

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner saat ini semakin meningkat sehingga persaingan bisnis juga akan semakin ketat. Kondisi persaingan yang semakin ketat akan mendorong konsumen untuk lebih selektif dan berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kegiatan makan diluar rumah yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan industri kuliner salah satunya dengan mendirikan rumah makan atau restoran. Bisnis tersebut menjadi salah satu pilihan para pelaku usaha karena makanan merupakan kebutuhan primer manusia yang harus terpenuhi sehingga bisnis kuliner akan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Nomor 4 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata (2021), Rumah makan atau restoran merupakan usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan untuk mendukung proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keberhasilan usaha rumah makan dipengaruhi oleh kualitas rasa masakan yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen, lokasi rumah makan yang strategis dan mudah ditemui, serta memiliki sistem pelayanan yang baik. Gaya hidup masyarakat yang mengedepankan nilai praktis untuk menikmati olahan makanan menyebabkan peminat rumah makan semakin meningkat baik dari kalangan muda-mudi hingga orang dewasa (Purwanto, 2021).

Berikut merupakan data rumah makan di Kabupaten Bangkalan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bangkalan (2023).

Tabel 1.1 Data Rumah Makan di Kabupaten Bangkalan pada Tahun 2022

Kecamatan	Jumlah rumah makan (2022)
Kamal	11
Labang	6
Kwanyar	5
Modung	3
Blega	6

Konang	3
Galis	4
Tanah Merah	11
Tragah	2
Socah	5
Bangkalan	31
Burneh	12
Arosbaya	7
Geger	4
Kokop	2
Tanjung Bumi	7
Sepulu	5
Klampus	6
Jumlah	130

Sumber: (BPS, 2023)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa Kecamatan Bangkalan merupakan Kecamatan dengan jumlah rumah makan terbanyak disusul dengan Kecamatan Burneh. Sebagian besar rumah makan memiliki satu menu favorit yang menjadi ciri khas dari rumah makan tersebut sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen (Purwanto, 2021). Salah satu olahan makanan yang menjadi primadona bagi masyarakat di Kabupaten Bangkalan adalah olahan daging bebek. Olahan daging bebek tersebut mendapatkan respon positif dari masyarakat sehingga dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha olahan bebek. Permintaan masyarakat terhadap olahan daging bebek juga semakin meningkat seiring dengan kenaikan minat konsumen terhadap olahan daging bebek.

Seiring dengan berkembangnya industri kuliner di Kabupaten Bangkalan, maka pertumbuhan usaha rumah makan juga semakin banyak, khususnya rumah makan yang menyediakan menu olahan daging bebek. Rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan banyak dijumpai pada Kecamatan Burneh. Hal tersebut ditandai dengan menjamurnya usaha kuliner yang menawarkan menu olahan bebek goreng disepanjang jalan provinsi setelah menyebrangi Jembatan Suramadu menuju arah Kota Bangkalan yang melewati wilayah Kecamatan Burneh. Hal tersebut menjadi dasar pemilihan lokasi pada penelitian ini. Adapun beberapa rumah makan bebek yang terdapat pada Kecamatan Burneh yaitu

rumah makan bebek Sinjay, rumah makan bebek Rizky, rumah makan bebek Songkem, rumah makan bebek Suramadu, rumah makan bebek Kenanga, rumah makan bebek Harissa, rumah makan bebek Tretan, dan masih banyak lagi rumah makan di Kecamatan Burneh yang menawarkan menu olahan bebek. Rumah makan bebek Sinjay merupakan rumah makan bebek yang paling terkenal di Kabupaten Bangkalan dengan menu andalannya yaitu nasi bebek goreng dengan sambal pencit sebagai ciri khas masakannya. Nilai lebih dari rumah makan bebek ini yaitu tekstur daging bebek yang empuk dan bumbu olahan bebeknya meresap hingga ke tulang yang menyebabkan rasa gurih dari daging bebek menyebar hingga ke dalam. Hal tersebut menyebabkan bebek Sinjay sangat terkenal dan diminati banyak konsumen baik dari wilayah Bangkalan maupun luar Bangkalan (Febrianto & Hartono, 2021). Ketujuh rumah makan tersebut menjadi objek pada penelitian ini karena memiliki cukup banyak kemiripan seperti pada produk yang ditawarkan, harga, ataupun promosi yang dilakukan.

Berdasarkan survei pendahuluan pada beberapa kecamatan di Kabupaten Bangkalan, warung dan rumah makan bebek yang tersebar di Kabupaten Bangkalan kurang lebih berjumlah 34 unit. Rumah makan bebek yang selalu ramai pengunjung diantaranya rumah makan bebek Sinjay, bebek Suramadu, bebek Rizky, bebek Kharisma, bebek Soponyono, dan warung RI. Pengunjung rumah makan bebek yang lain cenderung sepi atau ramai hanya pada saat tertentu misalnya ketika *weekend* dan hari raya. Rumah makan bebek yang cenderung sepi pada hari kerja diantaranya rumah makan bebek Tretan, bebek Kenanga, bebek Harissa, bebek Songkem, warung bebek Ompos, dan warung bebek Klonyot. Masalah yang dihadapi beberapa pelaku usaha rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan yaitu sepi pengunjung karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh rumah makan tersebut sehingga konsumen cenderung memilih rumah makan yang lebih terkenal seperti bebek Sinjay karena citra yang terbentuk dalam benak konsumen tentang rumah makan bebek Sinjay ini lebih baik. Sebagian besar rumah makan di Kabupaten Bangkalan hanya mengandalkan baliho yang terpasang di depan rumah makan bebek tersebut untuk mengenalkan produk yang ditawarkan. Salah satu alasan pelaku usaha tersebut tidak gencar melakukan promosi yaitu tidak menguasai perkembangan teknologi serta meyakini bahwa rezeki sudah ada yang mengatur sehingga pelaku usaha rumah makan bebek tersebut hanya menunggu konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu, terdapat rumah makan bebek yang tidak melakukan

promosi karena memang sudah terkenal dan sudah kewalahan melayani pengunjung yang datang.

Menurut Mamonto, *et al* (2021) promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan sehingga promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Kurangnya promosi yang dilakukan tentunya dapat menyebabkan keberlanjutan usaha rumah makan bebek tersebut tidak akan bertahan lama. Oleh karena itu, pelaku usaha rumah makan perlu memperhatikan berbagai dimensi untuk tetap mempertahankan keberlanjutan usahanya. Dengan demikian pelaku usaha rumah makan bebek perlu memperhatikan strategi pemasaran yang dilakukan sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Pada konsep pemasaran diperlukan pendekatan yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen salah satunya dengan menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari elemen dasar 4P (*product, price, place, promotion*), namun dalam perusahaan jasa terdapat tambahan 3P (*people, process, dan physical evidence*). Bauran pemasaran ini sangat berperan dalam menciptakan loyalitas konsumen sehingga elemen bauran pemasaran 7P ini digunakan sebagai dimensi atau variabel dalam penelitian ini.

Banyaknya rumah makan bebek dengan konsep yang mirip atau hampir sama terutama di Kecamatan Burneh tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha rumah makan bebek semakin meningkat. Persaingan merupakan permasalahan yang tidak dapat dihindari sehingga pelaku usaha rumah makan bebek perlu memperhatikan berbagai aspek agar dapat memenangkan persaingan yang ada dan mempertahankan status keberlanjutan usahanya (Shafrani & Sochimmin, 2022). Adapun strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan mengetahui posisi (*positioning*) rumah makan berdasarkan persepsi konsumen. Penetapan *positioning* tersebut menjadi penting karena dilakukan dengan melibatkan penilaian konsumen sehingga pelaku usaha rumah makan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik daripada pesaingnya.

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk menganalisis *positioning* yaitu *Multidimensional Scaling*, Analisis Biplot, dan Korespondensi Analisis. Namun penelitian ini menggunakan metode *multidimensional scaling*. Analisis

multidimensional scaling merupakan metode yang dapat mentransformasikan penilaian responden tentang preferensi atau kemiripan dari sekumpulan objek yang diteliti ke dalam ruang multidimensi (*spatial map*) yang didasarkan pada jarak kedekatan antar objek yang diteliti. Adapun pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software rapfish* dan SPSS. Penggunaan *software* tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis status keberlanjutan serta posisi persaingan antar rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan.

Analisis keberlanjutan telah banyak dilakukan dalam beberapa penelitian seperti analisis keberlanjutan dengan pendekatan *rapfish* pada usahatani padi (Zuhdi et al., 2021), usahatani kopi rakyat (Pawiengla et al., 2020), UMKM di Kota Bogor (Ramdhani & Hardjomidjojo, 2019) dan pada restoran menggunakan metode *checklist* (Maynard et al., 2020). Analisis *positioning* juga telah banyak dilakukan dalam beberapa penelitian seperti analisis *positioning* warung makan berdasarkan faktor pengambilan keputusan konsumen (Shafrani & Sochimim, 2022) dan analisis strategi *positioning* restoran berdasarkan aspek brand, produk, *promotion*, dan *service* atau layanan (Ramadhan et al., 2022). Namun belum ada penelitian yang menggabungkan antara analisis keberlanjutan dengan analisis *positioning* pada objek rumah makan bebek, sehingga perlu dilakukan penelitian tentang keberlanjutan dan *positioning* rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan menggunakan metode *multidimensional scaling*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana status keberlanjutan rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan ditinjau dari dimensi bauran pemasaran 7P?
2. Atribut apa saja yang paling berpengaruh dalam persaingan rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan?
3. Bagaimana posisi persaingan yang terbentuk antara rumah makan bebek yang terletak di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis status keberlanjutan rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan ditinjau dari dimensi bauran pemasaran 7P.

2. Menganalisis atribut-atribut yang paling berpengaruh dalam persaingan rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan.
3. Menganalisis posisi persaingan yang terbentuk antara rumah makan bebek di Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pendampingan bagi pelaku usaha untuk melakukan perbaikan terhadap kekurangan-kekurangan yang ada sehingga dapat meningkatkan kualitas dan mempertahankan status keberlanjutan usahanya.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi terkait pengaruh strategi *positioning* terhadap keputusan pembelian produk dan tingkat keberlanjutan usaha serta menambah wawasan tentang analisis keberlanjutan dan *positioning* usaha menggunakan metode *multidimensional scaling* (MDS).

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini dimaksudkan agar penelitian ini lebih terfokus pada masalah yang ada serta tidak melebar dari pembahasan. Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Kriteria rumah makan yang dipilih sebagai objek penelitian yaitu rumah makan yang telah beroperasi minimal 5 tahun dihitung mundur sejak penelitian ini dilakukan, memiliki menu utama olahan bebek goreng, terletak di pinggir jalan raya utama dan bersedia menjadi objek penelitian.
2. Dimensi yang digunakan dalam penelitian meliputi dimensi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).
3. Responden pernah melakukan pembelian atau merasakan menu bebek goreng yang disajikan pada rumah makan bebek terpilih serta dapat memberikan penilaian terhadap rumah makan bebek tersebut.
4. Berdasarkan jumlah rumah makan bebek yang ada di Kabupaten Bangkalan yang memenuhi kriteria, maka dalam penelitian ini diambil secara acak 7 rumah makan bebek yang berada di Kecamatan Burneh sesuai dengan kemampuan peneliti. Rumah makan bebek yang dijadikan objek penelitian yaitu:

Tabel 1.2 Objek Penelitian Rumah Makan Bebek

No.	Nama Rumah Makan Bebek	Lokasi
1.	Bebek Sinjay	Jl. Raya Ketengan KM 21
2.	Bebek Rizky	Jl. Raya Tangkel
3.	Bebek Songkem Pak Salim	Jl. Raya Ketengan Barat
4.	Bebek Suramadu Sambel Pencit	Jl. Raya Ketengan
5.	Bebek Kenanga	Jl. Raya Burneh
6.	Bebek Harissa	Jl. Raya Tangkel
7.	Bebek Tretan	Jl. Raya Suramadu