

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Tidak terkecuali salah satu ibu kota di Kalimantan Barat, yaitu Kota Pontianak. Kota yang dikenal sebagai kota khatulistiwa ini mengalami pertumbuhan penduduk yang cukup berkelanjutan. Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* Dukcapil Kota Pontianak, jumlah keseluruhan penduduk kota Pontianak naik dalam kurun waktu 1 (satu) tahun. Pada semester II tahun 2020 jumlah penduduk Kota Pontianak yaitu sebesar 671.598 jiwa, naik menjadi 672.727 jiwa pada semester II tahun 2021 (Irni, 2022). Dengan kenaikan sebesar 1.129 jiwa, maka pertumbuhan penduduk di Kota Pontianak dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 yaitu sebesar 0,17 persen.

Pertumbuhan penduduk ini juga mendorong pertumbuhan bisnis di Kota Pontianak. Salah satu bisnis yang sedang berkembang dengan cukup pesat di Kota Pontianak saat ini adalah bisnis kuliner. Berdasarkan informasi yang didapatkan pada *website* Pemerintah Kota Pontianak, Wali Kota Pontianak Edi Rusdi Kamtono (2021) menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ternyata di tengah krisis ekonomi sangat membantu pemerintah dalam berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data yang ada, pelaku UMKM di Kota Pontianak tercatat sebanyak 60 ribu. Dari jumlah tersebut, hampir 70 persen adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner (Ibrahim, 2021).

Berdasarkan data di atas, pertumbuhan bisnis kuliner di Kota Pontianak sepertinya akan terus bergerak dinamis dan meningkat di masa yang akan mendatang, sehingga akan menyebabkan tingginya persaingan yang ada. Hal ini dapat kita lihat di hampir setiap sisi jalan. Mulai dari raksasa *Franchise* yang sudah dikenal oleh banyak orang, hingga para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sudah tidak terhitung lagi jumlahnya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya permintaan yang disebabkan oleh semakin meningkatnya populasi masyarakat di Kota Pontianak. Apalagi, masyarakat Pontianak juga sangat menyukai berbagai macam jenis kuliner. Masyarakat Pontianak tak segan untuk

mencoba dan mencicipi berbagai macam kuliner baru yang tampak asing oleh mereka. Hal tersebut dibuktikan oleh banyaknya usaha kuliner dengan membawa nama asing yang masuk di Kota Pontianak.

Tabel 1. 1
Daftar Usaha Kuliner Dengan Nama Asing di Kota Pontianak

No	Nama Restoran
1	A&W Restaurants
2	American Fried Chicken
3	Chinese Dynasty Restaurant
4	Coco Beans
5	Dunkin' Donuts
6	Honjee Restaurant
7	Ichiban Sushi
8	Kentucky Fried Chicken
9	Marugame Udon
10	Mekuru Ramen
11	Mukbang Korean Food
12	New Hawaii
13	Pizza Hut
14	Richeese Factory
15	Shihlin
16	Solaria
17	Sushi Sora
18	Teako
19	Terrazza Steak House
20	The Ebony Reastaurant and Bar

Sumber: Data Observasi (2022)

Selain nama-nama di atas, tentunya masih banyak lagi usaha kuliner yang membawa nama asing di Kota Pontianak. Bisnis kuliner juga berperan sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan informasi yang didapatkan pada Agmasari (2021), data Kemenparekraf mengatakan bahwa subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada 2020. Hal ini menjadikan sektor kuliner penyumbang terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan dari April 2017 sampai Maret 2018 oleh Roy Morgan, tercatat bahwa sebanyak 55 juta penduduk di Indonesia mulai dari usia 14 tahun keatas gemar makan di restoran, apakah itu restoran khas Indonesia maupun lainnya (Pratomo, 2018). Menurut data Parama Indonesia dalam penelitian Theresia (2021),

sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan dengan rata-rata 7% - 14% per tahun selama 5 tahun terakhir. Hal tersebut dikarenakan makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang. Makanan dan minuman juga merupakan salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi (Harsha & Ridha, 2020). Oleh karena itu usaha kuliner saat ini menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis, sehingga tidak heran lagi jika mereka banyak yang mencoba untuk berbisnis di bidang kuliner karena memang bisnis tersebut memiliki potensi keuntungan yang besar. Tidak hanya untuk kebutuhan hidup, terkadang tren kuliner juga dijadikan sebagai gaya hidup oleh sebagian kalangan. Masyarakat cenderung mengkonsumsi makanan di luar rumah dan mencoba berbagai macam makanan yang baru.

Salah satu segmen usaha kuliner yaitu berbentuk restoran. Menurut Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014, restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Tidak seperti warung makan biasa, restoran biasanya identik dengan kesan yang mahal, tempat dengan suasana interior yang bagus, mewah, unik dan untuk kalangan masyarakat yang berpenghasilan tinggi atau masyarakat yang kaya. Namun, nyatanya saat ini sudah banyak restoran yang menargetkan masyarakat kalangan menengah sebagai target pasarnya, sehingga saat ini mereka pun sudah dapat mengunjungi restoran yang diinginkan dengan harga yang lebih terjangkau, sajian yang beragam dan tempat yang menarik serta cita rasa yang lezat.

Tabel 1. 2
Daftar Restoran Internasional, Nasional, dan Lokal di Kota Pontianak

No	Nama Restoran	Internasional	Nasional	Lokal
1	A&W	✓		
2	American Fried Chicken	✓		
3	Ayam Penyet Pegassus			✓
4	Dunkin' Donuts	✓		
5	Grill Me			✓
6	Ichiban Sushi		✓	

No	Nama Restoran	Internasional	Nasional	Lokal
7	J.Co Donuts & Coffee		✓	
8	Kentucky Fried Chicken	✓		
9	Menantea		✓	
10	Merugame Udon		✓	
11	Pizza Hut	✓		
12	Pizza Hut Delivery		✓	
13	Pondok Ale-Ale			✓
14	Pondok Kakap			✓
15	Pondok Senangin			✓
16	Richeese Factory		✓	
17	Sari Bento			✓
18	Starbucks	✓		

Sumber: Data Observasi (2022)

Selain nama-nama yang tercantum pada tabel 1.2, masih banyak lagi restoran lainnya yang beroperasi di Kota Pontianak. Dari banyaknya restoran yang ada, salah satu yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat Pontianak adalah restoran *Grill Me*. Restoran yang berdiri sejak tahun 2015 ini merupakan restoran yang pertama kali membawa konsep *Korean grill BBQ* di Kota Pontianak. Di Pontianak sendiri, lokasi dari Restoran *Grill Me* yaitu di jalan GM. Said Akcaya, jalan Gajah Mada, dan jalan Merdeka Barat. Pada konsep *Korean Grill BBQ*, pelanggan dapat memperoleh pengalaman tersendiri dengan ikut terlibat dalam proses penyajian makanan yang akan mereka nikmati, hal ini menjadi nilai lebih di mata para pelanggan. Peneliti sangat tertarik untuk meneliti restoran ini, dikarenakan restoran ini selalu ramai dikunjungi oleh para pelanggannya dan selalu konsisten setiap bulannya. Selain itu, lokasi restoran *Grill Me* juga cukup mudah untuk dijangkau. Saat ini restoran *Grill Me* sudah memiliki 3 gerai cabang di Kota Pontianak. Restoran ini memiliki banyak menu dengan harga yang terjangkau oleh kalangan kelas menengah. Cita rasa yang khas dan enak membuat para pelanggan menyukai makanan dari restoran *Grill Me* sehingga mereka selalu saja ingin untuk berkunjung kembali. Selain itu, tempatnya juga nyaman dan pengunjung dapat memilih untuk makan di dalam atau di luar ruangan. Restoran ini juga masuk ke dalam 5 rekomendasi tempat makan berdasarkan TribunPontianak.co.id. tahun 2017 (Pradana, 2017). Walaupun restoran *Grill Me* sudah dikenal dan disukai oleh banyak kalangan di Kota

Pontianak, restoran tersebut juga memiliki cukup banyak pesaing. Banyak para pelaku bisnis restoran yang mendapatkan keuntungan dari bisnis ini. Namun tidak semua restoran mampu untuk bertahan, terdapat juga restoran yang tutup akibat tidak mampu bersaing dengan restoran lainnya.

Hubungan baik antara restoran dengan konsumen akan tercipta bilamana restoran tersebut mampu memberikan pelayanan, kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu, konsumen yang telah berkunjung dan mencoba produk dari restoran tersebut akan menjadi percaya pada merek dari restoran atau biasanya juga disebut dengan *Brand Trust*. Menurut Tjiptono (2014), *Brand Trust* adalah kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa merek yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif. *Brand trust* merupakan variabel penting yang perlu diteliti dalam proses perkembangan maupun persaingan bisnis yang ada pada saat ini di bidang bisnis kuliner. *Brand trust* dapat menjadi pembeda yang penting antara konsumen yang memilih produk atau layanan merek perusahaan kita dibandingkan dengan perusahaan lain. Sebuah survei menyatakan bahwa 83% pelanggan akan senang hati merekomendasikan suatu *brand* ke orang lain jika mereka mempercayai *brand* tersebut. Sebaliknya, jika pelanggan tidak mempercayai suatu *brand*, maka mereka cenderung tidak akan kembali dan mempromosikan produk atau jasa An da ke orang lain (Nuraini, 2022).

Kepercayaan tersebut terbangun karena adanya pengalaman atau urutan transaksi dan interaksi oleh konsumen terhadap merek sehingga produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan. *Brand trust* merupakan salah satu elemen penting dalam perkembangan suatu bisnis, sebab banyak sekali manfaat yang bisa didapatkan dengan membangun *brand trust*. Salah satunya adalah membuat konsumen menjadi setia dan melakukan pembelian berulang. Bisnis harus mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk tetap tumbuh secara *sustainable*. Dengan *brand trust* yang tinggi, maka pelanggan akan cenderung membeli produk kita dibandingkan pesaing yang juga mempunyai produk yang serupa.

Mengingat *brand trust* ini penting dalam keberlangsungan bisnis perusahaan, maka penting untuk diketahui variabel apa saja yang mempengaruhi *brand trust*. Menurut penelitian Alhaddad (2015) dan Adiwidjaja & Zeplin (2017), *brand trust* dapat dipengaruhi oleh *brand image*. Menurut Keller (2016), *Brand Image* adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen. *Brand image* adalah persepsi konsumen terhadap merek suatu produk yang terbentuk dari informasi yang didapatkan dan pengalaman konsumen menggunakan produk tersebut. *Brand image* juga merupakan faktor penting dalam perkembangan bisnis, karena *brand image* mampu membentuk persepsi positif dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Konsumen cenderung untuk mempercayai produk dengan merek yang disukai banyak orang ataupun yang sudah terkenal. Alasan inilah yang mendasari perusahaan untuk memperkuat posisi mereknya agar tercipta *brand image* yang positif dan menancap kuat pada benak konsumen. *Brand image* yang kuat dapat memberikan keunggulan utama bagi perusahaan salah satunya adalah menciptakan keunggulan bersaing.

Namun, untuk membentuk suatu *brand image* yang kuat dan positif tidaklah mudah. *Brand image* harus dibangun dari persepsi yang positif dan jangka panjang. Saat ini banyak konsumen yang membeli produk bukan hanya karena perusahaan tersebut memiliki produk yang terbaik, tetapi juga karena apa yang perusahaan tersebut perjuangkan. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus untuk berinteraksi dengan konsumen dan mengembangkan nilai yang ada demi terbangunnya *brand image* yang positif dalam benak konsumen. Oleh karena itu, *brand image* ini sangat penting dalam menciptakan keunggulan bersaing suatu perusahaan, maka perlu untuk diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi *brand image*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Heri (2017) dan Alhaddad (2015) menunjukkan bahwa *brand image* dapat dipengaruhi oleh *perceived value*.

Perceived Value adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang diterima dan apa yang diberikan atau dikorbankan. Subagio & Saputra (2012) mengemukakan bahwa *perceived value* adalah suatu bentuk yang melandasi kualitas layanan yang dirasakan, sebagai

bahan nilai, kualitas layanan yang dirasakan bisa jadi dikonsepsikan sebagai hasil dan pertukaran atau penjualan pelanggan antara persepsi kualitas dan pengorbanan pelanggan dalam segi keuangan maupun non keuangan. Pengorbanan non keuangan seperti waktu, fisik atau usaha psikologis. Penggunaan konsep *perceived value* telah dianggap sebagai prasyarat penting bagi kelangsungan usaha terutama dalam persaingan pasar yang sengit dan telah dianggap sebagai kunci keberhasilan bagi semua perusahaan (Huber *et al.*, 2001). Bahkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2020) mengemukakan bahwa semakin tinggi *perceived value* (nilai yang dirasakan) masyarakat maka akan semakin meningkat pula *brand image* pada perusahaan. Selain berpengaruh terhadap *brand image*, dalam penelitian yang dilakukan oleh Hasan *et al.* (2014), Oktora (2014), dan Cai *et al.* (2015) menghasilkan kesimpulan bahwa *perceived value* juga berpengaruh signifikan terhadap *brand trust*.

Tidak hanya *perceived value*, variabel lainnya yang tak kalah penting dan dapat mempengaruhi *brand image* maupun *brand trust* adalah *service quality*. Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Nyadzayo & Khajehzadeh (2016), dan Heri (2017) yang menunjukkan bahwa *brand image* dapat dipengaruhi oleh *service quality*. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2020) yang menunjukkan bahwa variabel *brand trust* juga dapat dipengaruhi oleh *service quality*.

Menurut Tjiptono (2006), *Service Quality* adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Harapan para konsumen ini timbul berdasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal. Oleh karena itu *service quality* ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan membutuhkan *service quality* yang baik karena perannya yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis. Jika perusahaan memberikan *service quality* yang baik, maka konsumen pun pasti akan merasa senang. Ketika konsumen senang, maka *brand image* perusahaan pun akan terlihat positif di mata mereka sehingga mereka

menjadi percaya pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Tak hanya itu, semakin konsisten pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan semakin terpenuhinya ekspektasi maupun harapan konsumen, maka *brand image* yang terbentuk melalui *review* positif yang telah diberikan oleh konsumen nantinya akan menarik calon konsumen baru untuk berkunjung dan mencoba atau membeli produk perusahaan tersebut.

Selain *service quality*, variabel lainnya yang tak kalah penting dan perlu untuk diperhatikan adalah *food quality*. Bahkan *food quality* adalah variabel yang paling penting dalam sebuah bisnis restoran dikarenakan hal tersebut merupakan produk utama yang ditawarkan oleh restoran kepada konsumen. *Food quality* juga dapat berpengaruh terhadap *brand image* dan *brand trust*. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Solunoglu (2020) yang menyatakan bahwa variabel *food quality* secara positif dan signifikan mempengaruhi *brand image*. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Claranita (2020) yang menyatakan bahwa *product quality (food quality)* memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand trust*.

Menurut Basith (2014), *Food Quality* dapat diartikan sebagai penilaian terhadap suatu makanan yang diterima oleh konsumen yang membeli makanan tersebut. *Food quality* berkaitan dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen relatif sama terhadap makanan yang akan diterima konsumen. *Food quality* dapat dinilai oleh konsumen setelah konsumen membeli dan merasakan makanan yang ada di restoran lalu membandingkannya dengan pengorbanan yang dikeluarkan ataupun membandingkannya dengan makanan restoran lain yang serupa yang pernah dirasakan oleh konsumen sebelumnya. *Food quality* berperan sangat penting dalam keberlangsungan bisnis restoran dikarenakan hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen khususnya berhubungan dengan seberapa besar mereka mengharapkan dan menilai atau mempersepsikan makanan yang mereka terima sehingga nantinya akan menimbulkan *review* yang positif atau negatif pada benak konsumen. Apabila *review* yang diberikan oleh konsumen positif, maka tentunya *brand image* pada restoran akan terbentuk dengan sendirinya dan mereka pun akan mempercayai produk dari restoran tersebut.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian restoran *Grill Me* yang merupakan salah satu restoran yang ada di Kota Pontianak. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, tantangan bagi *Grill Me* untuk dapat menguasai pasar juga akan semakin berat. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengembangkan model keberhasilan restoran *Grill Me* dengan memeriksa faktor penentu utama yaitu *food quality*, *service quality*, dan *perceived value*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk memastikan apakah memang variabel-variabel tersebut mempengaruhi keberhasilan restoran *Grill Me* Pontianak. Sehingga dalam hal ini, peneliti akan memastikan dengan meneliti kasus tersebut dengan judul penelitian **“Pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Brand Trust* dengan *Brand Image* sebagai *Variable Intervening* pada Restoran *Grill Me* Pontianak”**. Hasil penelitian akan berguna bagi para pelaku usaha restoran untuk mengambil keputusan yang tepat tentang bagaimana cara membangun *brand image* dan *brand trust*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1.2.1 Pernyataan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas menunjukkan bahwa adanya fenomena yang terjadi di Kota Pontianak dimana semakin banyaknya usaha kuliner yang merebak dan semakin meningkatnya persaingan yang ada membuat peneliti tertarik untuk menguji variabel *food quality*, *service quality*, *perceived value*, *brand image*, dan *brand trust* agar dapat diketahui apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak pada proses perkembangan bisnis yang dilakukan oleh restoran *Grill Me*.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me* Pontianak?

2. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
4. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
5. Apakah *Perceived Value* berpengaruh terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
6. Apakah *Perceived Value* berpengaruh terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
7. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
8. Apakah *Food Quality* dapat mempengaruhi *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
9. Apakah *Service Quality* dapat mempengaruhi *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?
10. Apakah *Perceived Value* dapat mempengaruhi *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me Pontianak*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Brand Image* pada Restoran *Grill Me Pontianak*.

6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me* Pontianak.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap *Brand Trust* pada Restoran *Grill Me* Pontianak.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me* Pontianak.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me* Pontianak.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Brand Trust* melalui *Brand Image* pada Restoran *Grill Me* Pontianak.

1.4 Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian merupakan harapan dari hasil suatu penelitian. Kontribusi penelitian dibagi menjadi dua yang terdiri dari kontribusi teoritis dan kontribusi praktis. Berikut adalah kontribusi dari penelitian ini:

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan materi pemasaran mengenai variabel *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* serta pengaruhnya terhadap *Brand Trust* restoran *Grill Me* yang dimediasi oleh *Brand Image*. Dan juga hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai pedoman dan bahan referensi yang relevan untuk penelitian yang lebih lanjut.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan inovasi bagi restoran *Grill Me* dan para kompetitornya dalam pengembangan strategi pemasaran agar para pelaku usaha kuliner bisa meningkatkan terus *value* yang sudah dimiliki sehingga nantinya mampu untuk mempertahankan dan menarik konsumen baru.

1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian

Kota Pontianak adalah Ibu Kota Provinsi Kalimantan Barat, Indonesia. Restoran *Grill Me* ini dapat ditemukan di kota yang dijuluki “Kota Khatulistiwa”

tersebut. Konsep *Korean Grill BBQ* pertama kali diperkenalkan di Kota Pontianak oleh Restoran *Grill Me*. Pada November 2015, seorang pengusaha muda yang berjualan daging *barbeque* di pinggir jalan Pattimura Pontianak membuka Gerai *Grill Me* untuk yang pertama kali. Itu dimulai dari neneknya yang suka mengadakan pesta *barbeque* sederhana di rumah dengan menggunakan resep aslinya sendiri. Kini semakin banyak orang yang menyukai resepnya sehingga *Grill Me* dapat memantapkan posisinya di hati para pelanggannya di Kota Pontianak dengan produk unggulan berupa aneka racikan bumbu khas. Makanan di restoran *Grill Me* ini digemari oleh semua kalangan mulai dari remaja hingga orang tua. Pelanggan datang ke restoran ini tidak hanya untuk menikmati makanan, tetapi juga untuk menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga karena mereka terlibat dalam proses penyajian makanan dan membuat pengalaman menjadi menyenangkan. *Grill Me* saat ini memiliki tiga outlet di Pontianak, satu di Ketapang, satu di Singkawang, dan satu di Samarinda. Lokasi di Kota Pontianak berada di Jalan GM. Said Akcaya, Jalan Merdeka Barat, dan Jalan Gajah Mada.



Gambar 1. 1 Logo Grill Me
Sumber: Restoran *Grill Me* (2022)

Grill Me menawarkan berbagai pilihan makanan laut dan daging berbumbu. Daging sapi, ayam, ikan, udang, dan cumi adalah beberapa daging yang ditawarkan pada menu *barbeque*, yang juga mencakup pilihan minuman dan makanan penutup.

Grill Me berusaha untuk terus meningkatkan pelayanan dan berinovasi dalam mengembangkan cita rasa dari setiap menu yang disajikan, dengan berpegang pada prinsip memberikan pengalaman *BBQ* yang memuaskan bagi semua orang. Selain itu, *Grill Me* menawarkan berbagai pilihan bersantap, baik di dalam maupun di luar ruangan. Desain ruang makannya juga cukup bagus karena tempat duduknya terbuat dari kayu dan pencahayaannya cukup terang. Untuk menjamin keakuratan pesanan, *Grill Me* memanfaatkan teknologi secara efektif untuk mencatatnya. Karena bahannya mudah disiapkan, pelayanan yang diberikan juga cukup cepat, yaitu sekitar sepuluh menit. Di Pontianak, restoran *Grill Me* dipadati pengunjung dari berbagai kalangan saat jam makan malam.

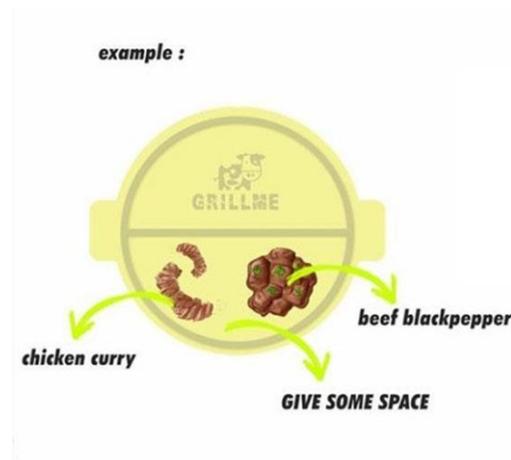
Tabel 1. 3
Daftar Menu di Restoran *Grill Me*

No.	Daftar Menu
1	Wagyu Series
2	Sapi
3	Ayam
4	Ikan Dori
5	Udang
6	Cumi
7	Nasi & Mie
8	Extra
9	Bakso
10	Tambahan Steamboat
11	Snack
12	French Fries
13	Bento Box
14	Grill Me Bowl
15	Pak Elit (Paket Steamboat)
16	Pak Eko (Paket Steamboat)
17	Pahe Grill Sapi & Ayam
18	Pahe Grill Seafood
19	Minuman
22	Lainnya...

Sumber: Restoran *Grill Me* (2022)

Harga masing-masing menu tersebut bervariasi, dan masing-masing menawarkan variasi rasa yang berbeda. Restoran *Grill Me* menawarkan berbagai pilihan menu sehingga pelanggan dapat memilih apa yang mereka inginkan dan mencoba variasi makanan yang lebih luas. Restoran *Grill Me* kebanyakan hanya

menyajikan makanan mentah sehingga pelanggan dapat memilih apakah mereka ingin makanannya dipanggang sedang atau dengan sangat matang. Pelanggan bebas untuk memasak atau memanggang bahan mentah yang telah diatur di atas wajan yang telah disediakan oleh pihak restoran. Cara membuatnya juga cukup sederhana, cukup letakkan panggangan khusus yang disediakan di atas kompor, nyalakan kompor, dan susun daging sesuai selera. Saat menyiapkan daging, jaga agar daging tidak terlalu berdekatan untuk mempertahankan rasa yang berbeda.



Gambar 1. 2 Tips Grill

Sumber: (<https://umkmalbar.id/>) diakses pada 4 April 2022.

Strategi yang diterapkan *Grill Me* untuk menjaga eksistensi dan konsistensi pemasarannya adalah dengan cara melakukan pendekatan kekeluargaan terhadap para pelanggan dan melakukan promosi produknya melalui sosial media, khususnya Instagram (@grillme.id). Saat ini *followers* dari Instagram *Grill Me* sendiri sudah mencapai 11,7 ribu pengikut. *Grill Me* juga sering membuat *Challenge* untuk para pengikutnya seperti bermain *Puzzle* dan tebak gambar. Tiga orang yang dipilih menjadi pemenang akan diberikan hadiah berupa *voucher* Rp.100.000,00 dari *Grill Me*. Restoran *Grill Me* menciptakan suasana senyaman mungkin sehingga kaum muda sering mengabadikan momen dengan berfoto-foto maupun membuat *Instastory* di Instagram pribadinya. Restoran *Grill Me* juga selalu berkomitmen penuh untuk menyeguhkan pelayanan terbaik bagi pelanggan, menghadirkan kualitas makanan terdepan, serta memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Pontianak.