

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian suatu daerah karena memiliki ketertarikan sebagai sumber percepatan pertumbuhan ekonomi daerah (Besra, 2012). Salah satu sektor pariwisata yang diminati oleh wisatawan adalah di bidang makanan atau kuliner. Kata kuliner didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan masakan atau dapur. Kuliner lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar terlihat menarik dan lezat (Alamsyah, 2008). Kuliner merupakan salah satu bentuk wisata yang saat ini berkembang, sehingga saat ini ragam kuliner tersebut telah diperhitungkan sebagai potensi yang dapat mendatangkan keuntungan (Evanita dan Trinanda, 2017).

Wisata kuliner menjadi suatu alternatif dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, dan wisata sejarah. Meskipun wisata kuliner sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisatawan yang datang biasanya tertarik untuk mencoba makanan lokal yang ada di daerah tersebut (Besra, 2012). Dengan berkembangnya berbagai macam inovasi dalam bidang kuliner membuat wisata kuliner semakin diminati oleh banyak orang, dan juga berbagai kalangan, mulai dari kalangan usia muda hingga kalangan lanjut usia.

Beragamnya kondisi geografis Indonesia serta banyaknya suku dan ras yang ada di Indonesia, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang kaya akan ragam kuliner yang dimilikinya. Khususnya Provinsi Sumatera Barat yang terletak

pada pesisir barat bagian tengah Pulau Sumatera. Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam destinasi wisata kuliner, seperti Rumah Makan Lamun Ombak di Padang, Sate Mak Syukur di Padang Panjang, Bika Si Mariana di Koto Baru, dan Martabak Kubang Hayuda di Kabupaten 50 Kota, dan banyak lagi lainnya. Dalam kegiatan ini penulis tertarik kepada destinasi wisata kuliner Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.

Kota Padang Panjang merupakan sebuah kota kecil di Indonesia dengan luas wilayah 23 km² yang terletak di Provinsi Sumatera Barat. Letak 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.

Terdapat beberapa destinasi wisata kuliner yang dapat dikunjungi di Kota Padang Panjang. Salah satunya yaitu destinasi wisata kuliner Sate Mak Syukur yang telah banyak dikenal oleh masyarakat. Sate Mak Syukur menjadi salah satu destinasi wisata kuliner wajib yang dikunjungi oleh para pecinta kuliner. Oleh karena itulah penulis memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai Sate Mak Syukur yang ada di Kota Padang Panjang.

Sate Mak Syukur terletak di Jalan Sutan Syahrir Silaing Bawah Kota Padang Panjang. Perkiraan rata-rata pengunjung Sate Mak Syukur per hari adalah 50 - 70 orang pada hari biasa, dan perkiraan pengunjung pada hari libur bisa mencapai 120 – 150 orang per harinya. Keistimewaan Sate Mak Syukur ini terletak pada kekhasan cita rasa daging empuk dan kuahnya yang kental.

Berdasarkan survei pendahuluan yang penulis lakukan di Kota Padang Panjang (2019), ditemukan bahwa ada sebagian kecil masyarakat Kota Padang Panjang merasa bahwa cita rasa yang khas dari Sate Mak Syukur telah berkurang sekarang ini, karena tidak lagi lezat cita rasa khas sebagaimana dahulunya. Bahkan mereka menilai bahwa nilai lezat dari Sate Mak Syukur ini tidak lagi sebanding dengan harganya yang relatif mahal. Harga satu porsi Sate Mak Syukur (satu buah ketupat, dan tujuh tusuk sate) ialah Rp. 27.000,-. Oleh karena itu, walaupun hanya sebagian kecil masyarakat Sate Mak Syukur dari dalam Kota Padang Panjang ini yang berpandangan seperti itu, maka dari segi aspek pemasaran tentu saja kurangnya loyalitas konsumen dari dalam Kota Padang Panjang terhadap Sate Mak Syukur sekarang ini haruslah menjadi bahan evaluasi diri oleh pihak pengusaha Sate Mak Syukur itu sendiri.

Pada sisi lain, berbanding terbalik dengan yang dirasakan oleh konsumen Sate Mak Syukur dari dalam Kota Padang Panjang di atas, bahwa para konsumen Sate Mak Syukur yang berasal dari luar Kota Padang Panjang tetap loyal terhadap penikmatan Sate Mak Syukur ini. Hal ini terbukti dari Sate Mak Syukur yang setiap harinya selalu ramai oleh konsumen dari luar Kota Padang Panjang. Loyalitas dari konsumen luar Kota Padang Panjang ini juga tidak lepas dari kepuasan terhadap cita rasa khas dari Sate Mak Syukur tersebut.

Oleh sebab itu, pentingnya pelaku usaha kuliner Sate Mak Syukur untuk selalu menjaga keberlanjutan 'nilai dan kualitas' dari cita rasa khas yang menjadi perekat kepercayaan konsumen terhadap kuliner Sate Mak Syukur yang dijualnya. Dengan terjaganya kontinuitas tersebut, konsumen akan senantiasa merasa puas terhadap Sate Mak Syukur sehingga terciptalah loyalitas dari para konsumen.

Ketika mendirikan dan menjalankan suatu usaha, tentu saja pemilik usaha tersebut menginginkan kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka beli dari usaha tersebut. Begitupun halnya yang dirasakan oleh pemilik usaha Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Sehingga pemilik usaha Sate Mak Syukur ini akan melakukan tindakan seperti mempertahankan cita rasa khas dari Sate Mak Syukur ini sendiri tanpa adanya pengurangan dalam bumbu pada proses pembuatannya, dan menjaga komunikasi pelayanan dengan konsumen, serta lainnya.

Setelah mengkonsumsi Sate Mak Syukur, konsumen dapat merasakan cita rasa yang khas dari Sate Mak Syukur, sehingga hal ini dapat memenuhi harapan dari para konsumen, dan konsumen akan merasa harga yang dibayarkan untuk Sate Mak Syukur tersebut sangatlah sesuai. Ketika harapan konsumen telah terpenuhi, konsumen akan merasa puas terhadap konsumsi Sate Mak Syukur itu, dan akhirnya menjadi loyal terhadap Sate Mak Syukur tersebut.

Menurut Suhartanto *et al* (2018) loyalitas konsumen menandakan sikap konsumen terhadap suatu produk. Dengan demikian, memahami bagaimana loyalitas konsumen terhadap makanan khas akan menjadi penting karena wawasan seperti itu akan membantu mengembangkan dan memberikan produk yang memenuhi permintaan konsumen dan selanjutnya meningkatkan daya saing bisnis. Suhartanto *et al* (2018) juga menegaskan bahwa kualitas adalah pendorong penting dari kepuasan dan loyalitas. Semakin baik kualitas makanan khusus seperti yang dirasakan oleh konsumen, semakin besar kepuasan dan loyalitas mereka.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Canalejo *et al* (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa faktor yang

berhubungan signifikan terhadap loyalitas konsumennya itu kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan kepuasan konsumen.

Kualitas yang diharapkan adalah ukuran antisipasi konsumen terhadap kualitas produk atau layanan perusahaan. Ekspektasi mewakili pengalaman konsumsi sebelumnya, yang mencakup beberapa informasi non-pengalaman seperti iklan dan dari mulut ke mulut, dan perkiraan kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas di masa depan (*theacsi* dalam Canalejo *et al.*, 2018).

Persepsi kualitas adalah ukuran evaluasi konsumen melalui pengalaman konsumsi baru-baru ini terhadap kualitas produk atau layanan perusahaan. Kualitas diukur dari kedua kustomisasi, yaitu sejauh mana suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan individu konsumen, dan keandalan, yang merupakan frekuensi terjadinya kesalahan dengan produk atau layanan tersebut (*theacsi* dalam Canalejo *et al.*, 2018).

Persepsi nilai adalah ukuran kualitas relatif terhadap harga yang dibayarkan. Meskipun harga (nilai untuk uang) seringkali sangat penting untuk pembelian pertama konsumen, biasanya memiliki dampak yang agak kecil pada kepuasan untuk pembelian berulang (*theacsi* dalam Canalejo *et al.*, 2018).

Kepuasan konsumen didapat setelah konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen adalah salah satu faktor penentu penting kesetiaan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu pondasi yang diperlukan untuk mempertahankan konsumen yang ada. Menurut Ramenusa (2013) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antar prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul “**Analisis Kualitas, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang dikembangkan di sini yaitu mengenai loyalitas konsumen terhadap produk Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Untuk itu, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap persepsi kualitas pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas terhadap persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
5. Bagaimana pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
6. Bagaimana pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap persepsi kualitas pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
2. Menganalisis pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap persepsi nilai pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
4. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
5. Menganalisis pengaruh kualitas yang diharapkan terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
6. Menganalisis pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat membantu usaha Sate Mak Syukur dalam mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen dan dapat membantu dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat diperuntukkan sebagai sumbangan pemikiran atau bahan masukan untuk tambahan aplikatif dalam dunia bisnis makanan khas daerah. Seperti meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh kualitas yang diharapkan, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang.

1.6 Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penelitian yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual serta pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

