu *seafood* dan *non seafood* kunjungan konsumen meningkat dalam beberapa tahun terakhir, namun keuntungan yang diperoleh menurun dikarenakan biaya operasional yang tinggi dan harga bahan baku terus meningkat. Selain itu banyak pesaing yang menjual produk serupa sehingga terjadinya persaingan yang ketat. Oleh karena itulah, dilaksankan penyebaran kuesioner terkait kepuasan pelanggan terhadap Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem. Kuesioner disebarkan di Rumah Makan di kawasan Lovina dan sekitarnya dengan tujuan mencari pembanding yang lebih diminati oleh pelanggan. Kuesioner menunjukan bahwa Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam dan Rumah Makan Ikan Bakar Mina Segara mengungguli para pesaingnya yang lain. Selain itu harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh kedua rumah makan tersebut memiliki perbedaan atau tidak yang membuat kesan positif bagi konsumen agar melakukan pembelian ulang. Kuesioner awal yang telah disebarkan menunjukkan bahwa para konsumen lebih dominan berkunjung ke Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem dibandingkan ke Rumah Makan Ikan Bakar Mina Segara dengan alasan harga yang murah, kualitas pelayanan yang diberikan dan, lokasi yang mudah

diakses. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Jadi untuk mempertahankan eksistensinya Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Tanjung Alam harus memperhatikan aspek diatas agar bisa lebih menarik minat dan perhatian dari para pelanggan agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Hasil perbandingan penjualan Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem dan Rumah Makan Ikan Bakar Mina Segara dapat dilihat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Hasil Penjualan Rumah Makan Ikan Bakar Mina Segara dan Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Periode Mei- September 2020

Bulan	Pendapatan Perbulan (Rp)	
	Tanjung Alam	Mina Segara
Mei	31.430.000	29.550.000
Juni	33.250.000	28.540.000
Juli	33.720.000	32.000.000
Agustus	34.470.000	31.250.000
September	36.720.000	30.700.000
Total :	169.590.000	152.040.000

Kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam mempertahankan konsumen itu sendiri, sehingga perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasinya. Assauri (2012: 11) menyatakan kepuasaan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, maka pelangan akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas (Sangadji dan Sopiah, 2013:181). Oleh karena itu, konsumen akan memilih rumah makan dimana konsumen merasakan kepuasan setelah mengunakan produk tersebut. Perusahaan harus memperhatikan keluhan dari konsumen guna memperbaiki kesalahan dan mulai memperbaiki agar konsumen terus mengkonsumsi produk yang nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan.

Harga merupakan salah satu variabel yang tak bisa dipisahkan dari manajemen pemasaran. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008: 345). Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2009: 21). Oleh karena itu, jika harga yang ditawarkan perusahaan sebanding dengan apa yang dirasakan oleh konsumen maka akan membuat konsumen merasa puas dengan apa yang didapatnya, sebaliknya harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan apa yang dirasakan konsumen akan menyebabkan ketidakpuasan yang nantinya akan berdampak buruk bagi perusahaan. Konsumen tidak akan lagi mau untuk membeli maupun memakai produk perusahaan. Ghozali (2014), meneliti dengan dua variabel bebas yakni

kualitas layanan dan harga, hasilnya menyatakan bahwa harga tidak lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dibanding dengan kualitas layanan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain harga adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang dapat membuat pelanggan puas adalah pelayanan yang baik, ramah, dan nyaman agar pelanggan merasa puas dengan apa yang diperolehnya. Menurut Fullerton, dalam Utami (2012: 297), kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, et al (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggannya. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik usaha berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditunjukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Lokasi merupakan salah satu variabel penting yang mendukung kepuasan pelanggan. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi dalam kegiatannya (Lupiyoadi, 2011). Dalam membuat rencana bisnis, pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi atau tempat merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2008: 63). Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi sangatlah penting

perannya dalam menentukan keberhasilannya suatu usaha, karena konsumen akan melihat apakah lokasi tersebut mudah dijangkau ataupun memiliki fasilitas yang lengkap. Sehingga nantinya akan menarik minat pelanggan untuk berkunjung ke Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem. Namun menurut penelitian (Manampiring, 2016), menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dari uraian diatas dapat kita lihat bahwa perkembangan Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem mengalami peningkatan tiap tahunnya. Namun tidak dapat dipungkiri persaingan dalam dunia bisnis di bidang kuliner ini meningkat khususnya di kawasan Lovina dan sekitarnya terdapat persaingan kompetitif dalam memberikan kepuasan pelanggan, yang menciptakan pelanggan bisa memilih rumah makan dengan pilihan yang banyak. Sehingga memaksa Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem harus mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang bertujuan menciptakan citra yang baik di mata pelanggan, sehingga mampu menjadi yang terdepan. Merujuk pada penelitian Imam (2016) menyatakan kualitas layanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Ramadhani (2017) menyatakan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini ingin menguji kembali hubungan keempat variabel tersebut yang berkaitan dengan harga, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka identifikasi masalah penelitian pada Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang desa Kaliasem adalah sebagai berikut:

1) Adanya usaha sejenis yang menawarkan berbagai varian masakan dengan harga yang relatif bersaing yang mengharuskan Rumah Makan Tanjung Alam peduli terhadap perkembangan bisnis kuliner di Daerah Lovina.
2) Adanya peningkatan kunjungan di rumah makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem dari beberapa bulan terakhir, namun tidak diikuti oleh peningkatan keuntungan.
3) Terjadinya ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi diatas serta mempertimbangkan berbagai keterbatasan-keterbatasan yang ada. Penelitian ini dibatasi pada harga, lokasi, dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut.

1) Apakah harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem?
2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem?
3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem?
4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

1) Untuk menguji pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam cabang Desa Kaliasem.
2) Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam cabang Desa Kaliasem.
3) Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam cabang Desa Kaliasem.

4) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam cabang Desa Kaliasem.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2) Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Rumah Makan Ikan Bakar Tanjung Alam Cabang Desa Kaliasem dalam menetukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai harga, lokasi, dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan