

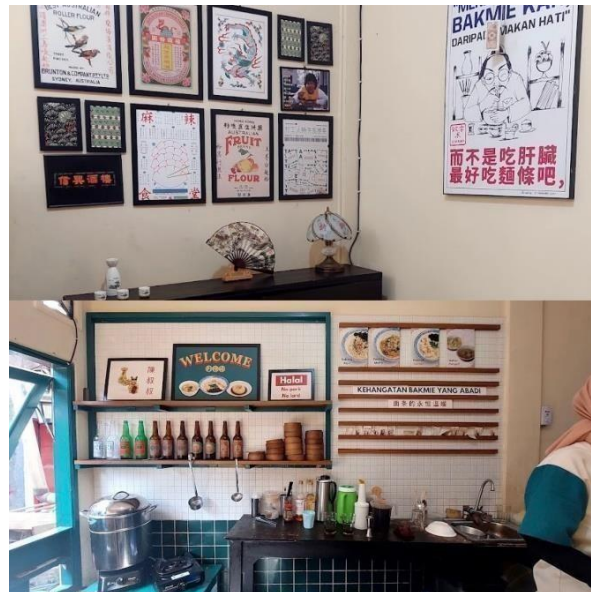
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Uncle Chen

Uncle Chen merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang *Food and Beverage* yang berlokasi di Jalan Gempol Kulon No.77, Desa/Kelurahan Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Uncle Chen dibuka setiap hari dengan jam operasional 08.00-21.00 WIB. Uncle Chen memiliki beberapa menu yang mereka tawarkan seperti bakmi, dimsum dengan berbagai macam varian, *dessert* dan berbagai macam minuman namun ada satu menu yang menjadi andalan di kedai mereka yaitu bakmi. Untuk menu bakmi Uncle Chen sendiri mengusung tipe bakmi *Chinese* yang resepnya sudah turun temurun.



GAMBAR 1.1

Interior Uncle Chen

Sumber : Data Perusahaan, 2023

Dapat dilihat dari gambar 1.1, gambar tersebut menunjukkan suasana kedai Uncle Chen yang menggunakan konsep *Chinese* tempo dulu yang ditambah

beberapa ornamen khas budaya *Chinese* yang menambah kesan unik dan nyaman bagi para konsumen saat datang.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

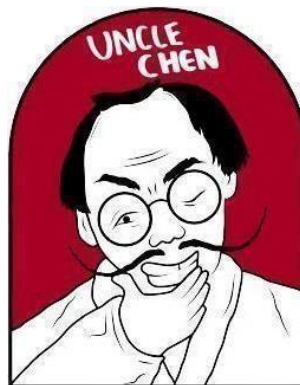
Menjadi sumber penghasil lapangan pekerja bermutu terbaik se-Indonesia.

Misi :

Menciptakan nilai berkualitas kepada masyarakat melalui produk dan jasa yang terwujud atas peningkatan kuantitas serta kualitas sumber daya manusia secara terus menerus.

1.1.3 Logo dan Makna Logo

Berikut merupakan logo Uncle Chen



GAMBAR1.2

Logo UncleChen

Sumber : Data Perusahaan, 2023

Uncle Chen memiliki logo yang dirancang untuk berbagai kepentingan perusahaan. Logo ini menampilkan sosok pria yang menjadi bentuk visualisasi dari nama "Uncle Chen" itu sendiri. Desain pria dalam logo tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen grafis, tetapi juga mencerminkan karakter dan identitas kedai. Dengan mengusung nama "Uncle Chen," logo ini menciptakan hubungan yang erat antara nama kedai dan citra yang ingin disampaikan kepada pelanggan.

Setiap detail dalam logo tersebut dirancang untuk mencerminkan nilai dan suasana yang ingin dibangun oleh kedai ini, sehingga menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh publik.

1.1.4 Produk Uncle Chen

Berikut ini merupakan menu yang terdapat di Uncle Chen:

TABEL 1. 1
Menu Uncle Chen

NO	NAMA PRODUK	HARGA
1	Bakmi Asin	Rp. 28.000
2	Bakmi Manis	Rp. 28.000
3	Bakmi Hainan	Rp. 35.000
4	Bakmi Chili Oil	Rp. 35.000
5	Nasi Hainan	Rp. 35.000
6	Baso Kuah	Rp. 16.000
7	Pangsit Kuah	Rp. 16.000
8	Ayam Hainan	Rp. 16.000
9	Nasi Hainan	Rp. 35.000
10	Lumpia Kulit Tahu Ayam	Rp. 20.000
11	Lumpia Kulit Tahu Udang	Rp. 20.000
12	Siu Mai Ayam	Rp. 20.000
13	Siu Mai Udang	Rp. 20.000
14	Hisitkau	Rp. 20.000
15	Nasi Hainan	Rp. 35.000
16	Mipan	Rp. 15.000
17	Es Krim Kacang Himalaya	Rp. 15.000
18	Lo Han Kuo Timun Serut	Rp. 25.000
19	Teh Tarik Hainan	Rp. 25.000
20	Mojito	Rp. 30.000
21	Lo Han Kuo	Rp. 15.000

(bersambung)

(sambungan)

22	<i>Mango Tea</i>	Rp. 20.000
23	<i>Peach Tea</i>	Rp. 20.000
24	<i>Lychee Tea</i>	Rp. 20.000
25	Teh Manis	Rp. 10.000
26	Teh Tawar	Rp. 7.000
27	Air Mineral	Rp. 7.000

Sumber : Data Perusahaan, 2023

1.2 Latar Belakang

Saat ini bisnis kuliner menjadi salah satu peluang bisnis yang paling menjanjikan dengan potensi pasar yang sangat besar. Menurut Kementerian Perindustrian, industri makanan dan minuman menyumbang sebesar 38,51 persen terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) pada triwulan 1 2023. Industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB nasional. Neraca perdagangan makanan dan minuman Indonesia diperkirakan mencapai 11,84 dolar AS pada Januari hingga Juni 2023.

Untuk memastikan peningkatan neraca perdagangan, diperlukan upaya pengembangan pasar baru serta pengembangan industri makanan dan minuman secara berkelanjutan. Di Bandung, industri kuliner diprediksi tetap menjanjikan, dengan pertumbuhan dua digit setiap tahunnya. General Manager Sushinomori mengungkapkan bahwa pasar kuliner Bandung memiliki potensi besar, bahkan target peningkatan penjualan pada tahun 2020 diperkirakan mencapai 180%. Faktor-faktor seperti pengeluaran terbesar generasi milenial pada sektor kuliner dan kemudahan akses melalui transportasi online turut mendorong pesatnya perkembangan industri ini, sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi guna mempertahankan daya saing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Baik bisnis kuliner yang telah berdiri lama maupun baru keduanya sama-sama berusaha untuk mengembangkan bisnis mereka agar mampu mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan mereka, karena pada dasarnya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan lebih bermanfaat bagi pelanggan dibandingkan sekedar menjual produk maupun jasa yang berkualitas tinggi.

Menurut Utomo dan Siregar (dalam Rizqiany, 2019:12), loyalitas pelanggan adalah kecenderungan konsumen untuk menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa dan memiliki sikap positif terhadap penyedia jasa tersebut dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa tersebut ketika ada kebutuhan menggunakan layanan tersebut .

Menurut Griffin (dalam Rizqiany, 2019:12), loyalitas pelanggan merupakan komitmen seorang pelanggan untuk secara konsisten membeli atau memprioritaskan suatu produk baik berupa suatu barang maupun jasa, hal ini mengakibatkan pelanggan membeli merek yang sama berulang kali, meskipun keadaan atau pengaruh pemasaran mengarahkan mereka untuk mengganti merek lain dari pesaing.

Dan berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk terus membeli atau menggunakan produk atau jasa dari suatu penyedia layanan atau merek yang sama secara berulang. Hal ini ditunjukkan melalui perilaku pembelian yang konsisten serta kecenderungan untuk tetap menggunakan jasa tersebut meskipun ada pengaruh dari kompetitor untuk beralih ke merek lain.

Dengan demikian, loyalitas pelanggan mencakup komitmen kuat untuk mempertahankan hubungan bisnis dengan suatu merek atau penyedia jasa, bahkan ketika dihadapkan dengan tekanan atau tawaran dari pihak lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan melihat pentingnya memahami loyalitas pelanggan guna kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait loyalitas pelanggan pada Uncle Chen.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana loyalitas pelanggan di Uncle Chen tahun 2024?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui sejauh mana loyalitas pelanggan di Uncle Chen tahun 2024.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat berguna baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Adapun penelitian berguna untuk:

1. Bagi Penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu serta wawasan beberapa hal yang telah diteliti baik dari segi teori maupun praktik, selain itu diharapkan penulis dapat belajar menganalisa suatu permasalahan yang terjadi di perusahaan.
2. Bagi Uncle Chen, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta solusi oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk.
3. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta referensi bagi UMKM sejenis lainnya untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

1.6 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan pada Uncle Chen.
2. Objek penelitian kali ini adalah Uncle Chen.
3. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai dengan Juli 2024.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

c. BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.