

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi seperti saat ini tingkat persaingan pasar semakin ketat, baik di pasar internasional maupun di pasar domestik. Permintaan pasar potensial di suatu negara di pengaruhi dari beberapa faktor, yakni dari jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan perkapital masyarakat di Negara tersebut. Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang yang masuk ke dalam kategori lima besar penduduk terbanyak di dunia, selain memiliki jumlah penduduk yang besar, Indonesia juga memiliki perilaku masyarakat konsumtif (dalam kompas.com) yang menyebabkan banyak perusahaan asing yang ingin mendirikan usaha di Indonesia.

Kuatnya arus globalisasi juga turut dirasakan oleh Negara Indonesia. Semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia mendorong perubahan tingkat daya beli di masyarakat, terutama di kota besar, seperti di DKI Jakarta. Hal ini membuka peluang besar bagi pengusaha untuk memilih berbagai macam pilihan produk atau jasa sesuai keinginan mereka, termasuk memilih restoran atau rumah makan.

Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia (2018) mencatat bahwa, subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi di bandingkan subsektor lain di Berkaf.

Tabel I.1 Jumlah pendapatan usaha penyediaan makanan dan minuman menurut Provinsi dan jenis pelanggan tahun 2017 (juta rupiah)

Provinsi	Jenis Pelanggan			Jumlah Total
	Penduduk Sekitar	Luar Kabupaten/Kota	Sekali Datang	
DKI Jakarta	16.143.171	4.307.235	2.365.961	22.816.367
Jawa Barat	6.747.302	2.273.891	1.593.829	10.615.022
Bali	998.592	2.166.672	2.265.729	5.430.993
Banten	2.410.838	830.389	324.917	3.566.144
Jawa Timur	1.956.710	809.187	528.883	3.294.780

Sumber : Badan Pusat Statistik 2017

Seperti yang kita ketahui, Indonesia memiliki beragam kuliner dari berbagai daerah dengan ciri khasnya masing masing. Dapat di lihat dari tabel di atas terdapat 5 kelompok besar Provinsi yang mempunyai pendapatan usaha penyediaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia. Peringkat pertama di peroleh Provinsi DKI Jakarta yang mayoritas pelanggannya berasal dari penduduk sekitar, lalu di susul oleh Provinsi Jawa Barat, Bali, Banten, Jawa Timur dan yang lainnya.

Dilansir dari halaman *website* Pikiranrakyat.com (2019) menyatakan bahwa menurut Menteri Perindustrian bapak Airlangga Hartarto, hingga triwulan 1 tahun 2019, pertumbuhan penduduk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman mencapai 6,77%. Sektor tersebut pun berkontribusi sebesar 35,58% terhadap PDB Industri non migas dan sebesar 6,35% terhadap PDB Nasional. Pada tahun 2018, ekspor industri makanan tumbuh 11,71%, sedangkan minuman tumbuh 3,16%. Pada tahun 2019, sektor tersebut mampu menarik investasi sebesar US\$383 dan 8,9 triliun hingga triwulan 1 tahun 2019. Dalam hal penyerapan tenaga kerja, sektor makanan dan minuman juga telah

menyerap 1,2 juta orang di tahun 2018, yang artinya sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang menjanjikan di dunia usaha.

Banyaknya persaingan di bidang kuliner saat ini sangatlah tinggi, mulai dari warung makan hingga ke restoran besar yang mewah. Masing masing menawarkan berbagai macam ciri khas tersendiri. Seperti yang akhir-akhir ini menghebohkan masyarakat Indonesia (indozone.id), dengan *Tren* makan makanan Jepang dan Korea yang berkonsep “*All you can eat*”. Sesuai dengan namanya, restoran All You Can Eat (AYCE) merupakan restoran yang menerapkan konsep makan sepuasnya. Dengan sekali bayar, konsumen dapat menikmati semua hidangan menu yang tersedia disana.

Sejatinya, sistem AYCE di industri restoran berasal dari kultur Swedia pada awal abad ke 18. Pada masa itu, orang-orang Swedia punya tradisi bernama *smorgasbord* untuk menjamu para tamu yang kelaparan dengan banyaknya hidangan. *Smorgasboard* sendiri artinya jenis makanan skandinavia yang disajikan bergaya prasmanan, terdiri dari beberapa hidangan panas dan dingin dari berbagai jenis makanan di atas meja.

Mengutip dari buku *The SAGE Encyclopedia of Food Issues* (2015), kepopuleran AYCE mulai merambah ke Amerika Serikat pada tahun 1930an setelah orang Amerika menjajal tradisi makan sepuasnya saat pameran kuliner Swedia di acara *World's Fair*. Setelah itu, mulailah sistem AYCE menyebar di berbagai Negara, di Korea dan Jepang misalnya, mereka menerapkan konsep AYCE dengan spesialis menu yakiniku (hidangan daging yang dipanggang). Seiring dengan popularitasnya yang kian meningkat, AYCE yakiniku malah

membentuk sebuah budaya tersendiri, menjadi ikon kuliner di Jepang dan Korea.

Kemunculan sistem *All You Can Eat* di Indonesia sebenarnya bukan hal yang baru. Ia telah mencuat sejak 32 tahun yang lalu, dengan Hanamasa sebagai pionirnya. Ditahun 1987, Hanamasa membawa sensasi AYCE di Indonesia dengan memperkenalkan sistem *self service*. Pengunjung bebas mengambil sendiri makanan yang mereka suka. *Outlet* Hanamasa pertama di Indonesia terletak di Mahakam, Kebayoran baru, Jakarta Selatan. 32 tahun berjaya, Hanamasa berhasil membuka 28 gerai diseluruh Indonesia.

Dikutip dari *website Today.line.me* (2019), Toshiko Potoboda mengatakan bahwa menjadi yang pertama menjajaki bisnis restoran AYCE Jepang di Indonesia bukan alasan untuk tak berinovasi. Pasar terus berubah, demikian dengan kebutuhan konsumen. Perjuangan Hanamasa di ranah bisnis AYCE kemudian semakin hari kian banyak yang mengikuti. Tepatnya pada tahun 2015, Shabu Hachi dan Gyukaku muncul. Disusul, Kintan Buffet tahun 2016. Mereka menawarkan sensasi makan enak dengan daging yang berkualitas juga.

Hanamasa menekankan konsep AYCE Yakiniku dan Syabu-syabu. Yakiniku adalah makanan yang dibakar terdiri dari *seafood*, daging ayam, daging sapi, aneka sosis ayam dan sapi dan lainnya. Sedangkan, syabu-syabu adalah makanan yang cara masaknya dengan direbus mulai dari sayuran segar, daging sapi, daging ayam dan *seafood*, dengan melakukan penyesuaian rasa dengan lidah orang Indonesia. Yang menarik di Hanamasa, terselip jajanan

pasar dan minuman tradisional di selasela *counter* makanan restoran Jepang ini, yang menjadi salah satu ciri khas mereka.

Untuk harga per orangnya, Hanamasa mematok harga paket sebesar Rp 188.500 untuk orang dewasa, harga paket Anak di sesuaikan dengan tinggi badan, anak yang memiliki tinggi badan 110cm sampai 130cm dan berusia diatas 5 tahun akan dikenakan paket anak yaitu sebesar Rp 136.500.

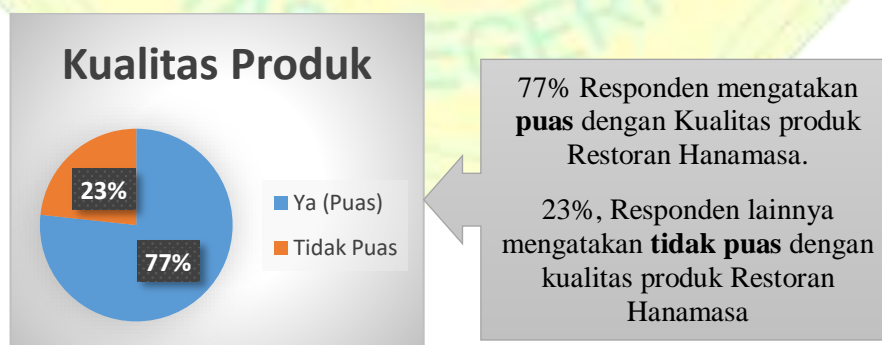
Keberhasilan perusahaan makanan Jepang Hanamasa, salah satunya ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan setiap keinginan pelanggan, seperti kualitas produk makanan yang selalu *Fresh* dan beraneka ragam, selain itu harga yang terjangkau dan kesesuaian harga dengan kualitas produk juga dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan.

Walaupun keberhasilan restoran Hanamasa tidak di ragukan lagi, namun usaha dalam menciptakan kepuasan pelanggan tidak selalu berjalan dengan baik. Berbagai keluhan dan kritik dari pelanggan menjadi tanda ketidakpuasan pelanggan terhadap produk dan jasa yang di tawarkan. Salah satu contoh ketidak puasan pelanggan adalah kualitas produk yang buruk, misalnya bahan baku makanan yang kurang *fresh* dan varian menu yang sedikit. Apabila keluhan pelanggan tidak ditanggapi dengan baik oleh pihak restoran, maka pelanggan tentu akan beralih ke restoran pesaing yang lain.

Salah satu contoh ketidak puasan terhadap kualitas produk dapat dikutip dari *Review* situs kuliner Zomato (2019), Konsumen mengeluh bahwa di beberapa *outlet* Hanamasa memiliki kualitas daging di rasa kurang segar, rasa syabu-syabu nya juga cenderung tawar dan kualitas makanannya juga

cenderung menurun dari tahun ke tahun. Selain dari segi kualitas makanan, konsumen lainnya juga mengeluh bahwa harga paket anak di Hanamasa terlalu mahal, hal ini disebabkan bahwa kebanyakan anak yang memiliki tubuh yang besar dapat memakan lebih banyak makanan dari orang dewasa pada umumnya. Kemudian diberlakukannya aturan bahwa seorang yang memiliki tinggi yang di tentukan dikenakan harga paket orang dewasa.

Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan peneliti melalui *Google Form* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, di peroleh informasi bahwa 77% responden merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan, beberapa reponden mengatakan Hanamasa memiliki makanannya enak, jenis makanannya beragam dan tidak ada batas waktu dalam sekali makan. Walaupun demikian, 23% responden lainnya merasakan hal yang berbeda, mereka merasa tidak puas, hal ini disebabkan kurangnya inovasi menu, tekstur daging sapi yang terlalu tebal dan alot, serta kualitas makanan yang di rasa masih kurang *Fresh*.

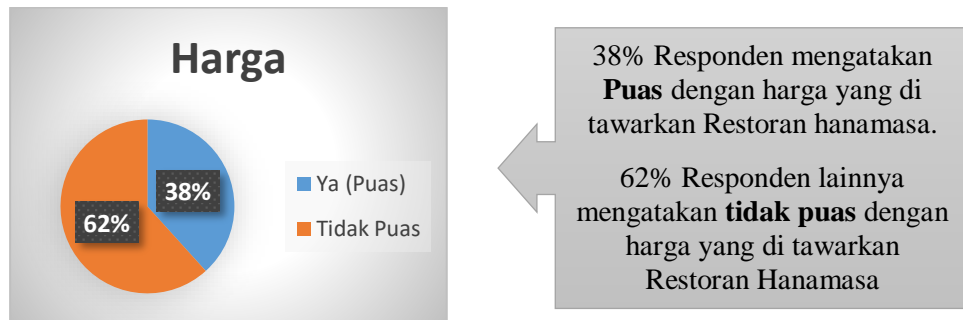


Gambar I.1 Hasil survei awal Restoran berkonsep “All You Can Eat” di Jakarta

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk. Hal ini di dukung oleh penelitian terdahulu oleh Yetti Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji (2015) tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo, yang menegaskan bahwa produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Konsumen akan membeli produk kalau mereka tertarik dan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Produsen juga harus mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas produk, agar konsumen tetap membeli produk secara terus menerus. Pembelian terus menerus mengartikan bahwa konsumen memiliki loyalitas terhadap produk. Oleh karena itu, produsen harus menjual kualitas produk mereka dengan harga yang layak.

Berdasarkan *survey* awal yang dilakukan peneliti melalui *google form* pada mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa sebesar 38% responden mengaku puas, mereka berpendapat bahwa harga yang di tawarkan hanamasa sebanding dengan kualitas makanan yang disajikan. Sedangkan 62% reponden lainnya mengatakan bahwa harga yan di tawarkan oleh restoran Hanamasa terlalu mahal dan tidak sesuai dengan *budget* mahasiswa.



Gambar I.2 Hasil survei awal Restoran berkonsep “All You Can Eat” di Jakarta

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu harga. Ha ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Pamela Montung, Jantje Sepang dan Decky Adare (2015) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru yang menegaskan bahwa harga menjadi faktor penting bagi usaha kuliner dan bisa dibilang mempunyai pengaruh bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan harga yang terjangkau, menu andalan yang ada di restoran kawan baru pasti dapat menarik minat beli dari pelanggan untuk membeli di restoran kawan baru.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk dan harga.

Berdasarkan permasalahan yang di temukan diatas, maka peneliti memperoleh gambaran bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Hubungan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran berkonsep “All You Can Eat” Hanamasa di Jakarta**

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta?
2. Apakah Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran berkonsep “*All You Can Eat*” Hanamasa di Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah di rumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang empiri dan fakta yang tepat (Sahuh, benar dan juga valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan harga terhadap kepuasan pelanggan.

D. Kebaruan Penelitian

Dalam penulisan skripsi atau tesis di Fakultas Ekonomi, banyak peneliti yang meneliti tentang Kepuasan Pelanggan, namun setiap penelitian tentang kepuasan pelanggan memiliki pengaruh variabel yang berbeda-beda. Salah satunya adalah Kualitas produk dan harga, akan tetapi untuk hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap kualitas produk di restoran berkonsep “*All you can eat*” masih belum banyak yang meneliti.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Johanes et al., (2014) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna *cafe* dan resto Cabana Manado” yang meneliti pengunjung *Cafe* dan restoran cabana manado dengan teknik sampling *Purposive Sampling* dengan menggunakan teknik analisis data regresi berganda. Adapun tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna *cafe* dan resto Cabana Manado.

Sedangkan peneliti mengambil sampel dan populasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan teknik yang sama yaitu *Purposive Sampling* dengan menggunakan teknik analisis data regresi berganda. Alasan memilih responden karena keterbatasan waktu dan ketersediaan koorprodi untuk mengizinkan saya meneliti pada mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas prorduk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini masih tergolong baru dan belum banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu.