

Analisis Perilaku Konsumen Dinilai dari Indeks Sikap Konsumen pada Restoran Nasi Gajah

Dini Bapiani ¹, Azwar ²

¹ Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, dinibapiani99@gmail.com

² Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, Azwar.pnj@gmail.com

ABSTRACT

Currently culinary business trends provide opportunities and challenges to the actors and government as stakeholders. Business actors can choose and design a suitable strategy to influence consumers by understanding consumer behavior. The research object is Nasi Gajah. Problems of the research object are some aspects have not contributed properly. One of the problem is marketing aspect. Nasi Gajah does not know clearly the market segmentation and how big is a consumer. The purposes this research is analyze and to know consumer behavior, characteristic and consumer opinion about Nasi Gajah with consumer behavior index. This research use survey method with 50th sample that a consumer of Nasi Gajah. To distribute the questionnaire use incidental sampling method and purposive sampling. Data collection method were used observation and studi of literature. Data analyze method this research is descriptive and consumer behavior index. The result of this research are: (1) The Nasi Gajah consumer like it well enough (2) The score of consumer behavior index are 3,1464 that consumer liked it well enough Nasi Gajah (3) The consumer characteristic is woman, 21-22 years old, student and live in Depok.

Keyword: *consumer behavior index, characteristic of consumer, consumer behavior, Nasi Gajah restaurant, opinion.*

ABSTRAK

Tren bisnis kuliner yang meningkat pada saat ini memberikan peluang dan tantangan pada pelaku bisnis juga pemerintah selaku pemangku kebijakan. Dengan memahami jenis perilaku konsumen maka para pelaku usaha dapat memilih dan merancang strategi yang cocok untuk mempengaruhi para konsumen. Objek penelitian ini adalah Nasi Gajah Cabang Kota Depok. Permasalahan pada objek penelitian terdapat beberapa aspek belum berkontribusi secara baik. Salah satunya yaitu dari aspek pasar Nasi Gajah belum mengetahui dengan jelas segmentasi pasar yang tepat dan seberapa besar Nasi Gajah disukai oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui perilaku, karakteristik, serta pendapat konsumen tentang Nasi Gajah menggunakan rumus indeks sikap konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel yang berjumlah 50 orang konsumen Nasi Gajah. Teknik pendistribusian kuesioner secara *incidental sampling* dan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, kuesioner dan studi literatur. Teknik analisis data penelitian ini adalah deskriptif dan indeks sikap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Nasi Gajah cukup disukai oleh konsumen (2) Indeks sikap restoran Nasi Gajah adalah 3,1464 yang berarti cukup disukai oleh konsumen (3) Karakteristik konsumen Nasi Gajah adalah perempuan, berumur 21-22 tahun, mahasiswa, bertempat tinggal di Kota Depok.

Kata Kunci: indeks sikap, karakteristik konsumen, pendapat, perilaku konsumen, restoran Nasi Gajah.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia kini kian di gandrungi. Hal ini selaras dengan pernyataan Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia bahwa Food & Beverage mendominasi tren waralaba yang artinya bisnis kuliner masih menduduki peringkat atas. Indonesia mengalami peningkatan pada sektor industri makanan dan minuman sejak tahun 2014 hingga tahun 2018. Tren bisnis kuliner yang meningkat ini tentu memberikan peluang dan tantangan pada pelaku bisnis juga pemerintah selaku pemangku kebijakan. Tren yang meningkat juga menggambarkan bahwa industri ini semakin kompetitif.

Para pelaku bisnis hendaknya mengetahui pola perilaku konsumen untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Perilaku konsumen adalah sebuah perilaku yang menggambarkan cara konsumen untuk memanfaatkan waktu, uang, dan usaha untuk membeli barang yang diinginkan (Kanuk dan Schiffman, 2008: 6). Dengan memahami jenis perilaku konsumen maka para pelaku usaha dapat memilih dan merancang strategi yang cocok untuk mempengaruhi para pelanggan atau konsumen. Tujuannya adalah agar konsumen bersedia memilih produk atau merk yang ditawarkan oleh pemasaran. Proses mempengaruhi konsumen ini dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasar juga harus mengetahui keberagaman dan kesamaan konsumen agar dapat melihat peluang yang ada.

Nasi Gajah merupakan usaha kuliner yang awalnya didirikan di Kota Magelang tahun 2018 yang kemudian membuka cabang di kota Depok. Mengangkat tema *Traditional Fastfood*. Berdasarkan hasil

wawancara peneliti pada objek penelitian, dapat diketahui beberapa aspek belum berkontribusi secara baik. Salah satunya yaitu dari aspek pasar Nasi Gajah belum mengetahui dengan jelas segmentasi pasar yang tepat dan seberapa besar Nasi Gajah disukai oleh konsumen. Untuk meminimalisir kemungkinan risiko yang akan muncul dan memperbaiki sistem yang ada serta mendongkrak keuntungan yang lebih besar lagi tentunya dibutuhkan evaluasi pada aspek yang berkaitan dengan pelanggan atau konsumen. Dari identifikasi masalah tersebut peneliti tertarik untuk membahas Nasi Gajah di lihat dari perilaku konsumen. Dapat diperhatikan dari latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Nasi Gajah dilihat dari Perilaku Konsumen Studi Kasus Pada Restoran Nasi Gajah Cabang Kota Depok”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat konsumen tentang Nasi Gajah Kota Depok ?
2. Berapa besar indeks sikap konsumen Nasi Gajah Kota Depok ?
3. Bagaimana Karakteristik kosumen Nasi Gajah Kota Depok ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan metode survey. Tempat penelitian ini adalah Nasi Gajah yang terletak di Jl. Ridwan Rais, Kec. Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada semester 8 tepatnya pada bulan Maret-Juli 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nasi Gajah Kota Depok dengan

sampel sebanyak 50 orang. Metode sampling yang digunakan adalah *sampling purposive* dan *sampling quota*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala pengukuran likert. Teknik pendistribusian kuesioner pada penelitian ini yaitu dengan *incidental sampling*. Penelitian ini memiliki enam variabel yaitu:

1. Harga
2. Cita Rasa
3. Variasi
4. Kebersihan Lingkungan
5. Pelayanan
6. Tempat yang Memadai

Teknik pengolahan data pada penelitian ini yaitu *editing* dan *coding*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif. Analisa sikap dilihat dari pembeli Nasi Gajah sebagai konsumen menggunakan analisa indeks. Analisa indeks tersebut adalah analisa indeks sikap menurut Swastha dan Handoko. Indeks sikap dirumuskan seperti berikut:

$$SJ = \sum_{k=1}^n tK \cdot xKJ$$

Keterangan:

SJ = Indeks sikap

tK = timbangan pada atribut k dari tK= 1

xKJ = nilai atribut untuk merek j

n = jumlah atribut

(Swastha dan Handoko, 2017:95)

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Temuan pada penelitian ini yaitu seluruh penilaian terhadap variabel pada Nasi Gajah menunjukkan kepuasan yang cukup, konsumen Nasi Gajah didominasi oleh perempuan yang merupakan mahasiswi, dan prioritas utama variabel menurut responden adalah cita rasa. Cita

rasa menduduki peringkat tertinggi yaitu dipilih oleh 18 responden dengan bobot sebesar 0,36.

Tabel 1. Nilai Bobot Variabel Penelitian

Variabel	Responden	Bobot
Cita Rasa	18	0,36
Harga	10	0,2
Pelayanan	9	0,18
Kebersihan	6	0,12
Tempat	5	0,1
Variasi	2	0,04
Total	50	1

Sumber: Data diolah, 2020

Konsumen Nasi Gajah berdasarkan data yang didapatkan dari hasil penelitian 86% atau 43 orang dari 50 orang pengunjung kadang-kadang mengunjungi Nasi Gajah. Berikut tabel frekuensi pengunjung.

Tabel 2. Frekuensi Kunjungan Responden

Keterangan Kunjungan	Frekuensi	Presentase
Selalu	1	2%
Sering	6	12%
Kadang-Kadang	43	86%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah, 2020

Pembahasan

Hasil pada penelitian ini terdiri dari pendapat konsumen tentang Nasi Gajah, besar Indeks Sikap Konsumen, dan kriteria konsumen pada Nasi Gajah. Terdapat enam variabel dalam penelitian ini yang kemudian menjadi fokus penilaian konsumen. Enam variabel tersebut adalah Harga, Cita Rasa, Variasi, Kebersihan Tempat, Pelayanan, dan Tempat yang Memadai. Hasil yang didapatkan dari penilaian konsumen keenam variabel

tersebut memiliki nilai yang baik atau memuaskan seperti tertuang dalam tabel berikut. Nilai rata-rata variabel didapatkan dari perhitungan jawaban yang diberikan oleh responden dikalikan dengan bobot jawaban. Setiap jawaban yang dipilih memiliki bobot yang berbeda-beda. Semakin baik penilaian/jawaban maka semakin besar bobot nilai yang didapatkan. Skor jawaban dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut.

Tabel 3. Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Siregar (2016:136)

Kemudian setiap kriteria jawaban pada masing-masing variabel dijumlahkan. Nilai Rata-rata Variabel yang didapatkan setiap variabel dapat dilihat pada Tabel 1.4 dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. Nilai Rata-rata Variabel

Variabel	Nilai Rata-rata Variabel
Cita Rasa	3,14
Harga	2,52
Pelayanan	3,24
Kebersihan	3,66
Tempat	3,8
Variasi	2,74

Sumber: Data diolah, 2020

Selanjutnya nilai rata-rata yang diperoleh dikalikan dengan bobot. Bobot ini didapatkan dari perhitungan skala

prioritas variabel yang ditelaah dipilih oleh setiap responden. Bobot dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Nilai Bobot Variabel Penelitian

Variabel	Responden	Bobot
Cita Rasa	18	0,36
Harga	10	0,2
Pelayanan	9	0,18
Kebersihan	6	0,12
Tempat	5	0,1
Variasi	2	0,04
Total	50	1

Besar indeks sikap yang didapatkan adalah sebesar 3,1464 yang berarti Nasi Gajah cukup disukai oleh konsumen. Perhitungan Indeks Sikap Konsumen dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Indeks Sikap Konsumen

Variabel	Nilai rata-rata variabel	Bobot	Nilai rata-rata variabel x Bobot
Cita Rasa	3,14	0,36	1,1304
Harga	2,52	0,2	0,504
Pelayanan	3,24	0,18	0,5832
Kebersihan	3,66	0,12	0,4392
Tempat	3,8	0,1	0,38
Variasi	2,74	0,04	0,1096
Indeks sikap			3,1464

Sumber: Data diolah, 2020

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pendapat, sikap, dan karakteristik konsumen kemudian penting untuk diketahui untuk dapat menentukan dan merancang strategi yang tepat dan sasaran atau konsumen yang tepat bagi para pelaku usaha khususnya dibidang kuliner. Kelebihan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah karakteristik konsumen diketahui lebih detil dengan menggunakan beberapa segmentasi pasar menurut Kotler,

penilaian yang dilakukan oleh konsumen Nasi Gajah dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemilik usaha dalam membangun kualitas dan citra produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tidak bersifat komparatif, fokus pada objek yang diteliti selaras dengan permasalahan yang sedang dihadapi dan beberapa rujukan teori yang dijadikan acuan seperti *marketing mix*, kebutuhan konsumen, dan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Nasi Gajah cukup disukai konsumen selaras dengan nilai indeks sikap yang diperoleh dari perhitungan mencakup enam variabel yang terdiri dari Harga, Cita Rasa, Variasi, Kebersihan, Pelayanan dan Tempat yang Memadai sebagai acuan untuk penilaian konsumen, perhitungan indeks sikap konsumen yang didapatkan oleh Nasi Gajah adalah sebesar 3,15 dimana angka tersebut menunjukkan seberapa besar Nasi Gajah disukai oleh konsumen, dan karakteristik konsumen Nasi Gajah adalah wanita, berusia 21-22 tahun, mahasiswi, serta berdomisili di kota Depok.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, konsumen dan penulis memberikan saran pada penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan Nasi Gajah mampu meningkatkan kualitas cita rasa, variasi makanan, harga yang ditawarkan lebih sesuai dengan target konsumen, dan pelayanan yang diberikan lebih baik.

2. Diharapkan Nasi Gajah melakukan evaluasi dan meningkatkan pemasaran agar semakin dikenal dan *packaging* produk lebih ramah lingkungan, praktis, menarik namun tidak mengurangi kualitas dan estetika produk dan menambah ruang khusus untuk merokok agar tercipta kenyamanan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Azwar. (2012). Listrik Prabayar Dilihat Dari Perilaku Konsumen Di Depok. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. II, No. 1, Juni 2012: 35-42.
- Azwar dan Mawar O Nida. (2013). *One Day No Rice* Dilihat Dari Perilaku Karyawan Pemda Depok Sebagai Konsumen. *Epigram*, Vol. 10, No.1, April 2013: 28-37
- Wiwik Widiyanti. (2019). Sikap Konsumen terhadap Muktiatribut Produk Domino Pizza dengan Metode Fishbein di Depok. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Volume 19 No. 1 Maret 2019.

Buku

- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. (2017). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Danang Sunyoto. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh*. Jakarta:Erlangga.
- Mahardika, Reza Bangun. *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Yogyakarta: Forbil Institute.
- Siregar, Sofyan. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*.Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Skripsi

- Muhammad Fathoni. (2007). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Restoran Waroeng Taman di Kota Bogor.
- Suci Wulansari. (2015). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDalem Ngabean Resto