

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, pemerintah akan terus berupaya menjaga ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan industri makanan dan minuman agar semakin produktif dan berdaya saing global. Apalagi, sektor ini basisnya nilai tambah sehingga proses hilirisasi perlu dijamin. Industri makanan dan minuman juga berpotensi tumbuh lebih dari 10 persen pada 2018. Pertumbuhan tersebut didukung oleh momen pemilihan kepala daerah (pilkada) di beberapa wilayah Indonesia sehingga peredaran uang semakin meningkat. (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3243577/2018-industri-makanan-dan-minuman-bakal-tumbuh-10-persen>)

Kementerian Perindustrian mencatat, sumbangan industri makanan dan minuman kepada PDB industri non-migas mencapai 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Selain itu, capaian tersebut mengalami kenaikan 4 persen dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, kontribusinya terhadap PDB nasional sebesar 6,21 persen pada triwulan III/2017 atau naik 3,85 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Selanjutnya, dilihat dari perkembangan realisasi investasi, sektor industri makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) triwulan III/2017 mencapai Rp 27,92 triliun

atau meningkat sebesar 16,3 persen dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD1,46 miliar. (<https://bisnis.tempo.co/read/1036777/kemenperin-industri-makanan-minuman-masih-jadi-andalan-di-2018>)

Guna menjaga pertumbuhan sektor ini tetap tinggi, menurut Menperin, pihaknya terus mendorong pelaku industri makanan dan minuman nasional agar memanfaatkan potensi pasar dalam negeri. Indonesia dengan memiliki jumlah penduduk sebanyak 258,7 juta orang, menjadi pangsa pasar yang sangat menjanjikan. Di samping itu, industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif karena jumlahnya cukup banyak. Tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, tetapi juga telah menjangkau di tingkat kabupaten untuk kelas industri kecil dan menengah (IKM). (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>)

Seiring dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mendorong munculnya berbagai restoran yang menyasar berbagai segmen. Bale Sere Resto & Café adalah salah satu restoran yang memiliki segmen untuk kelas menengah ke atas yang berdiri sejak 20 Mei tahun 2016 di Surabaya. Nama Bale Sere terdiri dari dua kata “Bale“ dan “Sere“. Bale dalam bahasa jawa memiliki makna rumah/pendapa dan Sere merupakan nama salah satu rempah rempah tradisional, dan makna dari Bale Sere adalah rumah/tempat yang nyaman menyajikan berbagai menu makanan berbumbu rempah rempah yang sehat dan dapat mengikat kolesterol jahat. Bale Sere Resto & Café menggabungkan suatu konsep yang sepadan antara *wooden classic* dengan desain dan *ambience* yang mendukung segala hal, dimana interiornya mayoritas menggunakan bahan dasar kayu dengan lampu lampu gantung khas arab yang unik, menjadikan suasana terkesan *homey*, santai dan nyaman. Oleh sebab itu Bale Sere Resto & Café sangat cocok dijadikan sebagai tempat untuk berbagai macam pertemuan bisnis ataupun bersantai bersama keluarga.

Bale Sere Resto & Café memiliki berbagai pilihan menu khas Timur Tengah dan khas Indonesia serta dilengkapi dengan aneka pilihan macam kopi dan berbagai minuman lainnya.

(Berdasarkan wawancara dengan manajer Bale Sere Resto & Café yang bernama Yuli.)

Objek yang di pilih yaitu Bale Sere Resto & Café yang berdiri pada tahun 2016, dan restoran ini terletak di sebuah mall di Surabaya Selatan atau lebih tepatnya di mall City Of Tomorrow Lt. LG Blok LS 50-51 Jln. Ahmad Yani no. 288, Surabaya. Lokasi restoran Bale Sere Resto & Café yang strategis ini sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan restoran ini. Restoran ini terletak bersebelahan dengan restoran lainnya seperti Rollaass Café, dan Piring Suroboyo. Di City Of Tomorrow memang terdapat banyak restoran yang terkenal di sana, atau bisa di sebut Bale Sere Resto & Café ini mempunyai pesaing yang banyak tetapi tidak membuat Bale Sere Resto & Café ini sepi pengunjung bahkan pada saat makan siang maupun makan malam Bale Sere Resto & Café ini juga selalu dipenuhi oleh pengunjung, dan didalam mall City Of Tomorrow tersebut memang hanya Bale Sere Resto & Café ini saja yang mempunyai menu makanan yang berbeda di antara pesaingnya.

(Berdasarkan wawancara dengan manajer Bale Sere Resto & Café yang bernama Yuli.)

Dengan menyediakan makanan khas dari berbagai makanan khas Indonesia seperti Sup Buntut, Sup Iga, Soto Ayam, Nasi goreng kambing, Nasi goreng ayam, Rawon, Gule iga, Tongseng iga, Iga bakar dan masih banyak lagi yang lainnya. Selain itu juga Bale Sere Resto & Café juga menyediakan makanan dari luar Indonesia seperti makanan khas dari timur tengah seperti Nasi Biryani, Nasi kebuli, Nasi Mandy. Bale Sere Resto & Café juga menyediakan makanan ringan sehingga

konsumen yang datang hanya untuk sekedar nongkrong dapat berkunjung ke Bale Sere Resto & Café, makanan ringan yang di sediakan seperti Siomay, Batagor, Sampler, Potato Chips, Pisang goreng, Martabak India, Risoles Mayo, Kentang Goreng dan masih banyak lainnya. Bale Sere Resto & Café juga menyediakan makanan western tetapi yang di sediakan tidak banyak karena Bale Sere Resto & Café ini lebih fokus ke dalam makanan khas Timur Tengah.

(Berdasarkan wawancara dengan manajer Bale Sere Resto & Café yang bernama Yuli.)

Walaupun Bale Sere Resto & Café mempunyai beberapa pesaing di dalam mall city of tomorrow seperti rollas café, piring suroboyo dan wapo tetapi tidak membuat Bale Sere Resto & Café sepi akan pengunjung justru membuat Bale Sere Resto & Café tetap ramai akan pengunjung dari mall City Of Tomorrow. Tetapi Bale Sere Resto & Café jarang di temukan di Surabaya karena Bale Sere Resto & Café belum lama di buka sehingga baru terdapat di satu tempat yaitu berlokasi di mall city of tomorrow ini. Pada saat ini dimana yang menjadi *trend* makanan di Indonesia yaitu makanan-makanan luar negri seperti *western* dan asia yang sedang menjadi *trend* saat ini dengan Bale Sere Resto & Café menyediakan makanan khas Timur Tengah maka membuat makanan khas Timur Tengah mulai di gemari kembali serta menambah persaingan antara makanan khas Timur Tengah dan makanan khas dari Asia.

(Berdasarkan wawancara dengan manajer Bale Sere Resto & Café yang bernama Yuli.)

Selain mempunyai pesaing di dalam satu lokasi yang sama Bale Sere Resto & Café juga mempunyai pesaing yang tergolong baru di Surabaya yang berlokasi di tengah kota yang bernama Al-Hamra yang menyajikan makanan khas Timur Tengah. Dengan adanya pesaing baru pun tidak membuat Bale Sere Resto & Café menjadi

sepi pengunjung karena Bale Sere Resto & Café lebih dahulu berdiri di bandingkan dengan Al-Hamra. banyak yang tahu tentang restoran ini sehingga konsumen pun juga mudah untuk mencarinya dan jika konsumen lebih menyukai tempat makan yang bisa di gunakan untuk makan atau pun hanya sekedar nongkrong maka pelanggan lebih memilih Bale Sere Resto & Café karena Al-Hamra hanya berfokus untuk pengunjung yang hanya ingin menikmati makanan khas timur tengah tidak untuk nongkrong. Selain itu harga yang di tawarkan oleh Bale Sere Resto & Café ini tidak terlalu mahal dan dengan porsi yang pas jadi sesuai dengan yang konsumen inginkan dengan adanya hal yang membuat konsumen menjadi puas maka konsumen akan bersedia untuk membayar lebih untuk makanan dan minuman di Bale Sere Resto & Café.

(Berdasarkan wawancara dengan manajer Bale Sere Resto & Café yang bernama Yuli.)

Berikut ini adalah beberapa foto dari restoran Bale Sere Resto & Café:



Gambar 1.1 (Bale Sere tampak dalam)



Gambar 1.2 (Bale Sere tampak depan)



Gambar 1.3 (menu makanan Bale Sere)



Gambar 1.4 (menu minuman Bale Sere)

Pada gambar di atas di jelaskan bahwa pada gambar 1.1 terlihat suasana di dalam ruangan Bale Sere Resto & Café dan pada gambar 1.2 gambar tampak depan dari restoran Bale Sere Resto & Café lalu pada gambar 1.3 dan 1.4 terlihat menu dari makanan dan minuman Bale Sere Resto & Café yang menunjukkan makanan yang khas dari restoran Bale Sere Resto & Café karena Bale Sere Resto & Café menyajikan makanan berbagai menu makanan berbumbu rempah rempah yang sehat dan dapat mengikat kolesterol-kolesterol jahat dan juga menyediakan aneka macam jenis minuman kopi, teh, coklat, jus, dan berbagai minuman lainnya.

Sebagai salah satu restoran di Surabaya yang ingin terus bertahan dalam menghadapi munculnya pesaing baru yang menyasar segmen menengah keatas dan semakin berkembang maka Bale Sere Resto & Café perlu meningkatkan *willingness to pay* dari pelanggan Bale Sere Resto & Café. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi *willingness to pay* pelanggan Bale Sere Resto & Café. Dalam penelitian ini, adapun faktor-faktor yang diteliti yaitu, *food quality*, *service quality*, dan *ambience* didalam mempengaruhi *willingness to pay* melalui *customer perceived value*.

Alasan memilih variabel *willingness to pay* adalah untuk mengetahui harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut dan melakukan pembelian ulang serta membuat konsumen menjadi setia kepada merek ini agar tidak berpindah ke tempat lain dengan alasan makanan yang di sajikan sangat khas, lalu memberikan layanan yang baik, menyediakan makanan dan minuman dengan kualitas yang baik, memberikan desain interior yang khas, selain itu harga yang sesuai dengan produk yang di dapatkan atau tempat yang di sediakan seperti lingkungan restoran yang mendukung sehingga konsumen merasa nyaman terhadap lingkungan atau tempat yang disediakan oleh pemilik restoran tersebut.

Hal-hal tersebut sangat mempengaruhi keinginan konsumen dalam kesediaan untuk membayar lebih, jika harga sesuai dengan yang di dapatkan konsumen atau makanan tersebut sesuai dengan keinginan konsumen atau lingkungan yang di berikan membuat konsumen nyaman maka konsumen akan bersedia untuk membayar lebih tetapi jika hal-hal tersebut tidak di dapatkan oleh konsumen maka kesediaan untuk membayar lebih terhadap produk tersebut atau kembali datang ke restoran tersebut tidak akan terjadi sehingga pemilik harus pintar dalam mengikat hati konsumen agar pengunjung puas dan bersedia untuk membayar lebih produk tersebut. Maka dari itu Bale Sere Resto & Café harus memikirkan agar konsumen bersedia untuk membayar lebih dengan memperhatikan *food quality* yaitu dimana restoran dapat menyajikan produk makanan dan minuman sesuai dengan kualitas standar yang telah di tetapkan tetapkan selain itu *service quality* yaitu dimana karyawan restoran yang berkualitas dapat dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi harapan pelanggan, lalu *ambience* yaitu dimana konsumen merasa senang dengan kondisi suasana yang ada di dalam restoran tersebut dan mampu membuat konsumen untuk mendapatkan *perceived value* yaitu persepsi nilai dari konsumen dimana persepsi konsumen tersebut sangat penting karena jika persepsi konsumen baik terhadap restoran tersebut maka akan berjalan baik hubungan dengan restoran tersebut sehingga terciptalah *willingness to pay* yaitu kesediaan konsumen untuk membayar lebih terhadap produk yang di dapatkan berdasarkan pengorbanan yang telah di lakukan.



Gambar 1.5 (Nasi Kebuli Bale Sere) Gambar 1.6 (Café Latte Bale Sere)

Menurut pengunjung dari Bale Sere Resto & Café restoran ini menunjukkan bahwa makanan yang di sediakan oleh Bale Sere Resto & Café menonjolkan makanan khas dari Timur Tengah dan makanannya pun juga memiliki rasa yang khas seperti makanan yang asli di makan pada di daerah tersebut tanpa adanya perbedaan. Manajer Bale Sere Resto & Café juga mengatakan bahwa produk yang di gunakan atau di sediakan mempunyai khas karena memberikan cita rasa yang khas dari Timur Tengah serta restoran Bale Sere Resto & Café ini menggunakan bahan full rempah rempah dan tidak menggunakan msg. Bale Sere Resto & Café menyediakan berbagai menu kopi dari berbagai daerah dan membuat kopi menggunakan metode serta alat apapun tidak di pungut biaya tambahan. Lokasi yang di ciptakan oleh Bale Sere Resto & Café sangat tradisional atau bisa di bilang dengan vintage dan sangat menarik bagi pengunjung dan pada saat pengunjung baru memasuki pintu masuk.

Menurut manajer restoran yang bernama Yuli mengatakan semakin banyak orang yang datang ke restoran Bale Sere Resto & Café serta terjadi peningkatan

pengunjung pada setiap bulannya dari Bale Sere Resto & Café sebelumnya tidak seramai ini karena sudah lama, dan dengan semakin berkembangnya restoran ini semakin banyak pengunjung yang datang ke restoran ini.

Acebron dan Depico (2000) dan Namkung dan Jang (2008) menyatakan food quality merupakan evaluasi berdasarkan berbagai faktor penentu seperti rasa, kesegaran, presentasi menarik, komponen sehat dan suhu yang sesuai. Seperti pada Bale Sere Resto & Café memiliki beberapa pilihan menu khas Timur Tengah dan khas Indonesia sebagai andalan dari restoran ini. Dalam penyajian masing-masing menu memiliki bau yang khas dengan tampilan menu yang sesuai dengan pada gambar menu. Selain itu cita rasa dari menu yang ada di Bale Sere Resto & Café itu sendiri sangat autentik.

Zeithaml (1998) mendefinisikan service quality sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Jika teori di hubungkan dengan objek Bale Sere Resto & Café memiliki karyawan yang ramah dan tidak pernah mengecewakan pengunjung, karena Bale Sere Resto & Café tidak pernah mendapat aduan negatif dari konsumen terhadap pelayanannya.

Russell dan Snodgrass (1987) menjelaskan ambience sebagai karakteristik, latar belakang lingkungan seperti suhu, pencahayaan, suara, music, aroma. Jika teori ini di hubungkan dengan objek karakteristik ruangan yang di sediakan oleh Bale Sere Resto & Café sesuai dengan konsep restoran Timur Tengah. Seperti pada Bale Sere Resto & Café sendiri tata ruangan dan kondisi juga disesuaikan dengan pengunjung dari berbagai umur, pencahayaan cukup terang dengan lampu lampu gantung khas arab yang unik, suhu ruangan yang dingin dan bau ruangan yang beraromakan makanan khas Timur Tengah. Selain itu ada juga ruangan khusus yang disediakan untuk *smoking area* agar konsumen lain yang tidak merokok tidak terganggu.

Cronin et al. (2000) menyatakan *perceived value* sebagai penilaian keseluruhan dari utilitas produk berdasarkan persepsi apa yang diterima dan apa yang diberikan. Jika teori di hubungkan dengan objek Bale Sere Resto & Café maka nilai yang di dapatkan pelanggan adalah perbedaan antara evaluasi atas semua keuntungan

yang ditawarkan suatu produk dengan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut dibandingkan alternatif lainnya. Restoran Bale Sere Resto & Café tidak hanya memfokuskan pada kualitas makanan yang disajikan tetapi menawarkan pada jasa (*service*) yang ditawarkan, menawarkan pada pengalaman bersantap (*dining experience*) pada restoran tersebut yang dapat membedakan restoran tersebut dengan restoran lainnya dan memberikan restoran tersebut suatu keunggulan.

Zhao dan Kling, (2005) menyatakan *willingness to pay* merupakan harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. Jika teori di hubungkan dengan objek Bale Sere Resto & Café memiliki pelanggan yang setia atau melakukan pembelian ulang sehingga itu berarti mereka rela membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk menikmati makanan dan minuman yang di sediakan oleh Bale Sere Resto & Café.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan *research gap*, *research gap* pertama yaitu pengaruh *service quality* terhadap *value*. Hasil penelitian Kisang Ryu *et al*, (2012) menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara *service quality* dengan *value*. *Research gap* kedua adalah pengaruh dari *ambience* terhadap *value*. Hasil penelitian Kisang Ryu *et al*, (2012) juga menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara *ambience* dengan *value*. Hal ini disebabkan atmosfer yang menyenangkan dan layanan yang baik tidak ditemukan sebagai faktor penentu signifikan dari nilai yang dirasakan pelanggan dalam konteks restoran Cina, sehingga menunjukkan bahwa pelanggan di restoran Cina tidak banyak merasakan suasana dan layanan sebagai tambahan manfaat yang signifikan mengingat fakta terutama bahwa banyaknya pelanggan yang mungkin didorong ke restoran Cina dengan selera yang baik dan harga yang rendah, bukan atmosfer dan layanan karyawan.

Sebagai salah satu restoran pendatang baru di Surabaya yang kini tengah berkembang dan tetap bisa bertahan dengan persaingan yang ketat pada industri

restoran Bale Sere Resto & Café sangat penting untuk meningkatkan *willingness to pay* dari pelanggan yang nantinya akan berujung pada pembelian dari pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat pengaruh dari variabel *food quality*, *service quality*, dan *ambience* terhadap *perceived value* dan pengaruh variabel *perceived value* sebagai variabel intervening didalam mempengaruhi *willingness to pay*.

1.2. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *Food Quality*, *Service Quality* dan *Ambience* didalam mempengaruhi *Willingness To Pay* melalui *Perceived Value* Bale Sere Resto & Café di Surabaya.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuisisioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Surabaya, responden yang pernah melakukan pembelian 2 kali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Baik pria maupun wanita, dari umur 18-60 tahun (Kotler & Amstrong, 2010).
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan alat bantu *software* AMOS (SEM) versi 22.0.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari berbagai sumber atau berita yang dijelaskan diatas perlu diadakan penelitian tentang kesediaan untuk membayar konsumen dalam pembelian makanan dan minuman terhadap restoran “Bale Sere Resto & Café” ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mendasari konsumen dalam melakukan kesediaan untuk membayar terhadap “Bale Sere Resto & Café”.

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari *Food Quality* terhadap *Perceived Value* pada pelanggan Bale Sere Resto & Café di Surabaya?

2. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari *Service Quality* terhadap *Perceived Value* pada pelanggan Bale Sere Resto & Café di Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari *Ambience* terhadap *Perceived Value* pada pelanggan Bale Sere Resto & Café di Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari *Perceived Value* terhadap *Willingness To Pay* pada pelanggan Bale Sere Resto & Café di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Food Quality* terhadap *Perceived Value* pelanggan restoran Bale Sere Resto & Café di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Perceived Value* pelanggan restoran Bale Sere Resto & Café di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Ambience* terhadap *Perceived Value* pelanggan restoran Bale Sere Resto & Café di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Value* terhadap *Willingness To Pay* pelanggan restoran Bale Sere Resto & Café di Surabaya.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis dari hasil penelitian ini adalah:

- A. Sebagai sumber penelitian lebih lanjut ke depannya bagi para mahasiswa yang mengambil tugas akhir dengan topik mengenai minat kesediaan untuk membayar.
- B. Membantu mahasiswa atau para akademisi dalam memahami secara lebih mendalam mengenai teori marketing dalam pembuatan tugas mata perkuliahan.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian yang dilakukan adalah:

- A. Membantu memberikan masukan terhadap restoran “Bale Sere” mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat kesediaan untuk membayar konsumen.
- B. Memberikan masukan agar restoran “Bale Sere” lebih berkembang lagi dan lebih baik untuk ke depannya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.