

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia memiliki beragam kebutuhan dan memenuhinya dengan beragam cara. Menurut teori hierarki Maslow dalam Ivancevich *et al* (2006:148) kebutuhan paling dasar seseorang yakni fisiologis merupakan kebutuhan untuk mempertahankan hidup secara fisik. Salah satu contohnya pemenuhan kebutuhan makanan. Pemenuhan makanan bagi masyarakat mapan merupakan bagian dari gaya hidup. Masyarakat mapan mampu membeli dan memiliki cukup makanan sehingga cita rasa makanan dan *prestige* yang mempengaruhi dalam memilih makanan bukan terdorong keinginan untuk memuaskan rasa lapar. Hal ini yang mendorong munculnya beragam restoran kelas atas yang menyajikan tidak hanya menu dengan cita rasa tinggi namun juga pelayanan, konsep, suasana makan dan tata ruang restoran yang menarik. Wisata kuliner saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

Permintaan dan daya tarik konsumen yang tinggi terhadap wisata kuliner membuka peluang usaha dibukanya beragam restaurant kelas atas. Hal ini terbukti dengan mudah ditemukan beragam jenis restaurant kelas atas yang menyajikan beragam fasilitas mewah. Fasilitas yang ditawarkan restaurant kelas atas tidak

hanya terletak pada menu dan lokasi restaurant. Konsep restaurant, suasana makan dan kualitas pelayanan menjadi penting untuk dikemas secara unik dan menarik yang menjadi ciri khas masing-masing restaurant agar pelanggan tetap berkunjung serta mampu menarik konsumen baru. Berikut data perkembangan usaha restaurant kelas menengah atas tahun 2012-2016.

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Tahun 2012–2016

Tahun	Usaha / Perusahaan		Rata – Rata Tenaga Kerja
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2012	2,235	38.39	27
2013	2,704	20.98	27
2014	2,916	7.84	27
2015	2,977	2.09	28
2016	3,012	1,17	29

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2016

Berdasarkan tabel 1.1 dimulai tahun 2012 dengan jumlah 2.235 restaurant berkembang menjadi 2.704 di tahun berikutnya dan terjadi peningkatan 20,98%. Pada tahun 2016 terdapat sebanyak 3.012 usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar di berbagai provinsi di Indonesia. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2015, terdapat tambahan sebanyak 61 usaha restoran atau rumah makan yang mengalami peningkatan 1,17%. Perkembangan meningkat seiring pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya taraf hidup masyarakat. Berikut data perkembangan restaurant menengah atas tiap provinsi

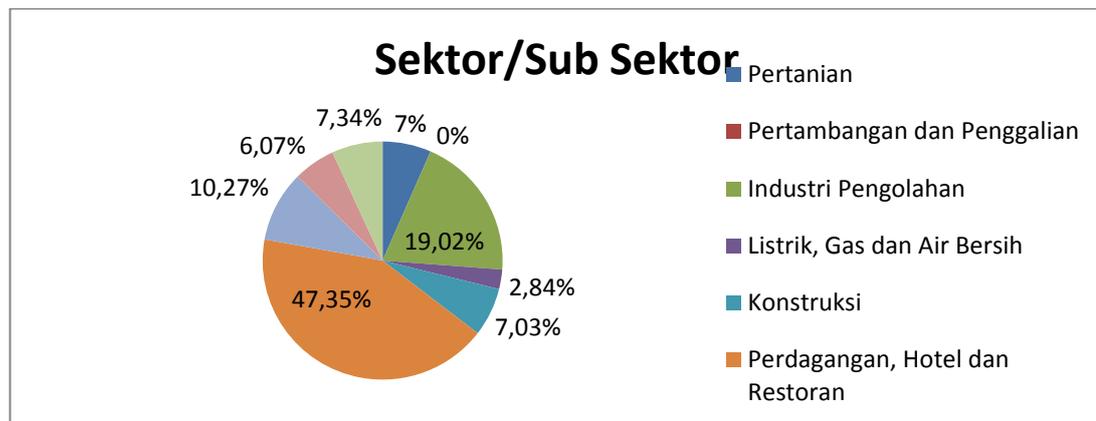
Tabel 1.2
Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar di Pulau Jawa

Provinsi	Usaha /Perusahaan				
	2012	2013	2014	2015	2016
DKI Jakarta	1028	1311	1359	1361	1380
Jawa Barat	220	257	286	289	299
Jawa Tengah	57	64	74	77	83
DIY	34	39	52	58	64
Jawa Timur	173	220	231	231	241
Banten	62	82	85	87	92

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2016

Tabel 1.2 menunjukkan provinsi Jawa Timur menduduki posisi ketiga dengan jumlah restaurant sebanyak 241 pada tahun 2016. Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono menjelaskan bahwa bisnis kuliner di Jawa Timur akan meningkat 10%-15% di tahun 2016.

Kota Surabaya merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Timur dimana provinsi ini memiliki peran perekonomian yang strategis dalam skala nasional (smart.surabaya.go.id). Data Apkrindo mencatat tahun 2016 di Surabaya terdapat 500-600 restaurant kelas menengah atas yang menyediakan beragam konsep, menu dan fasilitas pelayanan yang menarik. Berdasarkan data BPS kota Surabaya sektor perdagangan, hotel dan restaurant memiliki peran terbesar dalam sektor ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha restaurant menyumbang penghasilan cukup besar bagi kota Surabaya dan peluang perkembangan usaha restaurant kian menanjak dengan tingkat permintaan yang semakin naik. Berikut gambar yang menunjukkan kontribusi usaha restaurant di Surabaya :



Sumber : surabayakota.bps.go.id, 2016

Gambar 1.1
Peranan Ekonomi Sektoral Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surabaya Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB)

Berdasarkan gambar 1 Surabaya merupakan kota industri yang ditopang dari tiga sektor perekonomian yakni Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 47,35%, Industri Pengolahan 19,02%, dan Pengangkutan dan Komunikasi sebesar 10,27%. Tingginya potensi pasar industri makanan dan minuman di Surabaya menyebabkan pengusaha kafe dan restoran dari luar daerah tertarik untuk melakukan ekspansi di kota tersebut. Tjahjono haryono, Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia mengatakan bahwa Surabaya memiliki jumlah penduduk yang besar dan beragam, ditambah pemerintah daerah setempat sangat mendukung perkembangan usaha kuliner. Sehingga tidak heran jika banyak pengusaha kafe dan restoran yang melirik .

Peran usaha restoran penting dalam perkembangan perekonomian Surabaya. Hal ini menunjukkan restoran kelas atas Surabaya berhasil menarik konsumen dan minat pelanggan. Keberhasilan ini tidak lepas dari konsep restoran kelas atas yang bagus dan menarik. Restoran kelas menengah atas di

Surabaya beragam dan memiliki ciri khas masing-masing. Beragam jenis dan konsep restaurant kelas atas hadir di Surabaya seperti *fast food*, *fast casual dining*, *cafe*, *casual*, *style dining*, dan *fine dining* (Atmodjo,2005). Konsep *casual dining* sering ditemui di restoran kelas menengah atas dengan konsep berkelas namun santai dan diminati konsumen masyarakat mapan di perkotaan besar seperti Surabaya.

Salah satu restoran menengah atas yang ada di Surabaya adalah Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan Surabaya yang terletak di Jalan raya Merr, yang lokasinya tidak jauh dari pusat keramaian seperti Mal Galaxy dan kampus Stikom. Berikut tampilan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan dengan konsep *casual dining* yakni resturant yang menawarkan konsep simple namun berkelas. Menu yang disajikan selain makanan khas tradisional soto lamongan, beragam menu berat lain seperti bubur di menu pagi merupakan salah satu kuliner andalan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan. Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan dikenal memiliki kelebihan dengan kualitas makanan yang dikenal lezat oleh masyarakat, pelayanan dari pemesanan hingga selesai makan diberikan oleh pihak restoran dalam hal ini karyawan. Restoran ini merupakan salah satu lokasi wisata kuliner yang menarik minat masyarakat cukup banyak hal ini dibuktikan dengan data hasil pendapatan restoran yang meningkat tiap periode sebagai berikut :

Tabel 1.3
Total Penjualan Restorant Soto Lamongan Cak Har Surabaya Tahun 2016

No	Bulan	Rupiah
1.	Januari	305.000.000
2	Februari	352.000.000
3	Maret	369.000.000
4	April	380.000.000
5	Mei	407.000.000
6	Juni	426.000.000
7	Juli	457.000.000
8	Agustus	486.000.000
9	September	510.000.000
10	Oktober	526.000.000
11	November	537.000.000
12	Desember	575.000.000

Sumber: Data diolah tahun 2016

Berdasarkan data di atas hasil wawancara dengan pihak pengelola restoran diketahui bahwa omzet perhari sebesar 10-20 juta rupiah bahkan pada hari libur bisa mencapai dua kali lipat. Konsep *casual dining* yang disajikan oleh pihak restoran memberikan suasana bersantap dengan menyediakan tempat dan gaya pelayanan agak jauh dari kesan formalitas namun pelanggan tetap bisa menikmati makanan tradisional khas daerah dengan konsep kelas mewah dan penyajian simpel. Kelebihan ini membuat pelanggan yang sudah berkunjung ke Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan memberikan rekomendasi pada konsumen lain untuk berkunjung. Suasana *casual dining* cenderung lebih ramai dibandingkan restoran dengan konsep *fine dining* dengan musik keras (Garvery *et al*, 2011:11).

Menurut Ha dan Jang (2012: 209) ; Ryu *et al.*, (2012: 208) kualitas makanan digambarkan secara singkat sebagai makanan yang disajikan dengan baik, segar

dan lezat. Menurut Namkung dan Jang (2008: 149) mengidentifikasi presentasi dan rasa makanan sebagai faktor kualitas makanan yang paling berpengaruh.

Menurut Kotler dan Amstrong (2007: 199) “*Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*” yang artinya jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2006: 372) “*A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*” yang artinya jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Kotler (1973) dalam Jang *et al.* (2010) lingkungan fisik adalah “*The effort to design buying environments to produce specific emotional effects in buyer that enhance his purchase probability*” yang artinya adanya upaya untuk merancang lingkungan fisik pembelian untuk menghasilkan efek emosional tertentu dalam pembelian yang meningkatkan probabilitas pembeliannya, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik dapat menjadi alat pemasaran untuk membujuk perilaku positif dalam situasi di mana konsumsi produk atau jasa.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010: 29) mendefinisikan niat perilaku pelanggan adalah persepsi konsumen mengenai *performance* suatu produk atau

layanan, pada hubungannya kepada ekspektasi konsumen dan hal tersebut menimbulkan perilaku baru sebagai respon atas produk barang atau jasa tersebut.

Lokasi rumah makan terletak di jalan Merr yang kini menjadi salah satu kawasan baru perkantoran yang cukup ramai di Surabaya timur semakin menarik minat warga Surabaya. Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan menawarkan konsep restoran berbeda dibandingkan restoran menengah atas lainnya di Surabaya. Restoran ini memiliki desain industri elektrik yang menyediakan nuansa urban dan perkotaan. Nuansa ini membawa pelanggan untuk merasakan atmosfer energik kota Surabaya Konsep suasana restoran, kualitas makanan dan pelayanan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan mampu menarik serta memenuhi kebutuhan masyarakat Surabaya untuk merasakan hal baru menikmati hidangan kuliner tradisional yang disajikan dalam suasana restoran yang berkelas dan mewah. Karyawan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan siap membantu dan melayani beragam kebutuhan pelanggan. Tampilan menu yang disajikan cantik dan menarik serta menggugah selera. Keramahan dan kualitas pelayanan selalu dijaga bahkan ditingkatkan sebab kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama agar konsumen kembali menikmati layanan jasa yang diberikan. Selain bertujuan memenuhi kebutuhan dalam memberikan pelayanan makanan, Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan juga menawarkan gaya hidup menikmati hidangan kuliner tradisional dalam nuansa serta kesan berbeda sehingga mempengaruhi niat perilaku pembeli.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan

Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Niat Perilaku Pembelian Pelanggan (Pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya)”

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya?
3. Apakah kualitas lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap niat perilaku pelanggan Restoran Soto Lamongan Cak Har di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis hasil penelitian dapat dimanfaatkan pada pengembangan manajemen kewirausahaan terutama terkait dengan niat perilaku pelanggan dalam memilih restoran kelas atas di Surabaya dalam melakukan konsumsi berdasarkan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik.

2. Secara praktis manfaat penelitian yaitu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pelanggan ketika menikmati pelayanan restoran kelas atas. Memberikan manfaat bagi restoran untuk memahami masalah manajemen kewirausahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap fenomena masalah Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan.