

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang berperan penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman di Indonesia tumbuh sebesar Rp 813,06 triliun pada tahun 2022. Angka ini meningkat 4,90% dari tahun lalu yang mencapai Rp 775,10 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner di Indonesia berkembang semakin pesat.

Perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat terjadi karena keinginan masyarakat akan kuliner semakin tinggi. Tingginya keinginan tersebut ditandai oleh konsumsi masyarakat akan kuliner bukan hanya sekedar menjadi kebutuhan primer saja, melainkan kuliner sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Bisnis kuliner tidak pernah lekang oleh waktu. Selama masyarakat masih memerlukan pangan maka bisnis kuliner akan semakin berkembang. Seiring berjalannya waktu, dengan perkembangan bisnis kuliner yang sangat pesat dan tingginya keinginan masyarakat akan kuliner ditambah dengan selera konsumen yang sering berubah menyesuaikan dengan perkembangan zaman dapat menciptakan persaingan usaha yang semakin ketat.

Kota Bekasi termasuk salah satu kota yang ada di Jawa Barat dengan populasi penduduk sekitar 2,54 juta jiwa yang kini tumbuh menjadi hunian kaum urban dan pusat industri di Provinsi Jawa Barat. Di samping itu, dengan semakin banyaknya penduduk secara tidak langsung kebutuhan manusia akan pangan menjadi meningkat sehingga menjadi peluang yang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya dengan membuat sebuah bisnis kuliner.

Saat ini bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan ditandai dengan semakin maraknya usaha rumah makan, restoran dan cafe di Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan yang dihadapi oleh setiap bisnis kuliner semakin kuat. Terlihat pada data di bawah ini yang menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dalam usaha rumah makan, restoran, dan cafe di Kota Bekasi.

Tabel 1. Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan dan Cafe di Kota Bekasi Tahun 2018-2022

Tahun	Usaha			Jumlah Usaha
	Rumah Makan	Restoran	Cafe	
2018	104	148	0	252
2019	1325	804	79	2208
2020	1325	819	79	2223
2021	1529	1024	199	2752
2022	1689	1185	-	2874

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah usaha rumah makan, restoran dan cafe di Kota Bekasi terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan ini membuat masyarakat memiliki beragam pilihan makanan dan minuman untuk dikonsumsi. Sementara itu dengan semakin banyaknya usaha rumah makan, restoran dan cafe menyebabkan persaingan bisnis kuliner di Kota Bekasi juga semakin ketat. Salah satu bisnis kuliner yang ada di Kota Bekasi adalah RM. SATE ANDA.

RM. SATE ANDA adalah salah satu rumah makan di Kota Bekasi yang berdiri sejak tahun 1978 dengan menu khas utama yang ditawarkan adalah sate kambing. Sate termasuk salah satu kuliner yang populer di Indonesia. Beragam macam usaha dengan menu sate cukup mudah ditemukan di beberapa tempat, baik itu di pinggir jalan, rumah makan maupun restoran dengan harga yang ditawarkan mulai dari kategori murah hingga mahal. Beragamnya usaha kuliner sate ini memunculkan persaingan usaha antar bisnis kuliner yang sama. Berikut adalah daftar rumah makan sate yang berada di sekitar RM. SATE ANDA dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Daftar Rumah Makan Sate di Sekitar RM. SATE ANDA

No.	Nama Rumah Makan	Harga/porsi (Rp)	Lokasi
1	Warung Sate Solo Pak Sri 2	47.000,00	Jl. Raya Kaliabang No. 1, Kaliabang Tengah, Kota Bekasi
2	Warung Sate Solo Pak Parno	45.000,00	Jl. Kaliabang Bungur No. 58, Pejuang, Kota Bekasi
3	Sate Kambing Liar Pak Supadi	47.000,00	Jl. Kali Abang Tengah No. 6, Perwira, Kota Bekasi
4	Lesehan Sate Pakde Karno	45.000,00	Jl. Kenanga No. 15, Kaliabang Tengah, Kota Bekasi
5	Warung Sate Solo "Pak To Ragil"	48.000,00	Jl. Raya Seroja No. 115, Harapan Jaya, Kota Bekasi

Sumber: Data Sekunder (2024)

Tabel 2 menunjukkan beberapa pesaing yang terdapat di sekitar RM. SATE ANDA. Beberapa rumah makan tersebut hanya berjarak sekitar 1-2 km dari lokasi RM. SATE ANDA menandakan bahwa rumah makan sate yang berada di Kota Bekasi tersebar luas sehingga membuat persaingan usaha kuliner sate menjadi semakin ketat. Setiap usaha pastinya menginginkan usaha yang digelutinya dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan usaha. Untuk memenangkan persaingan usaha, para pelaku bisnis kuliner perlu memperhatikan dan menerapkan strategi yang cocok dan tepat untuk bersaing dengan kompetitornya. Menurut Hermawan dan Yuswohady (2006) untuk dapat bersaing dalam suatu bisnis, perusahaan perlu mempunyai nilai tambah yang kuat di mata konsumen melalui pemasaran yang tepat dan kualitas produk yang baik.

Pemasaran adalah sebuah aktivitas bisnis yang dapat membantu perusahaan dalam perancangan, penentuan harga, promosi penjualan serta pendistribusian produk agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Jika perusahaan tidak memperhatikan aspek pemasaran, maka perusahaan akan sulit untuk berkembang dengan baik. Untuk mampu mempertahankan usahanya, para pelaku usaha perlu mempunyai strategi pemasaran yang efektif dalam mempromosikan produk yang ditawarkannya. Adapun strategi yang dapat diaplikasikan oleh para pelaku bisnis kuliner adalah strategi bauran pemasaran.

Definisi bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2006) ialah sekumpulan teknik pemasaran yang dikelola oleh perusahaan guna memperoleh tanggapan yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pasar sasaran yang dituju. Bauran pemasaran mencakup hal-hal yang perlu dijalankan oleh perusahaan untuk mendorong keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Sebagai rumah makan yang telah berdiri selama 45 tahun, RM. SATE ANDA sudah memiliki pelanggan tersendiri dimana hal ini menjadikan RM. SATE ANDA masih eksis hingga sekarang. Akan tetapi, fenomena yang terjadi tidak sejalan dengan yang dialami oleh RM. SATE ANDA yang mengalami fluktuasi penjualan. Berikut ini penjualan sate pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi.

Tabel 3. Hasil Penjualan Sate Selama Satu Tahun Pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi Tahun 2022

Bulan	Jumlah Porsi	Hasil Penjualan (Rp)
Januari	9.648	399.367.000
Februari	9.052	366.351.250
Maret	9.715	392.416.000
April	9.265	374.676.250
Mei	7.220	291.638.750
Juni	9.596	388.304.250
Juli	6.798	275.140.775
Agustus	9.728	393.023.500
September	9.557	385.806.000
Oktober	9.996	403.579.000
November	9.363	377.855.250
Desember	9.668	389.573.500

Sumber: Data Primer (2022)

Tabel 3 diatas menunjukkan penjualan sate kambing dan sate ayam pada RM. SATE ANDA selama tahun 2022 dimana harga sate kambing sebesar Rp45.000,00/porsi dan harga sate ayam sebesar Rp35.000,00/porsi dengan satu porsi sate berisi 10 tusuk. Pada tahun 2022, RM. SATE ANDA memperoleh penjualan tertinggi pada bulan Oktober sebesar Rp403.579.000,00 dengan jumlah porsi sate yang telah terjual sebanyak 9.996 porsi, kemudian terjadi fluktuasi penjualan dimana adanya kenaikan dan penurunan disetiap bulannya. Penurunan penjualan terjadi pada bulan Mei sebesar Rp291.638.750,00 dengan jumlah porsi sate yang terjual sebanyak 7.220 porsi yang disebabkan oleh adanya cuti bersama Hari Raya Idul Fitri, kemudian kembali mengalami penurunan penjualan terendah pada bulan Juli sebesar Rp275.140.775,00 dengan jumlah porsi yang terjual sebanyak 6.798 porsi sate yang disebabkan oleh adanya cuti bersama Hari Raya Idul Adha.

Fluktuasi penjualan yang terjadi pada RM. SATE ANDA bisa disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya ialah strategi pemasaran. Ketika menjalankan usahanya, perusahaan perlu memperhatikan strategi pemasaran yang tepat. Akan tetapi selain pemasaran, untuk menjaga keberlangsungan suatu usaha juga perlu memperhatikan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Tamih selaku Penanggung Jawab di RM. SATE ANDA mengungkapkan bahwa mayoritas konsumen RM. SATE ANDA merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian berulang. Perilaku pembelian berulang ini didasari atas

kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Kotler dan Keller (2008) mengemukakan bahwa kepuasan adalah sebuah respon yang timbul dalam diri seseorang ketika kinerja yang diharapkan dibandingkan dengan kinerja yang sebenarnya. Memastikan kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Kepuasan konsumen akan meningkat jika diiringi dengan seberapa baik kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Pada saat konsumen merasa puas maka secara tidak langsung akan memunculkan loyalitas pada pelanggan.

Menurut Firmansyah (2018) loyalitas pelanggan adalah wujud kesetiaan yang berasal dari pelanggan yang secara konsisten berulang kali membeli produk atau jasa yang disukainya. Pelanggan dapat menjadi salah satu aspek yang dapat menentukan kesuksesan suatu perusahaan. Dengan persaingan usaha yang tinggi, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan aktivitas sebuah usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan strategi pemasaran yang tepat dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada saat membeli produk agar dapat berdampak pada meningkatnya volume penjualan dan mampu menghadapi persaingan usaha sejenis yang ketat. Sejumlah faktor dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan termasuk produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik yang dikenal sebagai bauran pemasaran. Berlandaskan pada pemaparan sebelumnya, maka penulis mengangkat topik penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan penjabaran latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh tidak langsung bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi
2. Mengetahui pengaruh tidak langsung bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, maka manfaat yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi RM. SATE ANDA

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi serta bahan evaluasi terkait kelebihan dan kekurangan dalam manajemen pemasaran perusahaan.

2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk memperoleh informasi tambahan pada penelitian selanjutnya.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan tambahan informasi agar dapat dikembangkan lebih lanjut terutama untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama dengan penelitian ini.