

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, tidak hanya berakibat pada sektor pendidikan, sektor ekonomi dan budaya juga ikut terpengaruh perubahan kebudayaan juga tidak dapat dihindari, salah satu perubahan budaya yang terjadi adalah makanan siap saji yang sebelumnya di Indonesia belum ada, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman makanan siap saji banyak dijual di Indonesia.

Fenomena yang berkembang dalam masyarakat dunia ketiga termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*lifestile*), akibat dari ekspansi industri pangan yang dimanifestasikan kedalam bentuk restoran siap saji.

Pekanbaru merupakan salah satu kota berkembang di Indonesia. Sebagai kota besar yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya keuntungan semata. Pemasaran aktif yang lebih berorientasi pada pelanggan lebih banyak digunakan oleh para pelaku bisnis, meskipun hal ini mengharuskan para pelaku bisnis tersebut untuk

mendefinisikan “*want and need*” dari sudut pandang konsumen.

Kota Pekanbaru yang oleh masyarakat luas dikenal Julukan sebagai Bertuah, dan berkembang sebagai kota metropolitan dan banyak dilirik orang untuk berbisnis atau berinvestasi dan tak luput juga dalam berbisnis, wisata belanja, hingga wisata kuliner ditawarkan di kota ini.

Bisnis Boga (makanan) atau yang saat ini lebih dikenal dengan istilah bisnis kuliner, merupakan jenis usaha yang selalu marak ditawarkan di kota Pekanbaru. Bila kita ingat sepintas lalu kota Pekanbaru sempat dipenuhi dengan Restoran dan jenis kuliner lainnya di pinggir jalan. Hingga saat ini pun bisnis Restoran masih sangat digemari, namun perubahan gaya hidup, selera dan tata cara dalam menikmati atau mengkonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan khususnya kota Pekanbaru membawa para pengusaha kuliner ini kepada ide-ide baru mengenai *restoran* yang dianggap lebih modern dan akan lebih disukai harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi bahan pertimbangan utama bagi para penikmat kuliner, saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting.

bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap Suasana yang nyaman dan *homey* menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi *restoran* tertentu. Bahkan tidak sedikit konsumen yang lebih memilih makan di sebuah restoran.

Bisnis yang dijalankan dewasa ini tidak lagi berorientasi pada laba dan *restoran* dari pada makan di rumah dengan alasan menyukai *atmosphere*

(suasana) pada *restoran* yang bersangkutan.

Sebuah Restoran yang mengalami fenomena permasalahan atmosfer dan lokasi yang telah dijelaskan di atas adalah Restoran Mataram, suasana restoran ini merupakan sebuah restoran dengan desain interior yang mengadopsi suasana rumah anyaman bambu seperti rumah adat Jawa sehingga memberikan suasana yang tidak hanya alami atau natural tetapi juga indah. Restoran yang memiliki 2 (dua) tipe tempat meja makan yaitu ada tempat lesehan dan tempat meja makan biasa.

Pada umumnya konsumen mengharapkan suasana restoran yang menyenangkan, agar terciptanya kenyamanan dalam menikmati makanan yang disajikan. Harapan ini bukanlah sesuatu yang berlebihan karena dapat dimaklumi bahwa para konsumen merasa memberikan sesuatu keuntungan kepada restoran.

Jadi wajar apabila jika para konsumen mengharapkan suasana restoran yang menyenangkan sebagai komitmen dari pihak restoran, yaitu keberadaannya sebagai konsumen tersebut akan selalu dipertahankan. Bakso Mataram memiliki banyak konsumen, ini terlihat dari perkembangannya terjadi perubahan jumlah konsumen dari tahun 2008-2012 seperti dilihat dari table berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Konsumen Yang Berbelanja Pada Bakso Mataram Garuda Sakti Pekanbaru Periode 2008 -2012 ( orang )**

<b>Tahun</b>	<b>Konsumen yang berbelanja</b>
2008	73000
2009	83400
2010	96000
2011	81500
2012	79000

Sumber : Bakso mataram 2013

Dari tabel 1.1 terlihat jumlah konsumen yang berbelanja mengalami naik turun, dan pada dua tahun terakhir mengalami penurunan. hal ini disebabkan karena mulai tumbuh dan berkembangnya bisnis kuliner seperti Pecel lele Lela, Pecel lele Pak Ulis, dan lain-lain. ini disebabkan karena daya tarik dari restoran itu sendiri terhadap konsumen yang mulai turun, sehingga dapat mengakibatkan peralihan konsumen. dan ini berpengaruh terhadap Bakso Mataram terutama dalam dalam penurunan jumlah konsumen yang berbelanja. Dengan demikian perlu melihat kembali gejala gejala apa yang menyebabkan turunnya jumlah konsumen, seperti lokasi, harga, suasana serta faktor-faktor lainnya .

Bakso mataram memiliki bangunan yang cukup luas, tetapi dilihat dari tata letak tempat atau pengaturan meja tempat lesehan yang dimiliki terlalu dekat, susunan meja yang kurang teratur sehingga terkesan kurang menyenaangkan untuk dilihat, dan tempat parkir yang kurang luas sehingga para pengunjung susah untuk meletakkan kendaraannya. Hal ini dapat menimbulkan ketidak nyamanan konsumen dalam berbelanja.

Inti permasalahan Bakso mataram sebagai salah satu kuliner makanan menyadari pentingnya penciptaan lingkungan restoran yang menyenangkan,

namun pada kenyataannya tidak semua elemen-elemen dari kreativitas penciptaan suasana lingkungan restoran di bakso mataram terlaksana dengan baik, sehingga pihak perusahaan perlu memperbaiki dan meningkatkan lagi kreativitas agar dapat mencapai yang diharapkan konsumen, sehingga dapat memperbaiki persepsi konsumen dan minat belinya. berdasarkan latar belakang diatas, penulis bermaksud untuk mengetahui lebih dalam mengenai ***“analisis Pengaruh Suasana restoran (restaurant atmosphere ) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Bakso Mataram Garuda sakti Panam “***

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah suasana berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bakso Mataram Garuda Sakti Panam ?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Bakso Mataram Garuda Sakti Panam ?
3. Apakah suasana dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada Bakso Mataram ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh suasana terhadap minat beli konsumen pada Bakso Mataram Garuda Sakti Panam.

2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Bakso Mataram Garuda Sakti Panam.
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana dan lokasi terhadap minat konsumen pada Bakso Mataram Panam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
2. Sebagai bahan masukan bagi Bakso Mataram Garuda Sakti Panam tentang cara atau bentuk kebijakan dalam meningkatkan minat konsumen.
3. Sebagai bahan informasi untuk Bakso Mataram Garuda Sakti Panam tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Minat konsumen
4. Sebagai sumber informasi atau bahan penelitian bagi pihak lain yang mungkin tertarik untuk melakukan penelitian pada aspek yang sama dimasa yang akan datang.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membab kedalam enam bab dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan, tujuan dan penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variable-variabel penelitian .

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data. dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan .

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam sesuatu kesimpulan penelitian dan berisikan

saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).