

BAB I PENGANTAR

A. Latar Belakang

Salah satu bisnis yang diminati masyarakat dan bisa menghasilkan banyak uang adalah di industri FnB (food and beverage). Menurut data Industry, industri makanan dan minuman mengalami peningkatan penjualan triwulanan hingga 12,56 persen pada triwulan I 2022. Selain itu, laju pertumbuhan tahunan industri makanan dan minuman triwulan I 2022 (tahun) adalah 3,75 persen. Selain itu, hal ini disebabkan karena pangan merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting (Gramedia, 2022). Akibatnya, industri makanan dan minuman muncul sebagai salah satu sektor yang tidak mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir dan terus berkembang (CNN, 2017).

Kancah kuliner Indonesia yang meliputi leisure, business, food and drink, dan masakan Indonesia sangat menjanjikan, dan International Food and Beverage Growth Conference akan diadakan di sana pada tahun 2022. Hal ini dilakukan agar 46 brand-name perusahaan makanan dan minuman dari lima negara dapat menjadi investor dan menjajaki peluang bisnis makanan dan minuman di Indonesia. Selain itu, acara ini diadakan di Indonesia karena Indonesia telah muncul sebagai negara dengan pasar potensial, khususnya F&B, yang menyumbang hampir 55% dari total penjualan (Sindonews, 2022).

Karena pemilik bisnis makanan bersaing satu sama lain, setiap jenis restoran secara alami akan menonjolkan kekuatan dan perbedaannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah menghasilkan service berkualitas tinggi agar tetap kompetitif dan bertahan. Ketika makanan dan layanan di restoran memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Salah satu faktor yang

mempengaruhi pertumbuhan bisnis yang baik adalah kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan barang atau produk yang dibelinya, maka ada kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan barang atau produk tersebut kepada orang lain. Selain itu, loyalitas konsumen juga memunculkan peluang bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Hasbi, 2018).

Produk yang berkualitas tinggi dan layanan pelanggan yang prima, akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Parasuraman (1985) mendefinisikan kualitas layanan sebagai “kesenjangan antara persepsi konsumen terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan harapan mereka tentang perusahaan yang menawarkan layanan” Untuk memastikan pelanggan senang dengan produk atau layanan, kualitas layanan harus dirancang sesuai dengan kebutuhan.

Cita rasa suatu makanan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah restoran merupakan dua faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu produk makanan yang paling digemari oleh seluruh masyarakat Indonesia adalah mie. Kebanyakan orang menyukai bakmi yang merupakan salah satu makanan favorit mereka. Di Jakarta khususnya, sudah banyak orang yang membuka usaha jualan mie. Meski hanya menjual bakmi, mereka menjual berbagai macam jenis bakmi. Bakmi pertama kali berasal dari china yang dibawa ke Indonesia dan diadaptasi dari daging babi menjadi daging ayam. Karena itu, mayoritas orang Indonesia menyebutnya sebagai "Mie Ayam", dan banyak juga yang menyebutnya sebagai "Mie". Tirta Lie yang ahli bakmi dan juga penikmat bakmi yang telah mencicipi ribuan bakmi di Jakarta, merasakan perubahan inovasi bakmi dari masa ke masa itu. Karena keragaman Bakmi di Jakarta, Tirta diberi

nama Jakarta sebagai Kota 1.000 Bakmi. Ia pun merasakan adanya inovasi baru saat pertama kali mencicipi bakmi, mulai dari topping dan mie itu sendiri. Selain itu inovasi yang dirasakan adalah kedai bakmi yang awalnya disajikan dalam bentuk gerobak namun kini hadir dalam kedai bakmi yang semakin mencerminkan perkembangan zaman. Bakmi GM merupakan salah satu produk restoran bakmi yang cukup terkenal di Indonesia. Jaringan restoran cepat saji Bakmi GM telah memantapkan dirinya sebagai simbol restoran bakmi di Jakarta. Di tahun 2022, Bakmi GM yang telah menginjak usia 63 tahun memperluas operasinya. Perubahan nama dari Bakmi Gajah Mada yang didirikan pada tahun 1959 oleh Bapak Tjhai i Sioe dan Ibu Loei Kwai Fong menjadi Bakmi GM merupakan sebuah transformasi. Bakmi GM memberikan pelanggan untuk menikmati kelezatan menunya dari semua kalangan usia. Selain itu, Bakmi GM terus meningkatkan kuantitas dan kualitas layanannya sebagai wujud komitmennya kepada pelanggan (Bakmi GM, 2022).

B. Tujuan Penelitian Produk

Seminar hasil ini dilakukan dengan tujuan untuk menampilkan hasil penelitian non produk yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai tugas akhir selama lima bulan terakhir, yaitu:

1. Menampilkan dan menyebarkan hasil penelitian non produk;
2. Menjelaskan penelitian non produk;
3. Mendapatkan kritik dan saran dari pihak terkait untuk menyempurnakan hasil.

C. Manfaat Studi

Manfaat diadakannya seminar hasil dari hasil penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat bagi banyak orang dan digunakan sebagai sumber referensi. Selain itu juga dapat membantu memberikan pengetahuan atau pemahaman yang lebih untuk meningkatkan kualitas produk dan juga menyebarluaskan pengetahuan tentang produk yang dapat berpengaruh pada minat beli masyarakat. Dan dengan diadakannya penelitian ini, dapat memberikan kontribusi untuk para pelaku bisnis di luar untuk membuka dan mengembangkan peluang bisnis baru, khususnya di bidang industri pariwisata khususnya departemen makanan dan minuman.

D. Deskripsi Penelitian

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif yang merupakan data primer dan berbentuk angka. Peneliti memperoleh data untuk di analisis dengan menggunakan software *Smart PLS* versi 3.0. Penelitian ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh antara *service quality* dan *food quality* terhadap *customer satisfaction* di restoran Bakmi GM. Data didapatkan dengan kuesioner yang akan diisi oleh responden. Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah bertransaksi atau datang langsung ke Bakmi GM, dan telah terisi oleh 152 responden. Kuesioner ini dilakukan secara terbuka dengan menggunakan skala Likert (1-6).