

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semakin banyak usaha yang berkembang, khususnya usaha dalam rumah makan, tidak semua rumah makan mampu bertahan lama. Sebagian besar usaha tersebut jatuh dan bangkrut dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti faktor manajemen yang masih sangat sederhana, kekurangan dalam hal modal, hingga hilangnya konsumen dan pelanggan. Pangan adalah salah satu kebutuhan hidup manusia yang paling mendasar dan merupakan suatu kebutuhan primer setiap manusia untuk mempertahankan hidupnya. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Dengan alasan ini pula, banyak pengusaha yang mulai bermunculan dalam persaingan bisnis kuliner yang pada akhirnya berdampak pada semakin ketatnya persaingan.

Ketatnya persaingan dalam industri jasa kuliner saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Untuk itu pemilik perusahaan rumah makan harus dapat menciptakan kualitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk jasa seperti dengan menciptakan dan meningkatkan kualitas yang dimilikinya untuk segala aspek yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian.

Peneliti dalam kesempatan ini mengambil studi kasus pada objek rumah makan. Penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai tujuan untuk mengetahui rancangan dari strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik rumah makan

dalam menghadapi persaingan usaha. Rancangan strategi pada setiap rumah makan pasti berbeda, dimulai dari menyediakan menu-menu yang disukai oleh pelanggan, pelayanan yang diberikan, letak lokasi yang strategis dari rumah makan dan juga harga terjangkau yang ditawarkan agar mampu bersaing dengan usaha rumah makan yang lain.

Rumah Makan Garuda Jaya adalah sebuah rumah makan yang menyajikan berbagai masakan minang dengan beragam lauk dan sayur yang tersedia seperti ayam, telur, ikan, perkedel, cumi, dan sebagainya. Rumah Makan Garuda Jaya ini beralamat di jalan Medan - Batang Kuis, Sei Rotan, Kec. Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Rumah Makan Garuda Jaya telah berdiri sejak tahun 2013 dan untuk saat ini juga sedang mengalami penurunan pada penjualannya. Berikut ini data penjualan Rumah Makan Garuda Jaya seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Penjualan dan Jumlah Konsumen Rumah Makan Garuda Jaya

Tahun	Jumlah Penjualan	Konsumen
2017	Rp. 512.000.000,-	± 31.200 Orang
2018	Rp. 520.000.000,-	± 32.290 Orang
2019	Rp. 410.000.000,-	± 26.668 Orang
2020	Rp. 387.000.000,-	± 23.800 Orang
2021	Rp. 482.000.000,-	± 30.750 Orang

Sumber : Rumah Makan Garuda Jaya (2021)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui terjadi fluktuatif penjualan pada Rumah Makan Garuda Jaya. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa rumah makan mengalami kendala dan kesulitan dikarenakan pandemi Covid-19 pada awal 2019 yang membuat penjualan pada rumah makan semakin menurun. Tetapi seiring berjalannya waktu, Rumah Makan Garuda Jaya dapat bertahan hingga saat ini dan menghasilkan penjualan sebesar Rp. 482.000.000,-

pada tahun 2021. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan, Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya tidak meningkat begitu pesat, karena didapatkan berbagai hal yang menjadi masalah yang sedang dihadapi oleh rumah makan ini, seperti kurangnya sumber daya manusia (karyawan) sehingga pelayanan agak terhambat dan juga lokasi yang kurang strategis karena tidak adanya lahan parkir. Berikut ini adalah beberapa menu andalan dan harga dari Rumah Makan Garuda Jaya, antara lain:

Tabel 1.2
Menu dan Harga di Rumah Makan Garuda Jaya

Nama Makanan	Harga
Nasi + Ayam Goreng	Rp. 15.000
Nasi + Ikan Goreng	Rp. 16.000
Nasi + Telur	Rp. 12.000
Nasi + Tahu Tempe	Rp. 11.000
Nasi + Daging	Rp. 20.000

Sumber: Observasi Lapangan, 2021

Hal pertama yang akan dibahas adalah Kualitas Pelayanan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen. Kondisi pelayanan pada Rumah Makan Garuda Jaya tidak begitu bagus dikarenakan kurangnya karyawan disana. Setelah wawancara dengan

pemilik usaha, beliau menyatakan tidak berminat mempekerjakan karyawan karena masih sanggup melakukannya sendiri walaupun sudah diberikan saran dari beberapa pelanggan yang datang. Rumah makan hanya memiliki tiga orang (Pemilik, Istri, Anak) untuk melayani banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian maupun makan ditempat.

Menurut Kurniawan (2018:36), Lokasi adalah tempat pengusaha menentukan letak usaha mereka dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Lokasi berkaitan dengan banyaknya rumah makan yang telah beroperasi pada sekitar Rumah Makan Garuda Jaya membuat tingkat persaingan semakin tinggi dari tahun ke tahunnya. Rumah Makan Garuda Jaya juga memiliki lahan parkir yang terbatas, sehingga konsumen enggan untuk melakukan pembelian dan memilih untuk membeli pada rumah makan lainnya. Berikut adalah Lokasi pada Rumah Makan Garuda Jaya, pada Gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1
Lokasi Rumah Makan Garuda Jaya

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMILIK USAHA DAN LOKASI UMKM TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN GARUDA JAYA)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Keputusan Pembelian mengalami penurunan disebabkan oleh:

1. Kondisi pelayanan pada Rumah Makan Garuda Jaya tidak begitu bagus dikarenakan kurangnya karyawan disana. Usaha keluarga ini menyebabkan pemilik rumah makan tidak berminat mempekerjakan karyawan karena masih sanggup melakukannya sendiri.
2. Rumah Makan Garuda Jaya juga memiliki lahan parkir yang terbatas, sehingga konsumen enggan untuk melakukan pembelian dan memilih untuk membeli pada rumah makan lainnya.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen pada Rumah Makan Garuda Jaya.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya?
2. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.
2. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi Rumah Makan Garuda Jaya

Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi Kualitas Pelayanan dan Lokasi dalam menarik serta menciptakan Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti fasilitas, harga dan promosi yang tidak dibahas dalam penelitian ini.