

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Food & beverage pada era modern kali ini merupakan industri yang sangat digemari oleh orang banyak. Digemari dan diminati sudah pasti disadari oleh banyak pelaku bisnis yang terbukti dengan munculnya beragam bisnis berbasis *food & beverage*. Dari *café*, *coffee shop*, restoran hingga warung makan dipinggir jalan. Contohnya seperti di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang merupakan sebuah daerah yang memiliki daya tarik sangat tinggi di Indonesia. Dari menjadi destinasi wisata, tempat untuk bekerja hingga tempat untuk beberapa orang mengenyam pendidikan yang berdatangan dari seluruh penjuru Indonesia.

Tabel 3.1. Penduduk Provinsi DI Yogyakarta menurut Jenis Kelamin Tahun 2015 - 2025

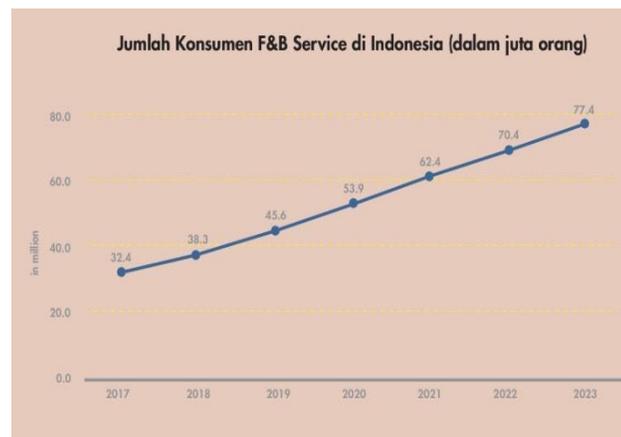
Tahun	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Total
(1)	(2)	(3)	(4)
2015	1.815.784	1.853.415	3.669.199
2016	1.839.523	1.879.010	3.718.533
2017	1.863.364	1.904.871	3.768.235
2018	1.887.294	1.930.972	3.818.266
2019	1.911.301	1.957.287	3.868.588
2020	1.935.397	1.983.800	3.919.197
2021	1.959.651	2.010.569	3.970.220
2022	1.984.154	2.037.662	4.021.816
2023	2.008.885	2.065.022	4.073.907
2024	2.033.807	2.092.637	4.126.444
2025	2.058.887	2.120.446	4.179.333

Sumber : Proyeksi Penduduk 2015 – 2025

Gambar 1. 1 Proyeksi Jumlah Penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta

Sumber: yogyakarta.bps.go.id

Dapat dilihat pada gambar 1.1, bahwa proyeksi jumlah penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun 2015-2025 selalu bertambah. Data tersebut semakin memperkuat asumsi bahwa pasar dari sebuah industri *food & beverage* akan selalu meningkat di tiap tahunnya.



Gambar 1. 2 Statistik Jumlah Konsumen F&B Service di Indonesia

Sumber: Soeprajitno, 2019

Asumsi bahwa bisnis berbasis *food & beverages* merupakan bisnis yang menjanjikan terbukti kembali melalui data yang disajikan melalui gambar 1.2. dilihat bahwa statistik jumlah konsumen industri *food & beverages* di Indonesia terus bertambah. Hal tersebut terbukti di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki banyaknya berbagai jenis usaha dalam industri tersebut dan selalu ramai oleh pengunjung yang didukung oleh data proyeksi jumlah penduduk yang selalu meningkat dari tahun ke tahun.

Dengan semakin banyaknya usaha di industry *f&b* ini, maka akan memunculkan berbagai macam pilihan juga yang harus dihadapi para calon konsumen. Sehingga dengan adanya pilihan tersebut para calon konsumen cenderung akan menentukan pilihan tidak lagi hanya sekedar dengan mempertimbangkan rasa puas dari kualitas produk yang ditawarkan tetapi biasanya mereka mencari sebuah kepuasan lain dengan melihat kualitas penampilan fisik dari tempat usaha tersebut, pelayanan yang mereka terima hingga harga bagi sebagian orang. Maka dari itu, kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam rangka mempertahankan konsumen yang sudah pernah berkunjung untuk berkunjung kembali karena mereka memiliki kekuatan yang cukup besar untuk menarik konsumen baru untuk berkunjung. Karena berwisata kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta sekarang ini merupakan sebuah aktifitas rutin yang cukup dibutuhkan bagi sebagian orang tidak hanya untuk menikmati hidangan yang disajikan, melainkan ada aktifitas lain yang ingin mereka lakukan seperti berkumpul bersama teman, mengerjakan tugas atau hanya untuk menghilangkan penat. Dengan adanya sebuah kepuasan dari konsumen, setidaknya hal tersebut akan memunculkan sebuah kesenangan konsumen dan menciptakan rasa loyal yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha.

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dihabiskan konsumen untuk sebuah produk atau layanan yang umumnya hal tersebut mempengaruhi seseorang untuk mengambil sebuah keputusan (Mohamad; dkk 2016). Sedangkan Rothenberger (2015) menyarankan bahwa harga jangan sampai tidak adil. Harga yang tidak adil

tersebut adalah ketidakselarasan sebuah harga dengan kualitas produk yang diterima yang dapat menyebabkan ketidakpuasan seorang konsumen sehingga mengurungkan niat mereka untuk melakukan pembelian kembali dan akan memunculkan asumsi negatif yang akan tersebar dengan cepat dari mulut ke mulut sehingga berdampak negatif bagi pelaku usaha. Setidaknya seseorang konsumen mengeluarkan sejumlah uang memiliki harapan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harga.

Kualitas produk dalam pembahasan ini adalah sebuah makanan dan minuman. Kualitas produk sangatlah penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Hanaysha (2016) kualitas makanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen, kualitas makanan yang baik biasanya mengacu pada beberapa aspek diantaranya adalah cara penyajian makanan, rasa, keragaman menu, kesehatan serta kesegaran. Dengan kualitas produk yang baik maka akan memperbesar adanya sebuah kepuasan dari seorang konsumen. Kepuasan tersebut dapat berubah menjadi rasa bahagia dan memunculkan rasa loyal dari konsumen apabila konsumen mendapatkan apa yang berada di ekspektasi mereka dan sesuai dengan apa yang benar – benar mereka terima.

Berdasarkan pemaparan di atas, Sei Sapi Kana Jogja dipilih sebagai objek penelitian yang cocok dengan topik yang akan dibahas. Sei Sapi Kana Jogja Seturan adalah salah satu restoran *franchisee start-up* yang berlokasi di Jl. Seturan Raya No. 7, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa

Yogyakarta 55281. Dengan menyediakan berbagai menu olahan daging sapi dan ayam yang dihidangkan bersama dengan berbagai olahan sambal Sei Sapi Kana Jogja cukup diminati masyarakat dengan banyaknya orderan dalam satu hari yang bisa menjual semua produk dengan total 300 porsi perhari di *outlet* Sei Sapi Kana Jogja Seturan, yang didapatkan hasil observasi pribadi melalui wawancara singkat dengan *owner outlet* tersebut dan juga bisa dikatakan bahwa tren masakan pedas sudah menjadi hal yang sangat biasa di Jogja terutama kalangan muda. Dengan kuantitas penjualan yang bisa dikatakan tinggi, memungkinkan adanya konsumen yang memiliki rasa loyal di *outlet* tersebut sehingga selalu menambah kuantitas penjualannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan dalam latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga yang ditawarkan pemilik usaha memiliki dampak terhadap kepuasan, kesenangan dan loyalitas konsumen?
2. Apakah kualitas produk yang ditawarkan memiliki dampak terhadap kepuasan, kesenangan dan loyalitas konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan memiliki dampak terhadap kepuasan, kesenangan dan loyalitas konsumen?
4. Apakah kualitas lingkungan tempat usaha memiliki dampak terhadap rasa puas, senang dan memunculkan loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lingkungan yang ada memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menguji apakah rasa puas konsumen memunculkan rasa senang dan loyalitas dari konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Memberikan tambahan wawasan perihal harga yang diterima dan kepuasan konsumen beserta dimensinya serta pengaruhnya terhadap munculnya rasa senang dan loyalitas dari konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Bagi pelaku usaha industri *F&B* agar tetap memperhatikan apa yang harus dipertahankan dalam upaya selalu mendapatkan konsumen baru dan konsumen yang loyal.