

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi saat ini, telah banyak mendorong kemajuan usaha salah satunya dibidang kuliner. Didapat dari data resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kuliner merupakan sub sektor penyumbang PDB terbesar pada ekonomi kreatif sebesar 56,86% sepanjang tahun 2021. Bukan hanya itu, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) industri makanan dan minuman nasional mencapai Rp. 1,23 kuadriliun pada tahun 2022 atau 6,32% dari total perekonomian nasional yang mencapai Rp. 19,59 kuadriliun.

Disamping untuk memenuhi kebutuhan primer, industri kuliner juga dianggap dapat memenuhi trend atau gaya hidup masa kini. Karena itu, industri kuliner menjadi bisnis yang menjanjikan. Peluang inilah yang coba dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk terjun kedalam dunia kuliner dan berlomba-lomba memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan produk yang mereka tawarkan sehingga akhirnya menyebabkan persaingan di industri kuliner semakin ketat. Tentunya hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk menentukan strategi yang tepat guna menggaet konsumen.

Banyak para pelaku usaha kuliner yang menawarkan produk-produk mereka mulai dari menjanjikan kualitas dan kuantitas hingga atmosfer suasana lokasi restoran itu sendiri. Abivia (2023) menyebutkan bahwa

restoran merupakan tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan serta minuman untuk umum ditempat usahanya. Sekarang ini banyak restoran yang didirikan para pelaku usaha dengan berbagai konsep.

Agar memperoleh keberhasilan, strategi pemasaran harus melihat lebih jauh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dan memberikan kepuasan kepada para pembeli sehingga pembeli tertarik untuk membeli kembali produk yang ditawarkan.

Kepuasan pelanggan merupakan rasa senang yang dirasakan oleh pelanggan dari sebelum hingga sesudah mendapatkan jasa atau produk serta pelanggan tersebut menemukan apa yang diharapkan sesudah berkunjung kesuatu tempat. Menurut Indrasari (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan semua pelaku usaha. Selain merupakan faktor penting bagi keberlangsungan bisnis, kepuasan konsumen juga dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Konsumen yang puas terhadap produk yang ditawarkan cenderung untuk melakukan pembelian dan pemakaian kembali produk pada saat kebutuhan yang sama kembali dilain waktu. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar bagi volume penjualan.

Di Indonesia hampir setiap wilayah memiliki kuliner dengan ciri khas yang dapat mejadi daya tarik bagi pelanggan. Kudus merupakan kota yang memiliki banyak kuliner dan restoran. Ada satu restoran yang bisa dikatakan tersembunyi namun dapat tetap eksis yang terletak di selatan kota Kudus tepatnya di Kecamatan Undaan, RM Kampoeng Sawah Segaran merupakan restoran yang menawarkan berbagai menu makanan tradisional serta pemandangan hamparan sawah yang menyejukkan mata. Berikut adalah jumlah pengunjung Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus pada table berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung RM Kampoeng Sawah Segaran Tahun 2023 Dari Bulan Januari Hingga Bulan Oktober

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	2271
Februari	2183
Maret	2845
April	3921
Mei	3579
Juni	2793
Juli	2462
Agustus	2338
September	2467
Oktober	2377

Sumber: Administrasi Resto RM Kampoeng Sawah Segaran, 2023

Berdasarkan pada tabel 1 di atas memperlihatkan adanya penurunan jumlah pengunjung pada bulan oktober 2023. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada restoran Kampoeng Sawah Segaran masih rendah. Menurut Kotler dalam jurnal Lukia et al. (2022) untuk meningkatkan daya saing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menciptakan produk yang baik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif para pelaku bisnis ditantang untuk dapat menciptakan produk dan pelayanan terbaik serta memilih lokasi yang strategis guna dapat memuaskan pelanggan.

Dalam pengembangan bisnis kuliner ditengah persaingan diperlukan strategi bisnis yang baik serta efektif, salah satunya ialah dengan menentukan lokasi usaha yang sesuai. Penentuan lokasi usaha juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha, dengan semakin strategis lokasi usaha tersebut maka semakin besar pula memberikan dampak yang positif bagi usaha tersebut, seperti menambah pendapatan, menambah jumlah konsumen, mempermudah perolehan bahan baku produk dan sebagainya. Begitupula sebaliknya semakin tidak strategis lokasi usaha maka akan memberikan dampak yang kurang baik bagi perusahaan seperti menambah pengeluaran perusahaan, terlalu sulit dijangkau oleh konsumen dan lainnya.

Dwimas (2020) menjelaskan bahwa lokasi adalah tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen agar datang dan

berbelanja. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan usaha di kemudian hari. Lokasi memegang peran penting dalam menggaet konsumen untuk datang karena berhubungan dengan dekatnya lokasi usaha terhadap keramaian, mudah dijangkau, nyaman serta tersedianya lahan parkir yang luas dan aman.

Sebuah usaha yang terletak di jalan utama menjadi pertimbangan bagi para pelaku usaha karena dekat dengan keramaian dan mudah dijangkau oleh konsumen. Lokasi usaha menjadi pengaruh penting terhadap pilihan konsumen, ini karena konsumen lebih memilih membeli kebutuhannya di dekat tempat tinggalnya.

Lokasi restoran Kampoeng Sawah Segaran ini tidak jauh dari jalan besar dan dekat dengan Pasar Wates. Hal ini lah yang menjadi RM Kampoeng Sawah Segaran ramai dikunjungi oleh pengunjung. Tak hanya itu juga, RM Kampoeng Sawah Segaran juga terletak di persawahan sehingga menambah kesan sejuk dan nyaman.

Namun demikian, lokasi usaha yang strategis tidak selalu memberi jaminan keberlangsungan bisnis yang konsisten, hal ini karena area bisnis kuliner RM Kampoeng Sawah Segaran sekarang bermunculan sejumlah restoran yang menawarkan produk berbeda maupun hampir sama. Persaingan antara restoran inilah yang mengancam keberlangsungan RM Kampoeng Sawah Segaran. Bukan hanya itu, akses dari jalan besar menuju ke lokasi RM Kampoeng Sawah Segaran juga tergolong relative sempit dan ada beberapa

titik jalan yang berlubang sehingga ketika musim hujan tiba jalan menjadi cukup licin menyebabkan pelanggan sedikit tidak nyaman. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hadya (2021) menghasilkan kesimpulan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Sedangkan menurut Lukia et al., (2022) menghasilkan kesimpulan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Berdasarkan fenomena data di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul : **“Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada RM Kampoeng Sawah Segaran)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini harus sesuai dengan apa yang ingin di capai, sehingga tolak ukur batasan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel independen pada penelitian ini yaitu lokasi usaha
- 2) Variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan
- 3) Variabel intervening adalah kepuasan pelanggan
- 4) Objek dari penelitian ini adalah Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran
- 5) Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu 5 bulan, dimulai bulan Februari 2024 sampai Juni 2024

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan di RM Kampoeng Sawah Segaran yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan masih rendah. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor berikut :

- 1) Letaknya yang sedikit tersembunyi di dalam gang menyebabkan konsumen baru kesulitan melihatnya.
- 2) Akses keluar-masuk ke jalan besar cukup sempit dan terdapat beberapa titik jalan yang tidak rata dan licin ketika turun hujan sehingga menyebabkan pelanggan kurang nyaman.
- 3) Karena berada di dekat persawahan ketika musim hujan atau musim panen banyak serangga yang berdatangan sehingga menyebabkan kurangnya kenyamanan, hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk tidak datang kembali dalam waktu tersebut.
- 4) Terdapat banyak kompetitor baru yang menawarkan produk serupa.

Berdasarkan uraian permasalahan-permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah ada pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran?
- 2) Apakah ada pengaruh lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran?
- 3) Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran?

- 4) Apakah ada pengaruh lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- 1) Untuk menganalisis peran lokasi usaha terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran.
- 2) Untuk menganalisis peran lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran.
- 3) Untuk menganalisis peran kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran.
- 4) Untuk menganalisis peran lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah gagasan pengetahuan serta diharapkan dapat di jadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberi kontribusi terhadap teori-teori yang berkaitan dengan persoalan tersebut.

1.5.2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk perkembangan Rumah Makan Kampoeng Sawah Segaran pada

khususnya dan bagi para pelaku usaha lainnya pada umumnya dalam strategi pemasaran.

