

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu kebutuhan utama manusia untuk dapat melangsungkan kehidupan. Sebagai salah satu kebutuhan utama manusia. Permintaan akan makanan tentunya akan terus tinggi karena manusia memerlukan makan setiap hari. Setiap kota, daerah, maupun negara memiliki budaya, ciri khas, dan perilaku yang berbeda-beda sehingga membuat permintaan makanan di setiap daerah pun berbeda-beda dan akhirnya menimbulkan ciri khas makanan tersendiri dari masing-masing daerah.

Setiap daerah memiliki karakteristik makanan tersendiri. Hal ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menentukan. Menurut (Ivanova *et al.*, 2014). Beberapa faktor yang bisa memengaruhi karakteristik makanan dari sebuah negara atau daerah adalah gaya hidup, demografi, kondisi ekonomi dan budaya, serta faktor-faktor lain yang tidak terlalu relevan namun berkontribusi memengaruhi ciri khas makanan sebuah daerah. Contohnya, daerah-daerah yang bersuhu rendah cenderung memiliki ciri khas makanan yang pedas untuk dapat menghangatkan tubuh masyarakat di daerah bersuhu rendah. Sedangkan daerah yang bersuhu tinggi memiliki ciri khas makanan yang disajikan secara dingin.

Karakteristik makanan secara tidak langsung menunjukkan budaya suatu tempat, bila dilihat dari penjelasan di atas. Hal ini yang membuat banyak orang yang pergi ke sebuah tempat untuk mencicipi makanan di daerah

tersebut. Salah satu negara yang memiliki ciri khas makanan yang berbeda dengan negara lain adalah makanan Korea Selatan. Orang-orang Korea Selatan adalah orang-orang yang menggemari nasi. Untuk masyarakat Korea Selatan, nasi adalah makanan yang wajib. Makanan lain yang sangat digemari oleh masyarakat Korea Selatan adalah *pot-stews*, *soups*, *dried fish*, dan bahan-bahan yang dikukus. Oleh karena itu, tidak heran jika di Korea Selatan, mayoritas makanan-makanna yang tersedia adalah makanan yang dihidangkan dengan nasi, rebusan, ikan atau bahan kukus (Chung dan Chung, 2016).

Pelaku bisnis kemudian mulai memanfaatkan kesempatan seiring dengan berjalannya waktu karena keinginan masyarakat mencicipi makanan dari Korea Selatan. Ini dilakukan salah satunya dengan membuka restoran bertema negara Korea Selatan di Indonesia, sehingga masyarakat dapat mencicipi aroma, ciri khas dan rasa makanan dari berbagai negara luar tanpa harus berpergian jauh. Cita rasa makanan-makanan tersebut juga sudah disesuaikan dengan cita rasa masyarakat di Indonesia (Rachma, 2021).

Korea Selatan juga adalah suatu negara yang kaya budaya. Saat ini istilah *Korean wave* banyak diperdengarkan untuk menandai meluasnya budaya Korea ke berbagai negara, salah satunya Indonesia. *Korean wave* adalah salah satu bentuk diplomasi negara Korea Selatan dalam rangka membentuk citranya di negara lain. Fenomena ini membuat adanya berbagai dampak di negara lain, berupa tumbuhnya minat masyarakat mengenal dan bahkan mendalami budaya Korea Selatan. Dampak lainnya adalah

meningkatnya penikmat grup music, drama, hingga *band* dari Korea Selatan. Kecenderungan minat masyarakat dalam dunia hiburan ini ditandai dengan meledaknya berbagai permintaan *brand* Korea di Indonesia (Zahara and Afrianto, 2019; Rachma, 2021).

Hal ini juga berdampak pada makanan yang berasal dari Korea Selatan. Fenomena *Korean Wave* ini merambah ke bisnis makanan karena membuat masyarakat ingin juga mencoba berbagai menu makanan dari Korea Selatan. Jenis makanan Korea yang digemari saat ini adalah *bulgogi*, *japchae*, *bibimbap*, *neobiani*, *galbijjim*, *galbigui*, *kimchi*, dan *bindaetteok*. Korea Selatan memiliki cita rasa khasnya, yaitu pedas, gurih, dan asin yang merepresentasikan karakteristik budaya masakan Korea itu sendiri. Karakteristik ini adalah hal yang penting untuk budaya makanan karena terbentuk lama di dalam masyarakat dan dipengaruhi oleh sosial, budaya, dan psikologi. Adapun bahan-bahan makanan utama yang menjadi karakter masyarakat Korea Selatan adalah kecap, kedelai, dan bawang putih. Biji-bijian dan fermentasi juga menjadi jenis makanan Korea yang khas (Tamrin, Bedjo and Wijayanti, 2018).

Informasi lain terkait makanan Korea adalah biasanya mengandung lima warna atau Pentagon, yaitu putih, hitam, biru, merah, dan kuning yang dikombinasikan secara bersamaan. Etika makanan di Korea juga sangat diperhatikan. Masyarakat Korea biasanya berpakaian dengan benar dan harus berpostur yang baik ketika makan. Mereka tidak mengangkat sendok dan yang

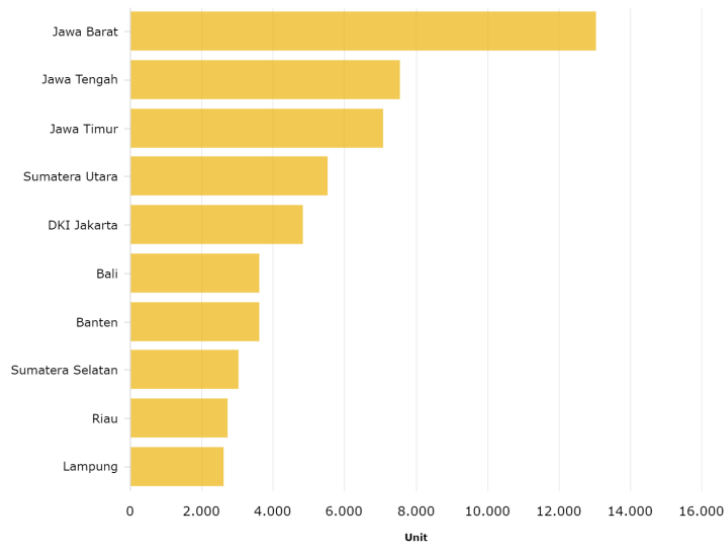
lainnya untuk makan sampai orang tua makan. Mereka juga mengunyah makanan dengan tenang dan perlahan (Zahara and Afrianto, 2019).

Kebiasaan dan budaya dalam makanan ini dinilai menarik untuk masyarakat di luar Korea, sehingga mendorong banyak orang untuk ingin mengetahui lebih lanjut. Sebenarnya tidak diketahui secara pasti bagaimana awalnya makanan Korea diperkenalkan ke masyarakat Indonesia untuk pertama kalinya, namun secara resmi terdapat suatu *event* parade kuliner dan cerita di balik sajian makanan Korea yang dibawa oleh *Korean Food Foundation* (KFF) yang didirikan sejak 2010 oleh pemerintah Korea di Indonesia. Inilah yang kemungkinan menjadi salah satu cara bagi Korea mempromosikan makanannya di Indonesia. Selain itu, adanya promosi dari berbagai artis Korea di Indonesia sebagai bintang tamu untuk berbagai produk Indonesia juga dapat menjadi pemicu meningkatnya animo masyarakat untuk mengenal budaya dan khususnya makanan dari Korea (Zahara and Afrianto, 2019).

Penelitian ini membahas wilayah restoran Korea di Jakarta dikarenakan Jakarta adalah salah satu kota dengan tingkat ketersediaan restoran yang terbesar di Indonesia. Jumlah restoran di Jakarta ini dapat dilihat dari grafik berikut:

Gambar 1

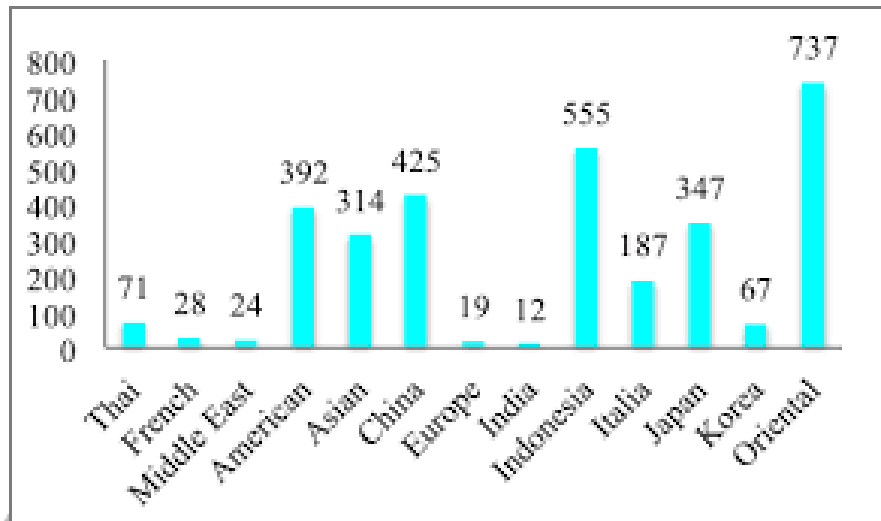
Jumlah provinsi dengan jumlah restoran terbesar di Indonesia (dalam unit)



Sumber: BPS, 2022

Gambar di atas memberi informasi bahwa Jakarta jumlah restoran setidaknya sekitar 5000 unit. Meskipun begitu, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2021), kepadatan penduduk di DKI Jakarta pada tahun adalah sekitar 15.978 jiwa/km². Maka pemilihan Jakarta sebagai tempat peneliti melakukan penelitian adalah untuk mendapatkan kesedian data. Ini adalah provinsi ke lima terbanyak dari semua provinsi di Indonesia dan sebagai ibukota negara. Namun data lain menyatakan bahwa restoran korea merupakan restoran dengan tingkat jumlah terendah yang ada di Indonesia sebagai berikut:

Gambar 2
Jumlah Restoran di Indonesia berdasarkan Jenis Makanan



Sumber: Rangkuti, 2018

Dari gambar di atas terlihat bahwa restoran Korea merupakan salah satu restoran yang memiliki jumlah restoran berdasarkan jenis makanan dengan peringkat ke Sembilan dari tiga belas jenis makanan lainnya di Indonesia, padahal, Korean Wave di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut Maulia (2020), Indonesia berada di peringkat ketiga sebagai negara yang terpengaruh *Korean Wave* di dunia. Hal ini tentunya bertolak belakang dengan jumlah restoran yang ada di Indonesia yang relatif sedikit.

Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh *et al.* (2021) yang menemukan hasil bahwa memang kepuasan konsumen terhadap sebuah restoran menjadi masalah tersendiri yang masih belum bisa dipecahkan dan dapat memengaruhi tingkat kunjungan masyarakat ke restoran tersebut.

Singh *et al.* (2021) menjelaskan beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan seseorang berkunjung ke restoran seperti *food*

quality, physical environment dan *price fairness*. Ketiga variabel ini akan menjadi variabel independen yang akan diteliti dan diduga memengaruhi kepuasan konsumen atas restoran Korea di Jakarta.

Food quality atau kualitas makanan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi harapan konsumen (Aminudin, 2015). Kualitas makanan yang baik pastinya akan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau melebihi apa yang diharapkan konsumen dari berbagai aspek seperti rasa yang enak, variasi menu, kesegaran makanan, aroma yang menarik, dan tampilan yang menarik. Dengan kelima elemen ini, maka makanan dapat lebih berkualitas. Saat sebuah makanan yang dihidangkan memiliki kualitas yang sesuai dengan atau melebihi persepsi konsumen, maka konsumen akan merasa apa yang mereka harapkan dipenuhi oleh restoran tersebut sehingga membuat satu momentum puas yang dirasakan (Setiawan and Japariato, 2012).

Physical environment merujuk pada karakteristik objektif dan persepsi dari konteks fisik di mana orang menghabiskan waktu mereka. Dalam hal restoran, *physical environment* dapat diartikan sebagai seluruh fasilitas fisik yang ada di restoran yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen dan mendukung proses kegiatan makan dari konsumen selama berada di dalam restoran. *Physical environment* dapat berupa desain interior restoran, kebersihan restoran dan pakaian dari para karyawan (Wilianto, Santoso and Siaputra, 2017).

Price fairness adalah faktor ketiga yang diduga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. *Price fairness* didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana konsumen merasa bahwa harga yang diterapkan dan ditetapkan oleh sebuah restoran masuk di akal dan beralasan. Saat sebuah restoran menerapkan harga yang wajar untuk makanan yang mereka jual, maka konsumen akan merasa bahwa restoran ini jujur dalam menetapkan harga. Hal ini tentunya membuat konsumen merasa senang dan akan merasa uang yang dikeluarkan sesuai dengan pelayanan yang didapatkan (Herawaty, Tresna and Wisudastuti, 2017).

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta?
2. Apakah *physical environment* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta?
3. Apakah *price fairness* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta

2. Untuk mengetahui pengaruh *physical environment* terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pada restoran Korea di Jakarta

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dapat bermanfaat bagi akademisi, praktisi, perusahaan sampai ke pemerintah. Manfaat penelitian dapat berupa:

1. Bagi Pelaku bisnis restoran Korea

Memberikan Informasi kepada pelaku usaha restoran Korea di Jakarta dalam membuat dan menetapkan strategi sehingga dapat memaksimalkan kepuasan dari konsumen terhadap restoran mereka.

2. Bagi penelitian

Mendapatkan pengalaman, pengetahuan dan wawasan yang luas dari hasil penelitian ini yang dapat bermanfaat bagi masa depan dalam mengaplikasi teori kualitas makanan, lingkungan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam manajemen pemasaran.

3. Bagi konsumen

Diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengetahui restoran-restoran yang memiliki tingkat kualitas yang tinggi dari konsumen lain.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan penulisan penelitian ini mengikuti sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I dari laporan berisikan latar belakang yang menjadi dasar mengapa penelitian ini dilakukan serta menjelaskan perumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II dari laporan berisikan paparan teoritis yang berfungsi menjelaskan berbagai paparan konsep teoritis yang relevan untuk penelitian, kemudian ada hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dan perbandingan, kemudian ada perumusan hipotesis yang terakhir kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian *cross-sectional* (*cross-sectional research*), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan mengambil waktu tertentu yang relatif pendek dan tempat tertentu. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dalam pengumpulan data dan studi literatur. Peneliti melakukan pengumpulan data mengenai kepuasan konsumen terhadap *food quality*, *physical environment*, dan *price fairness* terhadap *customer satisfaction*. Peneliti melakukan studi literatur kualitas makanan, lingkungan sekitar tempat makan, dan harga makanan pada pelayanan di restoran melalui jurnal dan internet. Studi literatur dilakukan untuk memperkuat teori dan data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisikan gambar umum dan objek penelitian, dimana peneliti akan memberikan deskripsi tentang informasi serta pembahasan terkait hasil penelitian dari peneliti skripsi ini. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan hasilnya akan dipresentasikan dari analisis peneliti.

BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN RENCANA KEBERLANJUTAN PENELITIAN

Peneliti mengharapkan agar warga Jakarta dapat menikmati makanan Korea dan memperluas restoran Korea yang terletak di Jakarta.

