



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:

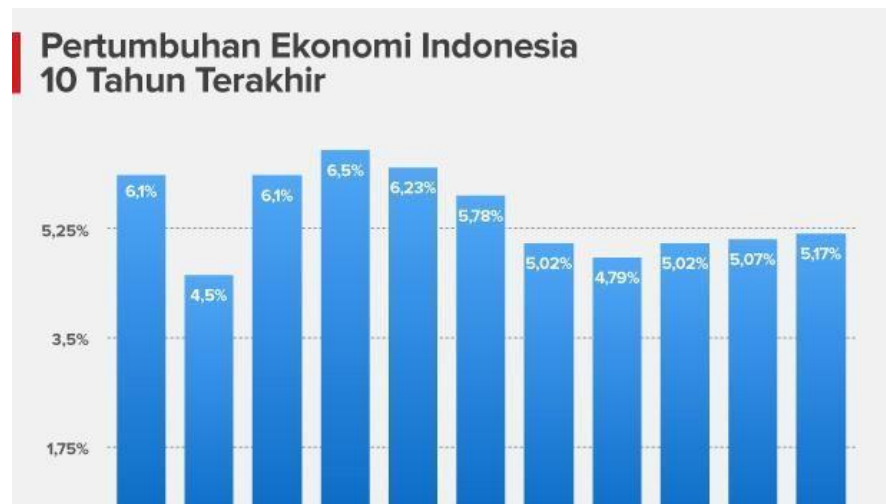
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri yang terjadi di Indonesia saat ini memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian Indonesia baik di tingkat daerah atau nasional. Menurut Menteri Perindustrian (Menperin) Airlangga Hartarto mengatakan bahwa sektor industri berperan penting dalam berupaya untuk meningkatkan nilai investasi dan ekspor yang dapat menjadi sektor andalan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut beliau sektor industri yang ada di Indonesia berkontribusi terhadap PDB sebesar 20%, pencapaian ini disumbangkan dari kelima sektor industri di Indonesia yang mencakup industri makanan dan minuman, industri tekstil dan pakaian, industri otomotif, industri kimia dan industri elektronika (Deny, 2019).



Sumber : CNN Indonesia, 2019

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 10 Tahun Terakhir

Menurut data statistik diatas yang bersumber dari CNN Indonesia, pada tahun 2019, pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami peningkatan dari 5.07% di tahun 2018 menjadi 5.17% di tahun 2019. Peningkatan sebesar 0.1% ini menurut Kepala Pusat Penelitian Ekonomi (P2E) dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Agus Eko Nugroho tidak terlalu signifikan dari tahun sebelumnya (Fauzie, 2019). Sehingga perlu adanya langkah dari pemerintah dalam membantu memanfaatkan sektor industri di usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta terwujudnya kebijakan pemerintah yang lebih terperinci dalam pengembangan sektor industri di tanah air.

Berbagai macam sektor industri dapat membantu berkontribusi dalam peningkatan sektor perekonomian di Indonesia, salah satu diantaranya adalah sektor kuliner. Sektor industri ini mampu memberikan kontribusi pertumbuhan tertinggi pada tahun 2018 sebesar 12,7% dan diperkirakan akan selalu meningkat setiap tahunnya (Trihendrawan, 2019).

Berdasarkan pernyataan dari Corporate Affairs Director PT Frisian Flag Indonesia, Andrew F. Saputro menyampaikan bahwa sektor kuliner telah berhasil menyumbang sebesar 41,4% dari total PDB ekonomi kreatif Indonesia (Handayani, 2018). Pertumbuhan industri kuliner tanah air memberikan tantangan bagi para pelaku usaha kuliner untuk selalu berinovasi dan memberikan produk dan layanan berkualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Perkembangan industri kuliner tanah air juga didukung dengan bertambahnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang khususnya berfokus pada produk makanan atau minuman. Kesuksesan usaha kuliner terlihat dari data bahwa diantara 60 juta UMKM di tanah air, produk makanan atau minuman

merupakan sektor yang paling berkontribusi hingga berada di atas 60% atau setara dengan 40 juta pelaku UMKM kuliner (Wicaksono, 2019). Sehingga hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner akan selalu berkembang selama masyarakat masih menyukai kegiatan kuliner.

Meningkatnya pertumbuhan industri kuliner di Indonesia hingga saat ini tentunya disebabkan oleh keberhasilan para pelaku usaha makro maupun UMKM yang saling bersaing secara kompetitif dalam menarik pengunjung atau target konsumen baik dari segi makanan yang ditawarkan atau pelayanannya.

Berdasarkan berita yang bersumber dari liputan6.com, ada 7 faktor yang dapat membantu agar restoran dapat terus berkembang kedepannya. Pertama adalah konsep, pelaku usaha harus memikirkan konsep yang memiliki nilai jual yang menarik sehingga konsumen dapat lebih mudah mengingat restoran tersebut. Kedua adalah suasana yang nyaman, dalam hal ini pelaku usaha harus menciptakan keadaan restoran yang selalu bersih agar konsumen betah berada di restoran. Ketiga adalah menu makanan, pelaku usaha harus memiliki sajian makanan yang menjadi andalan utama untuk ditawarkan kepada konsumen dari restoran namun tetap harus berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Selanjutnya adalah harga dan kualitas, pelaku usaha perlu memperhatikan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas makanan yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat menikmati makanan dengan harga yang adil dengan kualitas dan rasa makanan yang enak. Kelima adalah fasilitas, pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan fasilitas bagi pengunjung restoran untuk menambah nilai tambah bagi restoran sendiri seperti menyediakan toilet yang bersih, tempat makan yang nyaman, atau wifi. Keenam adalah pemasaran,

kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan usahanya dengan tepat dapat menjadi media untuk mendapatkan konsumen baru dan membuat restoran semakin dikenal masyarakat, khususnya pemasaran melalui sosial media. Terakhir adalah pelayanan, pelaku usaha dapat menyajikan pelayanan yang dapat mempermudah konsumen untuk membeli produk yang dijual restoran seperti bekerja sama dengan go-food atau ojek *online* untuk pengantaran makanan (Sari, 2018). Dengan memperhatikan ke tujuh metode ini, pelaku usaha dapat mengembangkan usaha tempat makannya agar semakin maju dan berkembang di kalangan masyarakat.

Hal serupa juga dinyatakan oleh Marketing & Insights Manager Fonterra Foodservices Indonesia, Anindita Sari yang berpendapat bahwa pelaku usaha kuliner harus mampu bersaing dalam segi desain, konsep tata ruang dan juga kreatifitas dalam penyajian produk makanan yang ditawarkan ke konsumen yang dapat menjadi nilai tambah bagi bisnis tersebut (Pratiwi, 2015)

Salah satu usaha bisnis kuliner UMKM di Indonesia yang cukup populer berkembang di kalangan masyarakat ada usaha Warung Tegal atau yang akrab di kenal dengan sebutan Warteg. Menurut JJ Rizal, Ahli Sejarahwan Indonesia, Warteg pertama kali hadir di Jakarta sekitar tahun 1950-an, awalnya terjadi karena banyaknya warga asal Jawa Tengah banyak yang bermigrasi ke Jakarta karena banyak pembangunan di daerah Kebayoran Baru (Samparaya, 2018). Pada saat pembangunan itulah, para pekerja proyek perlu untuk makan, sehingga muncul kumpulan mayoritas pedagang yang berasal dari Tegal yang menciptakan usaha rumah makan di daerah sekitar proyek tersebut. Usaha rumah makan tersebut dinamakan Warung Tegal, karena sebagai penanda bahwa yang berjualan saat itu

adalah mayoritas orang asal tegal dan penggunaan nama tersebut juga masih digunakan sampai saat ini

Menurut Fadly Rahman, Sejarawan Makanan Indonesia yang di lansir dari Kompas.com menambahkan bahwa alasan orang untuk memilih makan di Warteg adalah dikarenakan Warteg menyajikan masakan seperti masakan rumahan dengan porsi yang banyak serta harga yang murah. Selain alasan di atas, Warteg merupakan rumah makan yang mudah ditemui di sudut kota, hingga ada beberapa Warteg yang membuka usahanya tersedia selama 24 jam. Usaha Warteg sendiri menjajakan biasanya 30-50 lauk pauk yang terdiri dari sayuran, ikan, oseng-oseng dan masakan rumah lainnya. Sejarawan Indonesia, JJ Rizal kembali mengatakan bahwa usaha Warteg dianggap sebagai bentuk pertahanan nasional dan merupakan penyelamat perut atau kelaparan bagi para penikmat makanan ketika nanti terjadi krisis atau makanan mahal karena harga yang sangat bersahabat dan rasa yang enak. Pembeli juga bisa langsung memilih lauk atau makanan favorit yang sesuai dengan *budget* yang dimiliki (Samparaya,2018).

Berawal dari warteg yang selalu di pandang sebelah mata oleh masyarakat Indonesia karena tempat yang kecil, kurang nyaman, suasana yang panas dan makanan yang kurang bersih, terciptalah ide dari Rommy Tjandra bersama dengan rekannya mendirikan warteg modern yang dinamakan Wahteg. Wahteg hadir dengan memberikan kenyamanan, kebersihan dan variasi makanan yang berbeda dibandingkan warteg pada umumnya. Wahteg di bangun dengan tujuan untuk menghilangkan stigma warteg di mata masyarakat Indonesia sebagai rumah makan yang tidak bersih dan kurang nyaman. Dilihat dari segi kebersihan dan higienitas makanan, Rommy mengatakan bahwa, Wahteg sudah memiliki buku

standar operasional sendiri dalam menjalankan usahanya. Selain itu, terdapat unsur moderinitas yang Wahteg tambahkan untuk dapat menambah kenyamanan konsumen seperti pendingin ruangan, akses *wifi*, area makan khusus *smoking* dan *non-smoking* serta sistem pembayaran yang tidak hanya menggunakan pembayaran tunai namun melalui *payment gateway* dan kartu kredit (Julio, 2019).

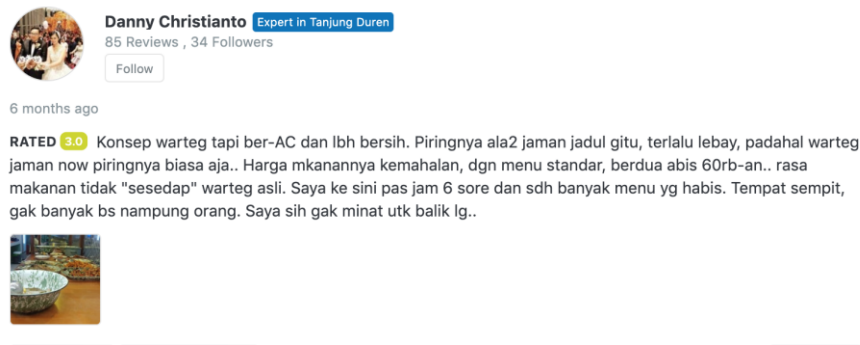
Terkait dengan penelitian yang dilakukan terhadap rumah makan Wahteg, Peneliti sendiri telah melakukan *in-depth interview* dengan 7 orang narasumber yang terdiri dari mahasiswa maupun karyawan yang sudah pernah berkunjung ke Wahteg. Menurut Sugiyono (2012) *in depth interview* atau wawancara mendalam didefinisikan sebagai proses wawancara yang dilakukan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka yang dimana responden diminta untuk menjelaskan pendapat, ide atau gagasan terhadap suatu masalah atau fenomena. Hal ini juga didukung penjelasan mengenai *in depth interview* menurut Zikmund et, al (2013) yang mengatakan bahwa *in depth interview* merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan responden dimana responden memahami topik yang akan dibahas oleh peneliti. Kriteria responden yang dapat digunakan untuk *in depth interview* adalah ketika responden dapat membandingkan suatu brand yang ingin diteliti dengan brand lain yang serupa dalam bentuk layanan, produk, fasilitas dari brand tersebut (Zikmund et al., 2013). Dengan adanya *in-depth interview* ini di anggap dapat mewakili pengalaman yang dirasakan konsumen ketika berkunjung ke Wahteg karena 7 responden memiliki pengalaman ketika di rumah makan Wahteg dan ketika berkunjung ke warteg pada umumnya. Setiap narasumber yang ada juga memiliki latar belakang yang berbeda dan dapat

menjadi sumber yang dapat dipercaya. Fenomena yang terjadi disini, sebanyak 7 orang narasumber merasa harga serta porsi makanan yang ditawarkan Wahteg terlalu mahal walaupun didukung dengan fasilitas atau kenyamanan yang ditawarkan. Sehingga, para narasumber merasa lebih tertarik untuk pergi makan ke warteg pada umumnya dibandingkan makan di Wahteg tersebut.

Dari hasil in depth interview yang peneliti lakukan, ketujuh narasumber yang pernah datang ke Wahteg, merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh Wahteg cenderung lebih mahal dibandingkan ketika makan di warteg biasa pada umumnya. Rata – rata biaya yang harus dikeluarkan ketika makan di Wahteg adalah sebesar Rp 35.000 – Rp 50.000. Sedangkan untuk makan di warteg biasa, rata – rata mereka bisa hanya mengeluarkan biaya sebesar Rp 10.000 – Rp 25.000. Perbedaan harga sekitar 2 atau 3 kali lipat untuk sekali makan dianggap tidak sebanding dengan rasa makanan di Wahteg sendiri. Dari ke 7 narasumber, 3 narasumber merasa rasa makanan di wahteg biasa saja dengan pilihan menu makanan yang kurang variatif dibandingkan warteg pada umumnya, sedangkan narasumber lain cukup cocok dengan rasa makanan yang di tawarkan oleh Wahteg.

Tidak hanya soal harga dan rasa, peneliti juga melakukan wawancara terkait servis yang diberikan Wahteg. Narasumber merasa pelayanan yang diterima sejauh ini tidak terjadi masalah, serta didukung dengan fasilitas yang ditawarkan oleh Wahteg seperti tersedianya pendingin ruangan dan fasilitas *wifi* yang menambah kenyamanan ketika menikmati hidangan disana sembari mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor. Namun kebanyakan narasumber merasa tidak tertarik untuk kembali lagi makan di Wahteg, dikarenakan lokasi yang cukup jauh dari

domisili tempat tinggal, pilihan makanan yang ditawarkan hampir sama dan cenderung tidak variatif seperti warteg biasa, kemudian harga yang harus dikeluarkan jauh lebih mahal dengan rasa yang sebenarnya tidak jauh berbeda dengan rasa makanan di warteg pada umumnya.



Sumber: Zomato, 2019

Gambar 1. 2 Review ‘Wahteg’ di Zomato

Tidak hanya dilihat dari hasil *in-depth interview*, Peneliti juga mendapatkan informasi mengenai *review* pengunjung dari situs zomato atas konsumen yang pernah datang ke Wahteg. Ada 11 ulasan dari konsumen yang memiliki pengalaman yang kurang puas ketika berkunjung ke Wahteg. Salah satunya adalah ulasan yang dituliskan oleh Danny Christianto di atas, Danny merasa harga yang ditawarkan oleh Wahteg cukup mahal dengan menu makanan dengan rasa yang *standard* apalagi jika dibandingkan dengan makanan yang ditawarkan oleh warteg pada umumnya. Kondisi tempat makan Wahteg sendiri juga tidak terlalu besar sehingga dirasa cukup kecil jika menampung banyak konsumen.



Kurniawan Prayitno Nursalim
3 reviews

★ ★ ★ ★ ★ 2 months ago

Datang jam 14.00 hari minggu bulan Juli 2019 bertiga saya istri ana. Tidak ada greeting, waitress ada dua (perempuan dan pria) cuek semua tidak langsung dilayani padahal mereka melihat ada customer datang (membalikkan badan sibuk di tempat cucian). Ketika serving dilayani oleh waitress perempuan orangnya putih kecil. Berhubung saya pertama kali datang ke Wahteg, tentu saya bertanya detail lauk ini apa, dijawabnya satu kata satu kata, kelihatan sekali malas, tidak ramah, dan tidak niat untuk melayani!!!

Waktu pembayaran di kasir juga kacau dilayani oleh waitress perempuan tersebut, ada kembalian Rp300 perak tidak diberikan ke saya (tidak dinformasikan ke saya tidak ada kembaliannya dan apakah bersedia untuk disumbangkan), sudahlah uang kecil saya relakan meskipun dongkol juga!!!

Waktu makan, istri saya pinjam piring makan kosong ke waitress perempuan tersebut, diberinya piring kecil untuk tempat minum. Istri saya minta lagi piring makan kosong, waitress tersebut malah pasang tampang kecut!!!

Sumber: Google Review, 2019

Gambar 1. 3 Review “Wahteg” di Google Review

Selain itu, penulis menemukan 33 ulasan mengenai ketidakpuasan konsumen ketika berkunjung ke rumah makan Wahteg melalui *google review*. Salah satunya disampaikan oleh seorang konsumen yang menceritakan pengalamannya terhadap pelayanan yang diberikan Wahteg. Menurut Kurniawan Prayitno Nursalim, *service* yang diberikan oleh Wahteg tidak memuaskan ketika Kurniawan berkunjung ke Wahteg bersama keluarganya. Dimulai dari tidak ada *greeting* ketika konsumen datang, pelayan bersikap tidak ramah dalam menjelaskan mengenai menu yang tersedia di Wahteg, serta sistem pelayanan kasir yang kurang baik ketika konsumen melakukan pembayaran.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang peneliti temukan terhadap rumah makan Wahteg, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Quality, Quality of Environment, Price Fairness, Authenticity* terhadap *Satisfaction* serta implikasinya pada *Behavioral Intention* telaah pada Konsumen Rumah Makan Wahteg”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta fenomena yang terjadi dan telah di jelaskan di atas, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah yang berasal dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
3. Apakah *Quality of Environment* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
4. Apakah *Price Fairness* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
5. Apakah *Authenticity* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
6. Apakah *Food Quality* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?
7. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
8. Apakah *Quality of Environment* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
9. Apakah *Price Fairness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?
10. Apakah *Authenticity* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?

11. Apakah *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapula tujuan penelitian diatas adalah untuk menjawab permasalahan yang telah di uraikan di latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, yaitu antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Quality of Environment* terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Price Fairness* terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Authenticity* terhadap *Satisfaction* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Quality of Environment* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Price Fairness* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg?

10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Authenticity* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?

11. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen rumah makan Wahteg ?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan ilmu tambahan kepada para pembaca terkait pengaruh *food quality, service quality, quality of environment, price fairness, authenticity* terhadap *satisfaction* serta implikasinya pada *behavioral intention* telaah pada konsumen rumah makan Wahteg.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat membantu memberikan ide, pandangan, gambaran serta informasi bagi rumah makan Wahteg dalam membantu meningkatkan *satisfaction* dan *behavioral intention* melalui *food quality, service quality, quality of environment, price fairness, authenticity* dari konsumen rumah makan Wahteg.

1.5 Batasan Masalah

Penulis memberikan batasan masalah dalam melakukan penelitian ini agar tujuan dari penelitian ini lebih dapat dijelaskan secara detail dan focus terhadap masalah yang sudah ditetapkan. Sebagai berikut batasan penelitian yaitu :

1. Responden dalam penelitian ini adalah pria dan wanita yang berusia 18-37 tahun dan mengunjungi dan membeli makanan di rumah makan Wahteg pertama kali sepanjang tahun 2019 dan

memiliki anggaran minimal Rp. 25.000 per orang untuk sekali makan di rumah makan Wahteg

2. Penelitian ini dibatasi oleh variabel *food quality, service quality, quality of environment, price fairness, authenticity, satisfaction* dan *behavioral intention*.
3. Software yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data adalah LISREL versi 8.8

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Quality, Quality of Environment, Price Fairness, Authenticity* terhadap *Satisfaction* serta implikasinya pada *Behavioral Intention* telaah pada Konsumen Rumah Makan Wahteg**” adalah :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan dalam penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai konsep dan teori yang menjadi dasar teoritis penelitian, hubungan di antara variabel, penelitian terdahulu, model dan hipotesis penelitian serta kerangka pemikiran yang ada dalam penelitian

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu konsumen rumah makan Wahteg, metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, cara pengukuran data, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

4. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan atas hasil penelitian yang telah dilaksanakan peneliti yang terdiri dari hasil pengolahan data disertai dengan pembahasannya.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan atas hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan tentang saran perbaikan yang di tujukan untuk rumah makan Wahteg maupun untuk penelitian selanjutnya.