

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis makanan merupakan suatu bisnis yang tidak akan pernah kalah bersaing dengan bisnis yang bergerak diluar dari makanan. Setiap wirausaha yang bergerak dibidang makanan harus memberikan inovasi terhadap produknya. Inovasi-inovasi ini muncul akibat kebutuhan yang sangat beragam dari pelanggan sehingga produsen dituntut agar bisa melahirkan sebuah produk yang berbeda dari lainnya. Selain itu faktor penting lainnya yang menuntut sebuah bisnis untuk bisa membuat variasi pada produknya adalah banyaknya pesaing yang akan menjadi rintangan tersendiri bagi para pendiri usaha untuk dapat bersaing dalam memasarkan dan menjual produk, karena pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga konsekuensi dari persaingan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang ditawarkan dipasar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis bagi bidang usaha sejenis, maka perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Proses pengambilan keputusan

pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya.

Salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan terutama dalam bentuk cemilan adalah Kuwei. Adapun berbagai produk yang dihasilkan berupa gorengan seperti; bakwan, lumpia, lobak, dan talas goreng. Kuwei masuk dalam suatu persaingan bisnis skala menengah, dimana salah satu tujuan utamanya adalah memerikan kepuasan bagi pelanggannya. Menurut Tjiptono (2015:153) “bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu”. Namun upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Adapun fenomena yang terjadi berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan dapat ditampilkan pada tabel 1.1 dibawah ini;

Tabel 1.1
Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan

No	Kategori	
	Tidak Puas	Puas
1	Terkadang untuk makanan terlalu asin untuk beberapa pelanggan yang mengkonsumsinya	Penyajian makanan yang cepat
2	Terkadang makanan yang disajikan sedikit gosong	Lokasi yang nyaman
3	Makanan yang disajikan terlalu berminyak	Respon terhadap pelanggan yang baik dan ramah
4	Kemasan yang mudah rusak karena minyak dari makanan tersebut	Makanan enak dan rapuh

Sumber : Kuwei, 2022

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa adanya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dalam mengkonsumsi makanan dari bisnis Kuwei tersebut. Salah satu kepuasan pelanggan yang paling dominan adalah makanan yang berupa bakwan, lumpia sangat enak dan gurih, sedangkan salah satu ketidakpuasan yang paling

dominan dari pelanggan adalah makanan yang berupa bakwan dan lumpia nya sangat berminyak. Hal ini menjadi perhatian pihak penjual agar dapat mengatasi situasi tersebut.

Harga juga merupakan salah satu strategi penting dalam menjalankan suatu bisnis makanan terutama makanan di Kuwei tersebut, dimana Harga merupakan nilai tukar yang dibebankan kepada pembeli untuk mendapatkan barang serta jasa dimana mempunyai nilai guna beserta pelayanannya (Kurniawan, 2018:22). Adapun fenomena dari harga yang ditetapkan oleh pihak pengelola Kuwei tersebut dapat disajikan pada tabel 1.2 dibawah ini.

Tabel 1.2
Daftar Harga Makanan Kuwei

No	Jenis Makanan	Harga	Kategori Murah (Pendapat per orang)	Kategori Mahal (Pendapat per orang)
1	Kuwan Sayur (Bakwan Sayur) 1 pack	Rp.20.000	8 orang	27 orang
2	Kuwan Udang (Bakwan Udang) 1 pack			
3	Lumpia 1 pack			
4	Lobak Goreng 1 pack			
5	Talas Goreng 1 pack			

Sumber : Kuwei, 2022

Tabel 1.2 menjelaskan tingkat harga dan juga pendapat pelanggan akan harga yang ditetapkan oleh pengelola. Pelanggan yang beranggapan makanan di Kuwei tergolong murah adalah pelanggan yang membandingkan dengan bisnis makanan yang sejenis yang dijual selain di Kuwei dan juga cita rasa yang dirasakan oleh pelanggan mendapat tanggapan positif jika dibandingkan dengan harganya. Berbanding terbalik dengan pendapat pelanggan yang menganggap harga makanannya tergolong mahal. Pelanggan beranggapan mahal dilihat dari

segi jumlah 1 *pack* yang dihasilkan dan juga ukuran dari makanan tersebut tidak sesuai dengan harganya.

Selain dari segi harga, kualitas produk dalam hal ini adalah makanan, juga merupakan bagian yang harus diperhatikan oleh pihak pengelola bisnis makanan tersebut. Menurut Daryanto (2013:52), Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk pada makanan di Kuwei tergolong dalam kategori baik.

Kategori baik dilihat dari segi bahan yang digunakan dalam membuat makanan tersebut, meliputi; minyak yang digunakan kualitas premium, dimana penggorengannya rutin dilakukan pergantian apabila sudah menghitam ketika melakukan penggorengan sebelumnya. Pergantian minyak secara berkala tersebut akan mempengaruhi kualitas dari makanan yang dihasilkan. Hanya saja yang makanan yang terkadang gosong diakibatkan kelalaian juru masak dalam mengatur suhu ataupun api penggorengan. Selain itu juga yang mengakibatkan makanan gosong adalah sisa makanan yang tinggal di penggorengan melekat pada makanan yang digoreng selanjutnya sehingga terlihat gosong. Permasalahan kualitas produk yang lain di Kuwei adalah daya tahan makanannya tidak terlalu lama sehingga, apabila makanan dari Kuwei tidak dikonsumsi lebih dari enam jam, tekstur makanannya terasa lebih lembek sehingga pada saat dimakan tidak rapuh seperti biasa dan terlihat tidak menarik untuk dimakan.

Adapun data mengenai jumlah pelanggan dan omset penjualan dari produk Kuwei Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini,

Tabel 1.3
Data Penjualan Kuwei Indonesia

Tahun	Omset Penjualan	Persentase omset
2017	Rp.256.723.000	-
2018	Rp.247.653.000	-3,53%
2019	Rp.172.578.000	-30,31%
2020	Rp.147.250.000	-14,67
2021	Rp.189.750.000	+28.86%

Sumber : Kuwei, 2022

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa nilai persentase penurunan tahun 2018 dapat dihitung dengan $256.723.000 - 247.653.000 / 256.723.000 \times 100 = -3,53\%$. Omset penjualan Kuwei tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 mengalami penurunan. Tahun 2019 penurunan sangat tinggi diakibatkan oleh adanya pandemi *covid-19*, dan untuk tahun lainnya yang mengalami penurunan omset dikarenakan semakin tingginya pesaing yang bergerak di bidang makanan yang sejenis dan pelanggan cenderung ingin mencoba makanan yang dihasilkan oleh pesaing tersebut. Tetapi pada tahun 2021, omset penjualan meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2020.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kuwei Indonesia dengan judul yang dibawakan adalah **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KUWEI INDONESIA.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah pokok, yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat harga untuk sebagian konsumen menganggap mahal dikarenakan jumlah per *pack* nya terlalu sedikit dan juga ukuran makanannya terlalu kecil dan begitu juga sebaliknya untuk pelanggan yang beranggapan murah terhadap makanan dengan membandingkan makanan dengan pesaing dari Kuwei.
2. Kualitas Produk yang dihasilkan tergolong baik jika dilihat dari bahan pembuatannya, hanya saja terkadang makanan yang sudah siap disajikan gosong bagian kulit makanan dan juga apabila makanannya terlalu lama di konsumsi, teksturnya akan lembek dan tidak rapuh sehingga tidak menarik untuk dikonsumsi.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Objek penelitian ini adalah pelanggan Kuwei Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia ?
3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Kuwei Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai kalangan antara lain :

1. Bagi Kuwei Indonesia

Sebagai dasar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga menarik minat pelanggan serta dapat bersaing dengan bisnis sejenis yang bergerak dibidang makanan.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.