

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, sebagai contoh yaitu rumah makan *chinese food*, rumah makan padang, rumah makan cepat saji (*restaurant fast food*) dan sebagainya. (https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_makan)

Di Indonesia, rumah makan juga biasa disebut dengan istilah restoran. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Kuliner termasuk yang menjadi pilihan banyak orang, karena dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Namun, bisnis kuliner termasuk bisnis yang tergolong rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil.

Hampir seluruh masakan Indonesia kaya dengan bumbu berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa dan gula aren dengan diikuti penggunaan teknik-teknik memasak menurut bahan, dan tradisi adat yang terdapat pula

pengaruh melalui perdagangan yang berasal seperti dari India, Tiongkok, Timur Tengah, dan Eropa.

Masakan Sumatera, sebagai contoh, seringkali menampilkan pengaruh Timur Tengah, dan India, seperti penggunaan bumbu kari pada hidangan daging, dan sayurannya, sementara masakan Jawa berkembang dari teknik memasak asli nusantara. Unsur budaya masakan Cina dapat dicermati pada beberapa masakan Indonesia. Masakan seperti bakmi, bakso, dan lumpia telah terserap dalam seni masakan Indonesia.

Masakan Padang merupakan nama yang digunakan untuk menyebut segala jenis masakan yang berasal dari kawasan Minangkabau, provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Meskipun sesungguhnya berbagai resep masakan Sumatera Barat mayoritas tidak berasal dari kota Padang, misalnya dari kota Bukittinggi, Solok, Padang Pariaman, Payakumbuh, dan sebagainya juga dikenal memiliki tradisi kuliner yang kaya akan rasa. Rumah makan Padang biasa juga disebut dengan rumah makan *urang awak* merupakan sebutan untuk usaha rumah makan yang khusus menyajikan masakan Padang di luar daerah.

Salah satu restoran atau rumah makan yang terkenal di Sumatera Barat berasal dari Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi merupakan kota yang terkenal dengan wisata kuliner dan wisata belanjanya. Berikut adalah rumah makan, dan restoran yang ada di Kota Bukittinggi yaitu :

Tabel 1.1
Rumah Makan, dan Restoran di Bukittinggi

Nama Rumah Makan	Alamat	Menu Favorit
Ayam Penyet	Jl. Sudirman	Ayam Penyet
Bakso Lapangan Tembak	Jl. Ahmad Yani No.1	Bakso
Baroena	Jl. Ahmad Karim No.1	Mie Aceh Tumis
Batagor Ihsan	Jl.Sudirman	Batagor
Ikan Goreng Garegeh	Jl. Soekarno Hatta Km3 Garegeh	Ikan Goreng
KFC	Jl. Ahmad Yani No.1	Ayam Chicken
Mak Apuk	Jl. Veteran 195	-
Nasi Kapau Uni Lis	Jl. Pasar Wisata No.29-31	Tambunsu

Family Benteng	Jl. Benteng	Ayam Pop
Family Sudirman	Jl. Sudirman No.25	Ayam Pop, Sup
Gon Raya By Pass	Jl By Pass Anak Air	Rendang
Gon Raya Dangau Minang	Jl. By Pass No.1	Rendang
Gulai Itiak Lado Mudo	Jl. Ngarai Binjang No.42	Itiak Mudo Lado Hijau
Haustea	Jl. Ahmad Yani	-
Lontong Pical Ayang	Jl. Binuang	Lontong Pical, Kampion
Saiyo Garegeh	Jl. Soekarno Hatta Garegeh	-
Sate Inyiak Datuak	Jl. Pakan Kamih, Bateh Kota	Sate Kuah Kacang
Sehat Tanpa Penyedap	Jl. M. Syafei No.5	Itiak Mudo Lado Hijau
Simpang Raya Simpang Aur	Jl. Diponegoro No.1	Rendang
Simpang Raya Jam Gadang	Jl. Depan Jam Gadang	Rendang
Simpang Raya Sudirman	Jl. Sudirman No.8	Rendang
Simpang Raya Minangkabau	Jl. Minangkabau 75-77	Rendang
Texas Chicken	Jl. Ahmad Yani No.1	Ayam Chicken
Warung Djadjan	Jl. Batang Agam No.1	-
Sederhana	Jl. Jenderal Sudirma No.47	-
Selamat Ahmad Yani	Jl. Ahmad Yani No.90	-
Suri	Jl. Sutan Syahri	-

Sumber: <https://www.jelajahsumbar.com/rumah-makan-di-bukittinggi>

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa kota Bukittinggi memiliki banyak rumah makan yang mana terdapat beragam pilihan menu sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen. Beragam pilihan menu tersebut dijadikan sebagai alternatif inovasi yang bisa di terapkan sebagai langkah pengembangan produk dan menambah ide-ide pemasaran bagi seorang manejer. Dengan banyaknya lokasi pariwisata di kota Bukittinggi sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta meningkatkan pemasaran dan kunjungan ke rumah makan di kota Bukittinggi dari mancanegara maupun wisatawan lokal atau nusantara. Salah satu restoran yang banyak

dikunjungi adalah rumah makan Gon Raya Lamo yang berada di Jl.By Pass Bukittinggi. Berikut ini adalah tabel pendapatan Restoran Gon Raya Lamo Bukittinggi untuk lima tahun terakhir:

Tabel 1.2
Pendapatan Rumah Makan Gon Raya Lamo (2013-2017)

No	Tahun	Pendapatan
1	2013	Rp. 1.850.000.000
2	2014	Rp. 1.670.000.000
3	2015	Rp. 1.680.000.000
4	2016	Rp. 1.960.000.000
5	2017	Rp. 2.200.000.000

Sumber : Hasil wawancara (2018)

Pendapatan Rumah Makan Gon Raya Lamo dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 adalah sebagai berikut: pada tahun 2013 sebesar Rp. 1.850.000.000., pada tahun 2014 sebesar Rp. 1.670.000.000., dan pada tahun 2015 sebesar Rp. 1.680.000.000., Sedangkan pada tahun 2016 ke 2017 mengalami peningkatan yang yaitu tahun 2016 pendapatannya sebesar Rp. 1.960.000.000., dan pada tahun 2017 sebesar Rp. 2.200.000.000.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pendapatan Gon Raya Lamo mengalami peningkatan yang turun naik (*fluktuasi*). Hal ini disebabkan oleh para konsumen setelah membeli di Gon Raya Lamo, mereka memberikan hal-hal yang positif tentang apa yang telah mereka rasakan ke orang lain yang disebut dengan WOM (*Word of Mouth*). Menurut Hawkin *et al.*, (2004) WOM merupakan komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang telah mengkonsumsi barang atau jasa dengan evaluasi yang dirasakan mereka sendiri atau orang lain. WOM adalah salah satu dari komunikasi pemasaran yang yang digunakan untuk memasarkan produk kepada orang lain dan mempengaruhi orang lain untuk merasakan produk tersebut.

Jalilvand (2017) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi WOM pada Restoran, faktor tersebut antara lain : dimensi dari kepuasan (*satisfaction*) konsumen yaitu *food*

quality, personal interaction quality, perceived value dan *physical environment quality*, variabel selanjutnya adalah komitmen (*commitment*), dan kepercayaan (*trust*).

Dari segi kepuasan konsumen dapat dilihat kualitas makanan yang dimiliki Gon Raya Lamo memiliki cita rasa yang khas sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. kualitas layanan yang diberikan kurang baik oleh karyawan memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen. Gon Raya Lamo dilihat dari lingkungan fisiknya memberikan fasilitas yang cukup memadai, akan tetapi ada beberapa saran dari konsumen terhadap fasilitas yang ada seperti, *metting room*, wifi, dan lain sebagainya.

Nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh konsumen setelah merasakan makanan dan layanan di Gon Raya Lamo, apabila semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dan pastinya mereka akan memberitahu kepada orang lain terhadap kepuasan yang mereka rasakan tersebut. Tingkat kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen merupakan poin penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh konsumen.

Dilihat dari segi komitmen (*Commitment*), komitmen merupakan adanya keinginan yang kuat dari pelanggan untuk melanjutkan hubungan dengan penyedia jasa disertai dengan kesediaan untuk mempertahankan hubungan tersebut, dimana hal ini merupakan hal yang penting dalam rangka menjaga hubungan (Shahnaz *et al.*, 2016).

Gon Raya Lamo sudah membuat hubungan pelanggan yang baik akan tetapi umpan balik terhadap konsumen untuk berkomitmen dengan Gon Raya Lamo, sehingga konsumen masih ingin mencoba menggunakan produk lain yang sejenis. Selanjutnya kepercayaan (*trust*) merupakan kemauan konsumen untuk mempercayai produk dengan segala risikonya, karena

adanya harapan produk tersebut dapat memberikan hasil yang positif bagi konsumen (Jalilvand *et al.*, 2017).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi WOM Intention Pada Rumah Makan Gon Raya Lamo, Di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

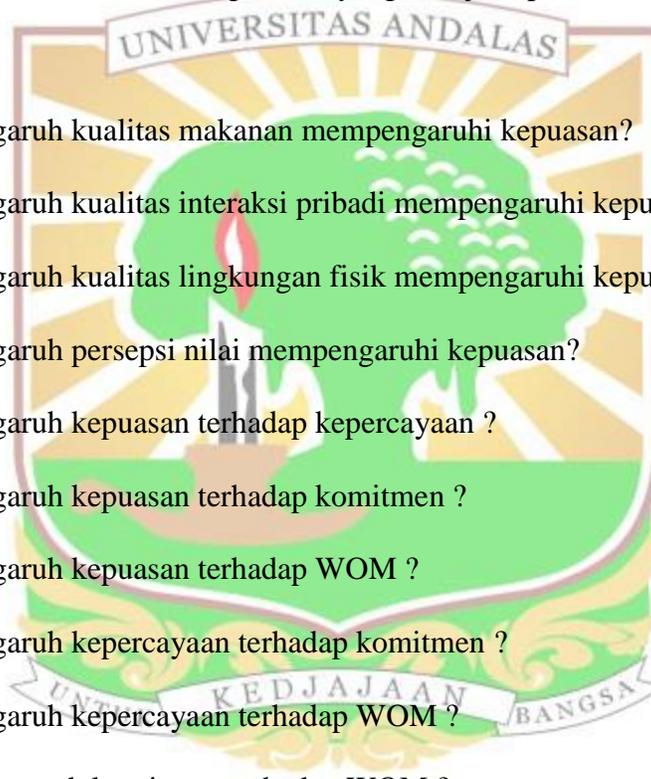
Berdasarkan uraian latar belakang maka yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas makanan mempengaruhi kepuasan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas interaksi pribadi mempengaruhi kepuasan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas lingkungan fisik mempengaruhi kepuasan?
4. Bagaimana pengaruh persepsi nilai mempengaruhi kepuasan?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan ?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap komitmen ?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap WOM ?
8. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap komitmen ?
9. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap WOM ?
10. Bagaimana pengaruh komitmen terhadap WOM ?

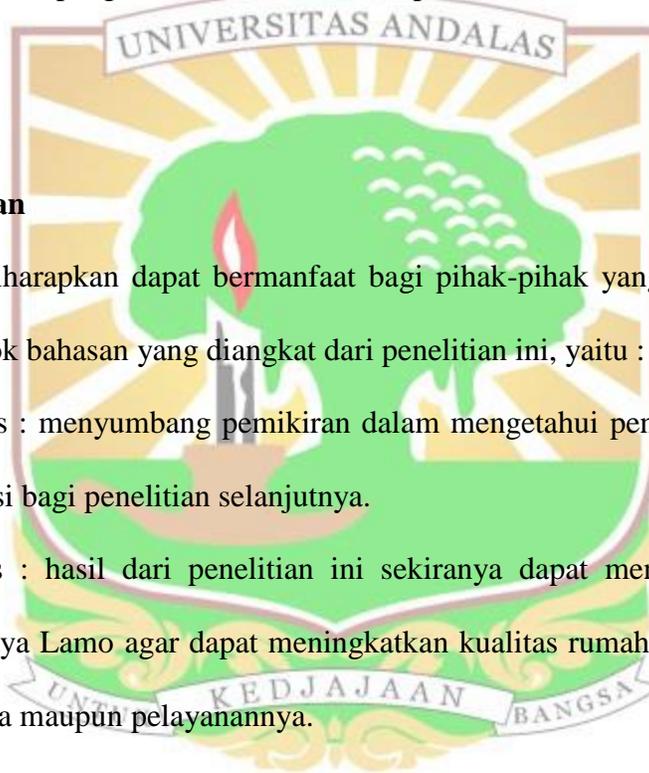
1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas interaksi pribadi terhadap kepuasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan.



4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap komitmen.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap WOM.
8. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap komitmen.
9. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap WOM.
10. Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap WOM.



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan mengenai pokok-pokok bahasan yang diangkat dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis : menyumbang pemikiran dalam mengetahui pengaruh WOM dan akan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis : hasil dari penelitian ini sekiranya dapat menjadi rekomendasi bagi pemilik Gon Raya Lamo agar dapat meningkatkan kualitas rumah makannya baik itu dari segi makanannya maupun pelayanannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dipaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini peneliti mengemukakan tentang berbagai referensi atau tinjauan pustaka yang mendukung kajian dan analisis yang peneliti sampaikan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini Peneliti mengemukakan tentang lokasi dan tempat penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis.

BAB IV : PEMBAHASAN ATAU ANALISIS

Dalam bab ini peneliti melakukan kajian atau analisis terhadap materi yang Peneliti angkat sesuai dengan judul yang disampaikan.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan yang didapat oleh peneliti beserta saran-saran yang mungkin berguna bagi dinas pariwisata sebagai masukan.

