

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu subsektor pertanian yang berperan dalam pertumbuhan perekonomian dan penyediaan pangan di Indonesia, produksi peternakan tentunya menjadi kontribusi yang signifikan untuk kebutuhan pangan hewani pada masyarakat. Salah satu pangan hewani yang diminati oleh masyarakat luas adalah daging sapi. Daging sapi merupakan salah satu bahan pangan yang kaya akan protein hewani, karena kandungan proteinnya yang tinggi, sehingga dapat memberikan dampak positif pada perkembangan dan pertumbuhan pada tubuh serta memperkuat daya tahan tubuh. Dalam daging sapi segar memiliki komponen nutrisi yaitu energi 207 Kk, lemak 14 gram, protein 18,8 gram, kalsium 11 gram, fosfor 170 mg dan 3 mg zat besi (Rusmini, 2016). Jika dibandingkan dengan protein hewani lainnya daging sapi memiliki kandungan protein yang paling tinggi yaitu 18,80 gram, sedangkan daging ayam 18,20 gram, daging domba 17,10 gram, daging kambing 16,60 gram dan daging babi 11,90 gram (Departemen Kesehatan RI, 1995).

Tingginya protein pada daging sapi tentunya menjadikan daging sapi sebagai salah satu bahan baku pada olahan industri makanan. Daging sapi dapat diolah dengan cara digoreng, dipanggang, diasap atau diolah menjadi produk yang lebih menarik seperti daging corned, sosis, dendeng, sate dan abon. Dengan adanya berbagai macam inovasi pengolahan bahan baku daging sapi menjadi produk makanan, tentunya ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk memasuki industri kuliner.

Kuliner merupakan sesuatu yang terkait dengan masakan yang menarik dan lezat (Alamsyah, 2008). Salah satu sektor pariwisata yang banyak diminati saat ini adalah di bidang makanan atau kuliner. Kuliner salah

satu bentuk wisata yang masih berkembang, dengan adanya berbagai macam inovasi kuliner menjadikan wisata kuliner diminati oleh banyak orang sehingga menjadi potensi yang dapat mendatangkan keuntungan (Evanita dan Trinanda, 2017). Wisata kuliner merupakan jenis pariwisata yang memusatkan perhatian wisatawan pada makanandan minuman yang unik dan autentik di suatu destinasi wisata (Besra, 2012). Konsep ini menjadikan wisatawan menjelajahi dan menemukan kekayaan kuliner yang meliputi citra rasa menu khas, baik yang tradisional maupun yang sudah termodernisasi.

Sumatera Barat dikenal sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal akan kekayaan kuliner. Kuliner juga merupakan salah satu dari sembilan subsektor yang menjadi prioritas pemerintah Sumatera Barat. Adapun sembilan subsektor yang menjadi prioritas pemerintah Provinsi Sumatera Barat yaitu *fashion*, kuliner, musik, kerajinan tangan, fotografi, desain, animasi, seni pertunjukkan, dan film (Zusmelia dkk, 2016). Khususnya Kota Padang Panjang merupakan Kota kecil dengan luas wilayah 23 km² yang terletak di Provinsi Sumatera Barat, yang menjadi salah satu kota yang kaya akan makanan kuliner. Hal ini sesuai dengan arahan kebijakan pembangunan Kota Padang Panjang tahun 2018-2023 dengan tujuan untuk mencapai peningkatan daya saing ekonomi kerakyatan dan ekonomi unggulan daerah yang tangguh dengan pengembangan wisata dan kuliner yang berbasis *edu-eco culture tourism* (Fadhila dkk, 2022).

Kota Padang Panjang tergolong strategis karena merupakan jalur persimpangan yang menghubungkan antara Padang, Bukittinggi, Solok dan Batusangkar. Oleh karena itu, banyak orang yang sengaja datang ataupun singgah beristirahat dari perjalanan mereka di destinasi wisata kuliner di Kota Padang Panjang. Salah satu tempat wisata kuliner yang paling diminati oleh

para pecinta kuliner di Kota Padang Panjang adalah Sate Mak Syukur.

Sate Mak Syukur merupakan salah satu destinasi kuliner yang menjadi favorit para pecinta kuliner. Sate Mak Syukur telah berdiri sejak tahun 1941. Keistimewaan Sate Mak Syukur ini terletak pada kekhasan citra rasa bumbu pada daging yang empuk dan kuah yang kental. Proses pembakaran sate memanfaatkan arang yang terbuat dari tempurung kelapa. Bagi konsumen Sate Mak Syukur yang lebih menyukai tekstur sate yang lebih kering bisa meminta proses pembakaran dilakukan dua kali.

Pengunjung Sate Mak Syukur tidak hanya terbatas pada mereka yang beradadi sekitar Kota Padang Panjang, tetapi juga termasuk pengunjung dari luar daerah dan bahkan luar negeri. Pada hari biasa perkiraan rata rata pengunjung Sate Mak Syukur berkisar antara 50 hingga 100 orang, sedangkan selama liburan seperti liburan akhir pekan, libur tahun baru, libur hari raya dan libur nasional lainnya perkiraan pengunjung bisa melebihi 100 orang per hari. Akibatnya, Sate Mak Syukur dapat memproduksi 70 hingga 80 kilogram daging setiap hari, yang meningkat menjadi 100 kilogram selama liburan. Korelasi antara jumlah pengunjung dan jumlah daging yang dikonsumsi menunjukkan bahwa Sate Mak Syukur mengalami peningkatan penjualan selama liburan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh penulis, diperoleh informasi dari pemilik Sate Mak Syukur yaitu Bapak H. Syafril Syukur atau yang biasa dikenal dengan Bapak Haji, bahwa jumlah pengunjung sate tidak selalu tinggi. Sate biasanya banyak dikonsumsi pada hari-hari tertentu seperti hari sabtu dan minggu, menurunnya jumlah pengujung dimulai dari pandemi Covid-19, adanya penurunan pengunjung menyebabkan terjadinya penurunan penggunaan daging sapi dari tiga tahun terakhir semenjak Covid-

19 dimana yang semulanya penggunaan daging perharinya yaitu 80 kilogram setelah terjadinya covid penggunaan daging pada Sate Mak Syukur hanya 50 sampai 60 kilogram perharinya dan 65 kilogram sampai 70 kilogram perhari pada hari libur. Ditambah lagi pada tanggal 11 mei 2024 Sumatera Barat dilanda bencana banjir lahar dingin (galodo) dan tanah longsor sehingga pada kawasan silaing terutama lembah anai yang merupakan jalan utama menuju Kota Bukittinggi dari Kota Padang terputus. Kondisi ini menyebabkan Restoran Sate Mak Syukur tutup sementara, setelah kejadian tersebut diperoleh informasi bahwa terdapat penurunan penggunaan daging pada minggu pertama yang semakin menurun yaitu Sate Mak Syukur menggunakan daging hanya sebanyak 40 kilogram perharinya, setelah minggu kedua dan seterusnya penggunaan daging meningkat yaitu sebanyak 60 kilogram perharinya.

Di sisi lain berdasarkan survei awal yang dilakukan juga didapatkan informasi dari beberapa konsumen yang sudah makan Sate Mak Syukur juga mengklaim bahwa rasa khas Sate Mak Syukur telah berkurang dan kuah sate mudah encer. Selain itu, beberapa orang menganggap rasa Sate Mak Syukur saat ini tidak sebanding dengan harganya yang relatif tinggi. Satu porsi Sate Mak Syukur, yang terdiri dari satu ketupat dan enam tusuk sate, harganya Rp 35.000. Hal ini juga menjadi faktor yang menyebabkan penurunan konsumen pada Sate Mak Syukur.

Namun hal ini berbanding terbalik dengan pendapat beberapa konsumen Sate Mak Syukur yang tetap loyal terhadap kenikmatan Sate Mak Syukur ini. Terutama konsumen yang berasal dari luar Kota Padang Panjang. Hal ini terbukti dari Sate Mak Syukur yang setiap harinya selalu ramai oleh konsumen luar Kota Padang Panjang. Loyalitas dari konsumen luar Kota

Padang Panjang ini dapat dipengaruhi oleh faktor yang membuat konsumen tetap ingin mengkonsumsi Sate Mak Syukur selain dari citra rasa sate yang khas, diduga kualitas pelayanan juga termasuk indikator penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur, adapun kualitas layanan pada Sate Mak Syukur seperti kebersihan (ruangan dan peralatan), fasilitas yang memadai seperti mushola dan toilet, dan keramahan karyawan dalam melayani. Hal ini sesuai dengan pendapat (Tjiptono dan Chandra, 2011), bahwa kepuasan dan loyalitas konsumen timbul dikarenakan adanya kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten. Dengan adanya peningkatan taraf hidup masyarakat yang tercermin dalam kesejahteraan yang meningkat, menyebabkan masyarakat ingin dilayani dengan lebih baik lagi untuk memenuhi keinginannya (Sumarwan, 2011). Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang harus diupayakan oleh penyedia jasa dengan baik kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan suatu perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang diberikan oleh restoran. Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2011) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan). Dari lima dimensi tersebut tentunya akan menggambarkan bagaimana kualitas jasa pada suatu restoran. Jika pelayanan dinilai positif, dapat dikatakan konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang restoran berikan. Kepuasan pelanggan merupakan persyaratan dan keinginan konsumen yang terpenuhi, sehingga ketika kepuasan konsumen tercapai adanya kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian terus menerus.

Adanya berbagai macam permasalahan yang ditemukan saat pra

survei tentunya menjadi penting bagi pemilik Sate Mak Syukur untuk segera diatasi. Selain untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, hal tersebut juga dilakukan sebagai bentuk antisipasi untuk meminimalisir terjadinya penurunan konsumen Sate Mak Syukur dan ditambah lagi dengan adanya ketidakpuasan dari beberapa konsumen terutama pada kualitas produk pada Sate Mak Syukur, agar nantinya Sate Mak Syukur mampu bertahan sebagai salah satu aset wisata kuliner kota Padang Panjang yang tetap eksis dan tidak tenggelam oleh maraknya persaingan dengan usaha sejenis. Dalam kondisi persaingan perlu adanya tingkatan evaluasi terhadap riset pasar dan strategi pemasaran yang berhubungan dengan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen akan selalu berubah sesuai dengan kondisi dan situasi dari waktu ke waktu. Oleh karena itu kita dapat melihat strategi pemasaran secara keseluruhan dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan bauran pemasaran pada Sate Mak Syukur.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
2. Bagaimana perilaku pembelian konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
3. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan

terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui karakteristik konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
2. Mengetahui karakteristik atau perilaku pembelian pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi produsen
Hasil penelitian dapat dijadikan referensi oleh pelaku usaha untuk mengetahui apa saja faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dan juga dapat membantu dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan konsumen.
2. Bagi teoritis
Hasil penelitian ini dapat diperuntukkan sebagai sumbangan pemikiran atau masukan untuk tambahan aplikatif dalam dunia bisnis makanan khas daerah. Seperti meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkannya.
3. Bagi pemerintah
Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan usaha kuliner daerah, terutama untuk pelaku usaha dalam meningkatkan

kualitas produk dan pelayanan sehingga nanti dapat meningkatkan daya tarik wisata.

