

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, perusahaan semakin menyadari betapa sentralnya peranan pelanggan dalam bisnis mereka. Perusahaan semakin menyadari pelanggan ikut menentukan keberadaan perusahaan tersebut. Dari kesadaran tersebut perusahaan akan menjadikan pelanggan sebagai fokus dari usaha-usaha mereka dan berusaha agar produk itu mempunyai keunggulan bersaing sehingga menjadikan konsumen loyal terhadap produk.

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan cafe-cafe atau rumah makan mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis kuliner steak. Bisnis kuliner khususnya steak disebut dengan bisnis makanan yang semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam warung atau cafe-cafe mulai bermunculan dengan berbagai aneka menu dan banyak pilihan.

Dengan semakin banyak warung/rumah makan steak di berbagai tempat strategis di kota surakarta, maka keberadaan rumah makan dan cafe di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan selain karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap kuliner itu sendiri.

“Citra kuliner mempunyai enam dimensi, yaitu : lokasi usaha, keragaman menu, harga, iklan dan promosi penjualan, personel dan pelayanan

yang dibangun oleh tiga dimensi utama, yaitu dimensi kualitas produk, dimensi harga dan dimensi suasana” (Suhartanto dan Nuralia, 2001:30).

Dimensi pada citra kuliner itu dapat mengubah bisnis kuliner steak yang semula dipandang sebatas tempat makan yang mencicipi berbagai menu hidangan, menjadi tidak sekedar tempat makan, tetapi juga tempat ngobrol berkumpul bersama teman, keluarga dan rekan kerja. Fandy Tjiptono (2004: 57) memprediksi adanya beberapa motif pribadi orang berkuliner adalah termasuk juga untuk hiburan dan pemuasan diri. Berkuliner disamping menghilangkan rasa lapar dapat juga memberikan kesempatan untuk hiburan dari kehidupan rutin sehari-hari. Keadaan emosional atau suasana hati bisa memotivasi keinginan konsumen untuk mencoba kuliner. Sebagai konsekuensinya, bisnis kuliner yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis dan kompetitif.

Persaingan yang ketat dalam bidang kuliner khususnya di Surakarta, juga disebabkan semakin banyaknya bisnis kuliner luar negeri yang memasuki pasar domestik. Masuknya bisnis kuliner dari luar negeri yang dikelola secara profesional menuntut bisnis kuliner domestik untuk dikelola secara profesional pula agar mampu bersaing dalam melayani konsumen. Persaingan untuk memperebutkan konsumen dibisnis kuliner pun semakin ketat dengan semakin banyaknya cafe-cafe, resto dan rumah makan domestik yang bermunculan. Realitas kompetitifnya adalah bahwa warung steak di Surakarta ini harus bekerja sekeras mungkin untuk menarik konsumen dari pelanggan cafe-cafe, resto dan rumah makan lain. Oleh karena itu diperlukan strategi

yang jitu untuk saling memperebutkan konsumen. Salah satu strategi agar suatu usaha mampu bersaing adalah dengan membangun citra yang baik di mata konsumen maupun publik, karena citra dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, citra menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran suatu usaha. Harga, pelayanan dan lokasi usaha menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Mengingat bahwa perkembangan bisnis kuliner steak di wilayah Surakarta (sepanjang jalan-jalan strategis di Surakarta) sangat pesat dan masih banyaknya peluang untuk memasuki pasar bisnis kuliner steak, maka studi tentang pengaruh harga, pelayanan, dan lokasi usaha terhadap kemajuan bisnis kuliner steak warung steak menjadi menarik dan sangat diperlukan untuk mengukur daya saing mereka di pasar. Warung/rumah makan steak dalam strategi pemasarannya berupaya menciptakan loyalitas pelanggannya melalui penampilan citra warung steak yang baik. Namun demikian, harga, pelayanan dan lokasi usaha yang menjadi karakteristik Warung steak belum tentu dapat menciptakan loyalitas bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi. Informasi tentang harga, pelayanan dan lokasi usaha warung steak yang ditampilkan merupakan sarana bagi pengelola bisnis warung steak untuk mengevaluasi kembali citra yang selama ini sudah ditampilkan dan pengaruhnya terhadap kemajuan bisnis kuliner steak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh harga, pelayanan dan lokasi usaha terhadap kemajuan bisnis kuliner Steak di Kota Surakarta”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian yang dipaparkan dalam latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Harga, pelayanan dan Lokasi Usaha terhadap Kemajuan Bisnis Kuliner Steak di Kota Surakarta ?
2. Diantara variabel Harga, pelayanan, dan Lokasi Usaha, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap Kemajuan Bisnis Kuliner Steak di Kota Surakarta ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Pelayanan, dan Lokasi Usaha terhadap Kemajuan Bisnis Kuliner Steak di Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap Kemajuan Bisnis Kuliner Steak di Kota Surakarta, diantara variabel Harga, Pelayanan, dan Lokasi Usaha.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Restaurant Steak di Surakarta

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai harga, pelayanan dan lokasi usaha terhadap pengambilan kemajuan bisnis kuliner steak.

2. Bagi Pihak Peneliti

- a. Untuk memperdalam pengertian dan pemahaman disiplin ilmu administrasi bisnis pada umumnya dan perilaku konsumen pada khususnya.
- b. Sebagai media mempraktekkan hubungan antara teori dengan realitas empiris.