



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

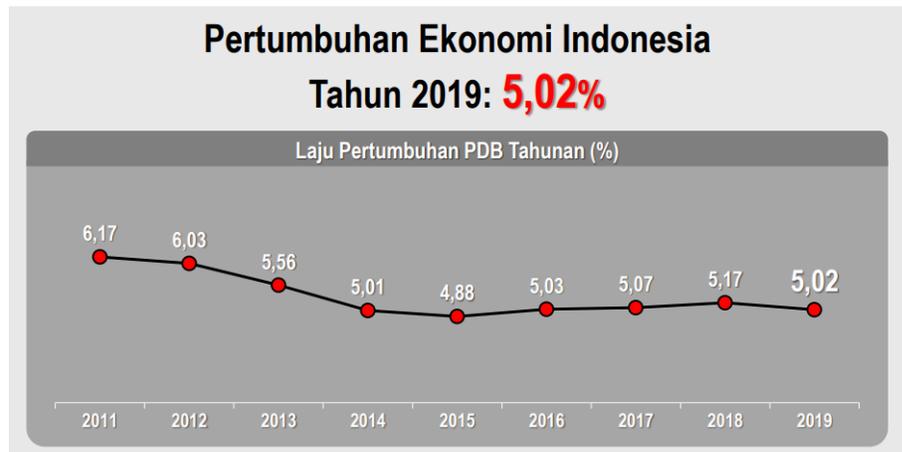
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian Indonesia saat ini semakin berkembang pesat sejak tahun 2014. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2019 mencapai 5,02 persen, lebih rendah dibandingkan dengan pencapaian pada tahun 2018 yang mencapai 5,17 persen.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2019

Sumber: BPS, 2020

Menurut Kementerian Perindustrian, industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki potensi pertumbuhan yang besar karena adanya dukungan sumber daya alam yang melimpah dan permintaan domestik yang besar. Kementerian Perindustrian mencatat, pada triwulan 1 tahun 2019, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 6,77 persen berada di atas pertumbuhan ekonomi yang berada di angka 5,07 persen. Selain itu,

industry makanan dan minuman berkontribusi sebesar 35,58 persen terhadap PDB industri nonmigas.

Bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin diminati, dan dapat di lihat dari banyaknya masyarakat yang gemar mencari beberapa aneka menu makanan baik makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha kuliner yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran menu andalan masing-masing, sehingga subsektor kuliner memberikan kontribusi sebesar 41,40 persen dari total pendapatan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia (SINDO, 2019). Menurut Direktur Parama Indonesia, meningkatnya bisnis kuliner dipicu karena kebutuhan masyarakat di kota-kota besar hingga pertumbuhannya mencapai angka 34 persen (Juniman, 2017).

Tabel 1. 1 Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan di Daerah Perkotaan Menurut Kabupaten/Kota (rupiah)

Kabupaten/Kota	Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan di Daerah Perkotaan Menurut Kabupaten/Kota (rupiah)	
	Makanan	
	2017	2018
Kep. Seribu	728.281	973.015

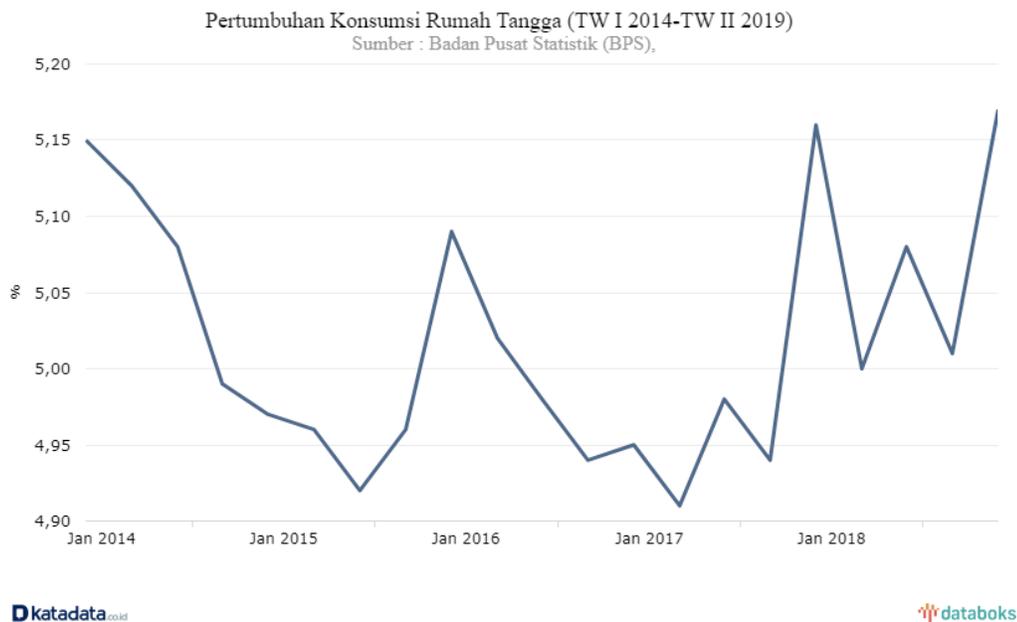
Kabupaten/Kota	Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan di Daerah Perkotaan Menurut Kabupaten/Kota (rupiah)	
	Makanan	
	2017	2018
Jakarta Selatan	755.668	838.563
Jakarta Timur	799.210	824.251
Jakarta Pusat	725.153	832.740
Jakarta Barat	813.451	863.031
Jakarta Utara	864.715	1.234.152
DKI Jakarta	797.828	847.847

Sumber: BPS, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas, rata-rata pengeluaran per kapita sebulan makanan di daerah perkotaan menurut kabupaten/kota mengalami kenaikan dari tahun 2017 ke tahun 2018. Kenaikan ini menunjukkan bahwa masyarakat di daerah perkotaan mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk membeli makanan.

Pada saat ini kebutuhan akan makanan dan minuman tidak lagi sebagai kebutuhan dasar semata yang harus dipenuhi, melainkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari aktivitas yang

dilakukan bersama teman atau kerabat sebagai ajang sosialisasi/kumpul bersama dan dapat dilihat dari konsumsi rumah tangga pada triwulan II tahun 2019 yang berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia hingga mencapai lebih dari 55 persen dari PDB Indonesia. Pengeluaran konsumsi masyarakat terbesar pada triwulan II tahun 2019 ini untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, yaitu sebesar Rp 872,66 triliun atau kurang lebih sebesar 39,46 persen. Pertumbuhan konsumsi rumah tangga pada triwulan II tahun 2019 mencapai 5,17 persen dan ini merupakan pertumbuhan tertinggi sejak tahun 2014. Sehingga tidak heran jika banyak orang yang beranggapan bahwa bisnis yang menjanjikan saat ini adalah bisnis usaha kuliner.



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga (TW I 2014 - TW II 2019)

Sumber: Katadata.com, 2019

Maka sudah tidak heran jika pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia diperkirakan akan semakin bertumbuh dan tentunya akan menjadi peluang menarik bagi para pengusaha bisnis kuliner. Semakin luas persaingan bisnis terutama dibidang restoran dan kafe yang mengakibatkan suatu perusahaan ingin terus berkembang atau paling tidak bisa bertahan dalam waktu yang lama. Sehingga Bisnis kuliner merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer bagi manusia.

Di Indonesia terdapat banyak restoran dan kafe yang dapat kita temukan dari didalam mall hingga di pinggir jalan dapat dengan mudah kita temukan berbagai macam restoran dan kafe. Dari restoran dan kafe yang menyajikan berbagai jenis menu makanan dan minuman dari belahan dunia seperti, Indonesia, Asia, Barat, hingga Timur Tengah kini dapat dengan mudah kita temukan. Tidak hanya restoran yang menyajikan berbagai jenis makanan sajam, tetapi kini sudah banyak terdapat restoran dan kafe yang menyajikan suasana yang menarik dan unik kepada para pelanggannya. Sehingga masyarakat saat ini dihadapkan dengan berbagai pilihan alternative dalam memilih restoran dan kafe yang mereka ingin kunjungi.

Pada saat ini sudah banyak ditemukan restoran dan kafe dengan konsep yang unik dan menarik, seperti menu makanan dan minuman yang disediakan, desain eksterior dan interiornya, serta *Live Music* yang disediakan untuk menarik minat pengunjung untuk mendatangi restoran dan kafe tersebut. Sehingga pelanggan saat ini dihadapkan dengan berbagai pilihan

alternatif dalam memilih restoran yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya, pelanggan tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan dan konsep yang menarik, sehingga restoran dengan karakteristik yang khas dan memiliki daya tarik tinggi mampu menarik pelanggan yang berkunjung. Tidak hanya dengan konsep yang menarik serta unik, para pengusaha restoran juga menciptakan ide kreatif dalam mengembangkan bisnis kulinernya. Penawaran demi penawaran dari perusahaan terus berganti, seperti paket makan siang atau paket hari-hari tertentu. Semua dilakukan untuk menarik minat dan perhatian para pelanggan untuk mengunjungi restoran tersebut.

Tidak hanya mengutamakan minat dan perhatian pelanggan, menciptakan kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting untuk para pengusaha bisnis kuliner. Pelanggan yang merasa puas akan mendatangkan pelanggan yang baru bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan menceritakan pengalamannya atas menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada orang lain, akan tetapi pelanggan tidak selamanya akan merasa puas. Mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkannya bukan hal yang mudah, sehingga para pengusaha bisnis kuliner harus bisa menetapkan langkah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan mengandalkan menu yang enak, bergizi, dan memiliki harga yang *relative* terjangkau saja tidaklah cukup, ada masa dimana pelanggan merasa bosan atau jenuh dengan menu yang sudah ada dan tidak memungkinkan juga untuk perusahaan terus mengeluarkan menu terbaru

dalam waktu dekat, dengan adanya penawaran lain dan unik yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Harga tidak lagi menjadi jaminan untuk pelanggan merasa puas atau tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, serta di sisi lain pelanggan berharap akan adanya sesuatu yang lebih dari sekedar menu saja.

Maka dari itu, pengusaha bisnis kuliner sedang berlomba untuk menciptakan suasana restoran yang nyaman serta menarik untuk para pelanggannya. Sejalan dengan perkembangan zaman yang terjadi di berbagai aspek kehidupan yang semakin modern dan canggih, peningkatan terus dilakukan oleh berbagai pihak. Hal ini tentu saja berpengaruh pada gaya hidup, serta persepsi masyarakat terhadap kebutuhan dan kepuasan yang sebelumnya hanya berupa tuntutan kebutuhan fisik. Perubahan nilai-nilai sosial kultur, ekonomi dan tingginya kemajuan di sektor teknologi dan komunikasi ini membawa tuntutan baru akan sarana dan prasarana bagi masyarakat kota, khususnya hiburan. Salah satu bentuk hiburan yang paling digemari saat ini adalah musik, dalam sehari rata-rata waktu yang digunakan masyarakat untuk mendengarkan musik sebesar 13,3 persen (Nabila, 2019).

Sebagai salah satu cabang seni paling universal, musik telah menjadi komoditi yang berkembang cukup pesat di kalangan masyarakat saat ini. Masyarakat Indonesia mendengarkan musik setidaknya 3 jam dalam sehari, tercatat lebih dari 3,9 miliar lagu yang diputar dalam waktu permintaan lebih dari 11 miliar menit (Anggraini, 2017). Serta ditandai dengan banyaknya komunitas pecinta musik dengan berbagai aliran dan ajang-ajang musik

internasional maupun nasional yang sering diadakan setiap tahunnya seperti, *Java Jazz Festival*, *We The Fest*, *SHVR Ground Festival*, *Djakarta Warehouse Project*. Disamping itu, munculnya kafe-kafe yang menyajikan *live music* sebagai hidangan utamanya menjadi daya tarik untuk mendatangkan pelanggan.

Suasana restoran juga menjadi faktor penting bagi pelanggan dalam menentukan tempat makan, selain harga, kualitas, dan layanan menurut Kotler, Bowen, & Makens (2003). Atmosfer restoran memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan serta mempengaruhi emosi positif pelanggan. Beberapa indikator yang digunakan dalam atmosfer restoran adalah desain interior dan eksterior, pengaturan meja, dekorasi, musik, pencahayaan, aroma restoran, pengaturan tempat duduk, tata letak fasilitas, furniture, warna, kebersihan restoran, dan kebersihan dari seragam server (Heung & Gu, 2012).

Saat ini di Jakarta sendiri sudah banyak kafe dan restoran yang menyajikan *live music* untuk memanjakan para pelanggannya saat mengunjungi kafe atau restoran mereka. Salah satu restoran atau kafe yang menyediakan live musik untuk para pelanggannya adalah Holywings.

Holywings merupakan salah satu restoran dan kafe yang cukup terkenal dikalangan anak muda hingga orang dewasa di Indonesia. Holywings juga menyediakan *live music* untuk memanjakan para tamunya yang datang untuk bersantai ataupun berkumpul dengan para kerabatnya. Tidak hanya menyediakan *live music* saja, Holywings memberikan kenyamanan kepada pelanggannya yang datang berupa tampilan visual dari restorannya,

antropometrik, dan *ergonomic* lingkungan untuk mendukung suasana *live music* yang ada. Holywings menjadi salah satu restoran yang saat ini digemari oleh para anak muda hingga orang dewasa, ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung Holywings setiap harinya. Menurut salah satu *manager* Holywings, rata-rata pengunjung setiap harinya bisa mencapai 200 hingga 300 pengunjung di hari biasa (*weekday*) dan 300 hingga 350 pengunjung di hari libur (*weekend*). Jumlah pengunjung yang datang tidak selalu sama terkadang jumlah pengunjung Holywings bisa mencapai lebih dari 500 pengunjung jika ada *event* atau pada saat Holywings mengundang penyanyi lokal maupun internasional. Setiap Bulannya Holywings selalu mengundang penyanyi papan atas untuk tampil di *outletnya*, seperti Bunga Citra Lestari, Ari Lasso, Anji, Judika, Andmesh, Christian Bautista, Clean Bandit dan masih banyak artis yang lain yang di undang untuk bernyanyi di Holywings dan menghibur semua tamu yang datang.

Berdasarkan *review* yang diberikan oleh pengunjung Holywings di TripAdvisor, terdapat beberapa hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen kepada Holywings diantaranya seperti pelayanan para staf, waktu pembuatan makanan yang dipesan sangat lambat, ruangan yang penuh dengan asap rokok, volume musik yang dimainkan terlalu besar, serta beberapa layanan yang diberikan kurang ramah kepada pelanggan, dan kurangnya informasi untuk layanan keluhan pelanggan.

Maka dari itu Kenyamanan di *outlet* menjadi faktor yang paling penting untuk diperhatikan agar para pelanggan tetap setia dan merasa

nyaman berlama-lama di Holywings. Untuk mencapai *Customers Convenience* di *outlet* Holywings, hal yang harus di perhatikan yaitu faktor dari aspek *ergonomic* yang digunakan pada *outlet* Holywings. Aspek-aspek *ergonomic* yang di perhatikan yaitu tampilan visual restoran, antropometrik, serta *ergonomic* lingkungan agar mencapai *customers convenience* dan berdampak positif bagi perkembangan Holywings kedepannya dan membantu meningkatkan perekonomian Negara khususnya pada sektor ekonomi kreatif.

Mengingat pentingnya akan hal tersebut, maka penulis ingin meneliti *outlet* Holywings, serta penulis ingin menghubungkan aspek *ergonomic* terhadap *customers convenience* untuk mengoptimalkan *customers convenience* pada pengunjung Holywings.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi pertanyaan penulis yang terdapat dalam penulisan ini yaitu:

1. Apakah faktor *visual display* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's convenience* di Holywings?
2. Apakah faktor *antropometri* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's convenience* di Holywings?
3. Apakah faktor *environmental ergonomic* memiliki positif pengaruh terhadap *customer's convenience* di Holywings?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan diatas, maka tujuan dari penulisan ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor *visual display* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's convenience* di Holywings.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor *antropometri* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's convenience* di Holywings.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor *environmental ergonomic* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's convenience* di Holywings.

1.4 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun dan dijabarkan oleh penulis, maka dalam penelitian ini penulis membatasi lingkup penelitian agar penelitian ini dapat terfokus pada suatu jalan keluar. Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Syarat responden yang valid dalam penelitian ini mencakup pria atau wanita yang sudah pernah mengunjungi *outlet* Holywings.
2. Responden harus sudah pernah berkunjung ke *outlet* Holywings.
3. Ruang lingkup wilayah hanya mencakup masyarakat di daerah Jabodetabek.
4. Umur responden minimal 18 tahun.
5. Responden penelitian yang sudah pernah mengunjungi *outlet* Holywings sejak 1 Januari 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada perusahaan dan pembaca tentang bagaimana pengaruh dari faktor *ergonomic* terhadap *customer's convenience*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbang pemikiran terhadap pemecahan masalah pada *outlet* Holywings yang berkaitan dengan faktor *ergonomic*. Hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi restoran lainnya agar lebih memperhatikan aspek *ergonomic* terhadap *customer's convenience* dan menjadikan *outlet*-nya lebih optimal dari yang sebelumnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian skripsi ini terdiri dari 5 bab utama, yang dimana setiap bab memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Berikut ini merupakan sistematika penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menceritakan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian yang diharapkan penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis menjabarkan pengertian, devinisi, contoh teori-teori yang digunakan serta memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis berkaitan dengan variable-variabel yang digunakan. Pengambilan teori dilakukan melalui buku-buku bacaan dan jurnal internasional.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan tentang sejarah objek penelitian, dan tentang perusahaan, metode apa yang digunakan untuk melakukan pengolahan data, ruang lingkup penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta penentuan metode perhitungan data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi tentang gambaran objek penelitian, dan hasil dari kuesioner yang telah dikumpulkan, dihubungkan dengan teori, dan diberikan hasil analisis terkait penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dibagian terakhir ini, peneliti akan membuat suatu kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian untuk penelitian kedepannya.