

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, dunia bisnis berkembang sangat pesat dan salah satunya adalah bisnis kuliner. Masakan merupakan produk budaya yang sangat erat kaitannya dengan masyarakat. Bisnis kuliner cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang menjadi kebutuhan pokok setiap manusia yaitu makanan. Ada banyak tempat kuliner di Indonesia yang menjual masakan asli Indonesia dan olahan makanan internasional.

Kuliner Indonesia merupakan salah satu tradisi kuliner yang sangat kaya akan alam dan cita rasa dengan bumbu kuat yang berasal dari rempah-rempah. Salah satunya makanan khas Jakarta atau suku Betawi. Betawi dikenal dengan kekayaan budaya dan nuansa tradisionalnya. Makanan khas Betawi yang lezat dengan racikan bumbu yang pas dan nikmat mampu menggiurkan lidah siapapun yang mencicipinya, salah satunya Gado-Gado. Tidak heran Gado-Gado berhasil masuk daftar 50 salad terbaik didunia versi laman ulasan makanan terkemuka, Taste Atlas yang diumumkan pada bulan Juli (2022), mengutip dari akun instagramnya. Gado-Gado berhasil menempati urutan ke-24 sebagai salad terbaik dengan skor 4,17. Skor ini berdasarkan pilihan audiens yang mengirimkan pilihannya ke akun Instagram Taste Atlas.

Gado-Gado Bu Reni adalah makanan khas Betawi yang sudah lama berdiri di tahun 2017. Tetapi, dikarenakan ada permasalahan terjadi mengharuskan untuk berhenti dan berjualan kembali di tahun 2021 hingga saat ini. Gado-Gado ini termasuk UMKM yang lumayan terkenal didaerahnya. Bahkan, calon konsumen tahu tempat ini melalui orang lain. Tetapi sayangnya, Gado-Gado ini hanya bisa makan secara langsung. Gado-Gado ini tidak tersedia diaplikasi online seperti *Gofood* dan *Grabfood* karena keterbatasan pengetahuan tentang dunia online. Gado-Gado ini terkenal murah, terjangkau dan enak sehingga membuat konsumen mencari Gado-Gado ini dibandingkan dengan Gado-Gado yang lain. Berikut tabel yang akan menunjukkan perkembangan yang bagus dari tempat makan ini

Tabel 1.1 Data Pendapatan Tempat Makan Gado-Gado Bu Reni

Bulan	Tahun	
	2021	2022
Januari	Rp. 200.000	Rp. 550.000
Februari	Rp. 217.000	Rp. 600.000
Maret	Rp. 320.000	Rp. 680.000
April	Rp. 335.000	Rp. 730.000
Mei	Rp. 350.000	Rp. 2.000.000
Juni	Rp. 300.000	Rp. 700.000
Juli	Rp. 400.000	Rp. 715.000
Agustus	Rp. 425.000	Rp. 825.000
September	Rp. 390.000	Rp. 925.000
Oktober	Rp. 470.000	Rp. 1.050.000
November	Rp. 495.000	Rp. 1.120.000
Desember	Rp. 515.000	Rp. 1.200.000
Jumlah	Rp. 4.417.000	Rp. 11.095.000

Sumber: Pembukuan gado-gado bu reni tahun 2021-2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat kita lihat omset penjualan Gado-Gado Bu Reni ditahun 2021 mengalami kenaikan secara bertahap dan baru di buka lagi usaha ini di masa pandemic dimana masyarakat cukup memasak makanan dirumah, akan tetapi ditahun 2022 mengalami kenaikan omset secara drastis dikarenakan masyarakat sudah mulai kembali beraktivitas diluar. Jadi, masyarakat bisa membeli makanan diluar termasuk membeli Gado-Gado Bu Reni.

Produk Gado-Gado Bu Reni di campuri oleh bumbu kacang yang cair dan memiliki rasa yang manis dan pedas yang berisi berbagai sayuran direbus, irisan telur, tahu, tempe, lengkap dengan kerupuk. Gado-gado ini semakin nikmat dan mengenyangkan apabila di santap dengan nasi putih maupun lontong. Makanan ini bisa dimakan dikalangan apapun akan menjamin cocok dilidah orang Indonesia khususnya Jakarta. Tempat makan dengan hidangan tradisional yang sederhana, pelayanan yang baik kepada konsumen di sekitar kita. Bahkan terkadang mereka tidak segan-segan mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang

berkualitas. Salah satu faktor yang mempengaruhi persaingan ini adalah kualitas produknya, yang dapat membangun reputasi sebagai penjual yang baik dan membuat pelanggan kembali untuk membeli lebih banyak, meningkatnya omset penjualan membuktikan bahwa banyak masyarakat yang memiliki minat terhadap Gado-Gado. Banyaknya pebisnis serupa yang menjual Gado-Gado membuat persaingan bisnis usaha ini semakin meningkat. Dengan demikian, perlu adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha agar dapat menarik lebih banyak konsumen.

Penelitian ini menyimpulkan “kualitas produk merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan saat merencanakan memulai usaha kuliner, karena kualitas produk yang baik berpengaruh positif terhadap minat beli ulang” Karisma (2019). Kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen yang menyebabkan pembelian secara berulang. Gado-Gado Bu Reni mempunyai cita rasa khas yang disukai banyak konsumen karena bumbu yang pedas dan rasa manis menghiasi cita rasanya. Dengan adanya permasalahan yang terjadi, bisnis kuliner memang mengutamakan kualitas produk yang dijual termasuk produk makanannya dan bisa mengembangkan bisnisnya melalui penilaian konsumen terjadilah pembelian secara berulang.

Lokasi yang dipilih harus dapat mengalami pertumbuhan ekonomi agar bisnis dapat bertahan. Oleh karena itu, menurut Ali & Simdani (2018), pemilihan usaha dan definisi lokasi pedagang harus dipertimbangkan kembali dalam beberapa poin penting. Memilih lokasi yang baik adalah keputusan yang sangat penting. Di satu sisi, karena keputusan lokasi memiliki efek permanen dan jangka panjang. Kedua, lokasi mempengaruhi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Lokasi Gado-Gado Bu Reni termasuk lokasi kurang strategis karena terdapat didalam perkampungan tetapi, tidak menjadi penghalang konsumen untuk mencari letak Gado-Gado Bu Reni.

Suasana toko merupakan fitur fisik yang berperan dalam menciptakan suasana nyaman dan menjaga konsumen tetap berada di dalam toko. Hal ini didukung oleh pendapat Bermen and Even (2017) bahwa “suasana toko mencakup banyak jenis tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, penjagaan barang dll, yang merupakan daya tarik konsumen dan

keinginan untuk membeli.” Suasannya juga harus sesuai dengan selera kita. Suasana juga dapat mengangkat suasana makan secara dramatis semisal udara lembab dan panas, makanan pun terasa tidak enak. Oleh karena itu, dapat ciptakan suasana yang membuat konsumen nyaman salah satunya diadakan tempat *indoor* atau *outdoor*.

Minat beli ulang adalah keinginan konsumen untuk membeli kembali barang yang telah dibeli sebelumnya oleh konsumen. Menurut Kurniawan *et al.*, (2017), merupakan tahapan yang dilalui konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Keputusan untuk menerima atau menolak produk dibuat ketika konsumen telah mencoba produk tersebut dan kemudian menyukai atau tidak menyukai produk tersebut. Ketertarikan terhadap produk muncul ketika konsumen memiliki persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Apabila kualitas produk, harga dan lokasi sesuai dan disukai oleh konsumen, hal tersebut akan memunculkan minat beli ulang yang membuat konsumen akan kembali membeli produk tersebut. Dengan kata lain, produk tersebut memiliki nilai yang tinggi di mata konsumen. Penelitian ini menyimpulkan “tingkat pembelian berulang yang tinggi ini berdampak positif pada kesuksesan pasar produk” Febriani *et al.*, (2019).

Berdasarkan pengamatan sebelumnya, peneliti mengindikasikan kurangnya minat pembeli Gado-Gado Bu Reni. Hal ini terungkap setelah peneliti menanyakan keinginan mereka untuk membeli kembali Gado-Gado Bu Reni. Ada beberapa konsumen yang menyatakan belum tentu atau tidak tahu ingin membeli kembali. Jadi kondisi inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui minat beli ulang Gado-Gado Bu Reni.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?
3. Apakah Suasana Toko berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Konsumen pada Gado-Gado Bu Reni Jakarta Timur).
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Konsumen pada Gado-Gado Bu Reni Jakarta Timur).
3. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko terhadap Minat Beli Ulang (studi kasus konsumen pada Gado-Gado Bu Reni Jakarta Timur).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan pengetahuan dan digunakan sebagai informasi dalam bidang manajemen pemasaran mengenai kualitas produk, lokasi dan suasana toko terhadap minat beli ulang (Studi Kasus Konsumen pada Gado-Gado Bu Reni Jakarta Timur).

2. Bagi Peneliti

Memberikan manfaat yaitu dapat menambah wawasan secara teori dan praktik dalam berbisnis untuk peneliti dan peneliti selanjutnya.

3. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan mengembangkan Gado-Gado Bu Reni untuk menciptakan minat beli ulang yang tinggi terhadap konsumen sehingga diharapkan dapat membantu tempat makan ini menjadi lebih baik dalam berkembang.