

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi dapat menciptakan pertumbuhan perekonomian yang baik, salah satunya yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tujuan dari didirikannya perusahaan sendiri yaitu untuk mendapatkan profit yang maksimal agar perusahaan tetap berdiri dan terus berkembang. Menurut Pakpahan (2020) di Indonesia lebih didominasi untuk memiliki usaha dengan model usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang harus diperhatikan secara khusus karena kontribusi bagi perekonomian nasional sangat besar. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada tahun 2019 unit usaha UMKM memiliki perkembangan sebanyak 1,2 juta dari tahun 2018. Data tersebut juga menunjukkan bahwa UMKM menjadi bentuk unit usaha yang memiliki dampak terbesar berdasarkan Pendapatan Domestik Bruto sebesar 61% dengan nilai Rp 8.573 triliun. Peran penting UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, keuntungannya adalah menyerap lebih banyak tenaga kerja dan mempercepat proses pemerataan pembangunan ekonomi.

Salah satu usaha yang berkembang saat ini adalah usaha pada bidang kuliner. Usaha kuliner saat ini sangat variatif dan memiliki berbagai inovasi dalam perkembangannya. Persaingan yang terjadi antara sesama pengusaha kuliner ditandai dengan semakin banyaknya bisnis yang menghasilkan produk dengan

jenis yang sama namun berbeda dalam harga dan pelayanan. Menurut Cahyani & Sitohang (2016) persaingan bisnis kuliner menimbulkan adanya tuntutan untuk pengusaha kuliner untuk tidak berfokus hanya pada target penjualan namun harus memperhatikan hubungan dengan konsumen untuk dapat memertahankan persaingan dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen untuk menjaga keberlanjutan hubungan antara pengusaha kuliner dengan konsumen.

Usaha kuliner di Indonesia sangat beragam, berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) terdapat sekitar 160 ribu UMKM yang bergerak pada bidang kuliner di DKI Jakarta pada tahun 2021. Salah satu jenis kuliner yang umum di Jakarta adalah Bubur Ayam. Menurut Sutrisno (2021) bubur ayam Jakarta merupakan salah satu kuliner khas yang berada di Jakarta, lokasi tempat makan bubur ayam tersebut dapat dijadikan sebagai tempat khusus bagi para pekerja, siswa, dan masyarakat dari berbagai kalangan untuk dapat bersosialisasi dan menimbulkan adanya hubungan yang erat antara penjual dan pembeli bubur ayam tersebut.

Perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Berbagai strategi dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan bertahan dalam persaingan yang ketat. Sejumlah besar perusahaan bangkrut karena secara teknis tidak dapat mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Eka Giovani dan Eka Avianti Ayuningtyas (2022), dengan mempertahankan dan memberi kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa

yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Persaingan di bidang bisnis sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan bisnis dan kebutuhan konsumen. Bisnis adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan penyediaan layanan kepada konsumen untuk penggunaan pribadi sebagai individu atau anggota keluarga. Agar perusahaan dapat bersaing, pengusaha harus dapat menawarkan produk dengan harga yang wajar dengan layanan yang terstandarisasi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan pemahaman pelaku bisnis terhadap karakteristik konsumen yang menerima target pasar atau jasa agar tidak terjadi kesalahan yang merugikan.

Perusahaan yang ingin bertahan harus dapat menemukan strategi terbaik yang dapat menarik konsumen dibandingkan yang lain. Mendapatkan konsumen untuk menggunakan produk adalah manfaat yang kuat yang dapat mendukung perusahaan. Konsumen yang telah menggunakan produk harus cukup puas untuk tidak beralih. Hal ini membuat sangat perlu bagi perusahaan untuk menjamin kepuasan pelanggan agar tidak mengalami kerugian (Maramis et al, 2018). Perilaku konsumen yang tidak dapat diprediksi dan beragam dalam manajemen bisnis menyebabkan dunia bisnis menuntut perubahan yang sangat cepat. Konsumen mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan, gaya hidup dan kebutuhannya. Akibatnya, perusahaan menghadapi persaingan yang ketat karena permintaan konsumen menjadi lebih kompleks.

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen yaitu : kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor emosional, biaya, tempat yang strategis, dan kemudahan pelayanan setiap restoran, pelayanan manapun pasti menginginkan konsumen balik lagi untuk selalu datang ke restorannya tanpa terkecuali Bubur Ayam Simas Agom

Tabel 1.1. Data Penjualan Bubur Ayam Simas Agom (Januari 2021 - Desember 2021)

Bulan	Penjualan (Rp)	Target	Presentase (%)
Januari 2021	15.260.000	20.000.000	76%
Februari 2021	15.500.000	20.000.000	78%
Maret 2021	15.765.000	20.000.000	79%
Mei 2021	14.700.000	20.000.000	74%
Juni 2021	15.120.000	20.000.000	76%
Juli 2021	14.355.000	20.000.000	72%
Agustus 2021	14.800.000	20.000.000	74%
September 2021	14.445.000	20.000.000	72%
Oktober 2021	15.100.000	20.000.000	76%
November 2021	13.250.000	20.000.000	66%
Desember 2021	13.180.000	20.000.000	66%
Total	147.030.000	240.000.000	73%

Sumber : Manajemen Bubur Ayam Simas Agom

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan data penjualan Bubur Ayam Simas Agom terbesar terjadi pada Maret 2021, yaitu sebesar Rp 15.765.000 dengan presentasi 0,11 %. Sedangkan data penjualan terendah terjadi pada Desember 2021, yaitu sebesar Rp 13.180.000 dengan presentase 0,09 %. Melalui grafik yang tersedia terlihat bahwa data penjualan Bubur Ayam Simas Agom mengalami kenaikan yang signifikan pada Januari 2021 sampai dengan Maret 2021. Mulai dari Juni 2021 sampai dengan Oktober 2021 mengalami stabilitas. Lalu dimulai dari November 2021 sampai Desember 2021 mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh sebagian unsur yang mempengaruhinya. Pencapaian penjualan yang tidak sesuai berdasarkan data yang diperoleh peneliti

diduga karena adanya tingkat kepuasan konsumen yang tidak dikelola dengan baik oleh manajemen. Berdasarkan pra survey hal diatas peneliti terdahulu dugaan yang menyebabkan ketidak pencapaian target tersebut.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey

No	Pertanyaan Pra Survey	Jumlah				Hasil Peneliti
		Setuju		Tidak Setuju		
1	Kualitas Produk Makanan	81,4%	35	18,6%	8	Bubur ayam simas agom, rasanya
2	Harga	76,7%	33	23,3%	10	Konsumen berkunjung membeli di bubur ayam karena faktor harga yang murah
3	Harga	86%	37	18,6%	8	Bubur ayam simas agom, rasanya
4	Kualitas Pelayanan	55,8%	24	44,2%	19	Yang menarik konsumen dalam pelayanan adalah cepat namun masih dihadapkan pada keluhan responsiv karyawan

Sumber : Hasil Pra Survey (2021)

Penelitian Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S. Rumokoy (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci. Penelitian tersebut terkait dengan cita rasa makanan terjaga dengan baik, menu yang disajikan bervariasi, makanan/minuman yang ditampilkan menarik, dan higienis makanan terjaga dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen di rumah makan Raja Oci. Hasil Pra Survey table 1.2 menemukan fakta bahwa masih ada 18,6% konsumen yang tidak puas dengan rasa bubur ayam Simas Agom, sedangkan 81,4% yang setuju bahwa rasa bubur ayam simas agom enak. Hal ini berarti jika cita rasa makanan terjaga dengan baik, menu yang disajikan bervariasi, makanan/minuman yang ditampilkan

menarik, dan higienis makanan terjaga dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen

Hasil penelitian lain oleh Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan fenomena di atas dan perbedaan penelitian di duga kualitas bubur ayam Simas Agom mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa konsumen dalam keputusan pembelian bubur ayam Simas Agom masih terdapat pendapat bahwa 23,3% konsumen merasa harga yang ditawarkan masih tidak setuju, meskipun Sebagian 76,7% menyatakan setuju bahwa harga yang ditawarkan masih murah & terjangkau. Kepuasan konsumen dalam menikmati seluruh produk dapat dipengaruhi oleh harga bubur ayam Simas Agom menunjukkan pada harga pada kisaran Rp. 15.000 untuk satu porsi. Jika dibandingkan dengan kompetitor yang lain bubur ayam Simas Agom cukup terjangkau. Penelitian Sugianto (2013) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Bilgies (2016) yang menyatakan bahwa harga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Fenomena di atas mendorong peneliti untuk meneliti variabel pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan bubur ayam Simas Agom.

Harga adalah nilai tukar yang dapat dibandingkan dengan uang atau barang lain untuk keuntungan yang diterima seseorang dari suatu barang atau jasa. Harga juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk menyelesaikan suatu transaksi. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk berkualitas tinggi dengan harga

yang mereka bayarkan, tetapi konsumen selalu berpikir bahwa produk berkualitas tinggi adalah produk dengan harga tinggi. Jika perusahaan dapat beroperasi, maka dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen. Kata harga biasanya digunakan dalam bentuk angka nominal relatif terhadap nilai tukar dan mengacu pada tinggi rendahnya harga kualitas barang atau jasa.

Faktor ketiga Kualitas pelayanan adalah sumber penentu untuk perusahaan dapat mempertahankan konsumen. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen dapat berdampak pada pembelian ulang dan berujung pada peningkatan penjualan. Pelayanan yang baik membantu memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan dan membedakan Anda dari pesaing Anda.

Dari tahun ke tahun menjadi isu yang semakin penting baik bagi masyarakat konsumen maupun perusahaan yang memberikan jasa dalam pengembangan jasa perusahaan..

Fenomena yang terkait dengan Kualitas pelayanan pada bubur ayam simas agom dengan memberikan pelayanan yang cukup baik dan semua karyawan harus ramah kepada pelanggan dengan minimal memberikan senyum, salam, sapa setiap pelanggan yang datang. Bubur ayam simas agom agar memberi kenyamanan kepada pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut maka hasil pra survey yang menunjukkan hasil sebanyak 86% atau 37 responden menunjukkan konsumen berkunjung membeli di bubur ayam karena faktor harga yang terjangkau, sebanyak 81,4% atau 35

responden menunjukkan untuk kualitas produk makanan di Bubur Ayam Simas Agom rasanya sesuai yang di harapkan pelanggan, sebanyak 55,8% atau 19 responden menunjukkan faktor yang menarik konsumen dalam pelayanan adalah cepat namun masih dihadapkan pada keluhan responsif karyawan. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa fenomena yang terjadi pada penelitian ini karena adanya pelayanan yang lambat dan dihadapkan keluhan responsif karyawan di Bubur Ayam Simas Agom pada hasil pra survey yang dapat mempengaruhi variabel seperti harga, produk, dan kualitas pelayanan.

Pada dasarnya yang menjadi tujuan utama dalam suatu perusahaan adalah kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen saat mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang di harapkan serta terpenuhi secara baik. Membuat konsumen merasa puas merupakan keinginan setiap perusahaan tentunya, hal itu dikarenakan kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana harapan dan keinginan dari pelanggan tersebut dapat dipenuhi, dengan begitu maka pelanggan akan melakukan pembelian kembali. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas.

Hasil pra survey pada table 1.1 menunjukkan bahwa konsumen dalam keputusan pembelian bubur ayam Simas Agom masih berpendapat bahwa 55,8% konsumen merasa kualitas pelayanan yang ditawarkan masih tidak setuju. Meskipun Sebagian menyatakan setuju bahwa kualitas pelayanan menarik konsumen dalam pelayanan adalah cepat namun masih dihadapkan pada keluhan responsif

karyawan yang ditawarkan masih murah & terjangkau. sebanyak 44,2%. Fenomena yang terkait dengan Kualitas pelayanan pada bubur ayam Simas Agom dengan memberikan pelayanan yang cukup baik dan semua karyawan harus ramah kepada pelanggan dengan minimal memberikan senyum, salam, sapa setiap pelanggan yang datang. Bubur Ayam Simas Agom agar memberi kenyamanan kepada pelanggan.

Dengan penelitian yang dilakukan oleh Mananeke (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Raja Oci. Karena kualitas pelayanan yang ditawarkan rumah makan Oci sesuai dengan yang diinginkan konsumen, yaitu dengan kualitas tempat parkir yang memadai, karyawan yang ramah menerima keluhan konsumen, karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen, karyawan cepat dalam membuat pesanan, karyawan menguasai menu di rumah makan oci, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini diketahui oleh Muhammad Aldi Al Ridho dan Pontjo Bambang Mahargiono menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak sepihak atau negatif dan tidak ada hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak dapat diterima. Hal ini dapat terjadi karena kebutuhan akan pangan tidak berkaitan dengan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan fenomena tersebut dan adanya perbedaan hasil peneliti di atas dengan teori, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan judul ” PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BUBUR AYAM SIMAS AGOM CABANG KEBON JERUK”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas bila disusunlah rumususan kasus dalam pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk Makanan terhadap Kepuasan Konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian diatas tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi berikut :

- a) Untuk mengetahui harga murah, kualitas produk pada makanan, harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang cepat dan tanggap adalah faktor pelanggan berkunjung ke Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk
- b) Untuk mengetahui harga yang terjangkau berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk
- c) Untuk mengetahui kualitas makanan rasanya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk
- d) Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk

2. Kegunaan Bagi Peneliti

a) Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan sebagai salah satu kondisi untuk memenuhi kelulusan program studi (S1) oleh mahasiswa/I Universitas Satya Negara Indonesia

b) Bagi Pembaca

Peneliti dapat digunakan sebagai sumber tambahan ilmu, bahan pembimbing sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya

c) Bagi Perusahaan

Peneliti diharapkan bisa memberikan masukan pada perusahaan bubur yam simas agom berkaitan dengan strategi perusahaan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan pada Bubur Ayam Simas Agom Kebon Jeruk