

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepusasn berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan, pemegang saham) Hasan (2009:1). Pemasaran diperlukan untuk kegiatan menyalurkan atau mendistribusikan barang/jasa kepada konsumen. Dari penjelasan tersebut manajemen pemasaran memiliki tugas merangsang permintaan produk, mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasaran. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur lagi, yaitu orang/sumber daya manusia (People), proses (Process), dan layanan pelanggan (Customer Service). Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan demikian, apabila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Menurut Lupiyoadi (2014:92), bauran pemasaran terdiri dari :

1. Produk (Product)
2. Harga (Price)
3. Lokasi (Place)
4. Promosi (Promotion)
5. Proses (process).
6. Layanan Pelanggan (Customer Service)

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar bisnis.

Pasar bisnis yang berkembang pesat salah satunya adalah usaha bisnis makanan atau yang dikenal dengan istilah kuliner.

Waroeng Spesial Sambal atau sering disebut dengan Waroeng “SS” yang pusatnya berada di kota Yogyakarta. Waroeng “SS” telah berkembang ke seluruh nusantara. Lebih dari 94 cabang dan 4000 karyawan telah menyebarkan kepedasan kepada para konsumen. Namun saat ini sudah terdapat cabang Waroeng “SS” di kabupaten Karanganyar. Khususnya di Klodran. Waroeng “SS” Klodran resmi dibuka mulai awal juli 2019 tepatnya pada tanggal 5 juli 2019. Warung jumbo ini siap melayani para konsumennya setiap hari dari jam 10 pagi sampai 10 malam (*last order*). Dikatakan warung jumbo karena memiliki kapasitas 150 orang. Waroeng “SS” Klodran terletak di Jalan Adi Sumarmo No.337, Plalangan, Klodran, Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah.

Semakin maraknya kuliner yang ditawarkan kepada konsumen dengan beberapa varian makanan dan beberapa gerai yang menyajikan kuliner menjadikan daya tarik penulis untuk meneliti tentang bisnis kuliner salah satunya bisnis kuliner yang ramai adalah Waroeng Spesial Sambal ‘SS’. Begitupun pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Karanganyar terdapat persaingan bisnis kuliner.

Beberapa upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis di bidang kuliner adalah mempertahankan kualitas produk, harga yang sesuai dengan persaingan pasar serta menggunakan metode pemasaran yang menyesuaikan perkembangan zaman.

Produk yang ditawarkan kepada konsumen di Waroeng “SS” meliputi makanan, minuman, lauk, sayur serta berbagai sambal. Waroeng “SS” dapat dikatakan rumah makan dengan tingkat pengunjung yang cukup tinggi. Dengan demikian Waroeng Spesial Sambal “SS” menjamin kepuasan konsumen yang menikmati produknya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Tabel I.1
Jumlah pengunjung Waroeng Spesial Sambal “SS”Klodran bulan Juli-Oktober 2019

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	4.479
Agustus	5.379
September	4.984
Oktober	5.379
Jumlah	19.500

Sumber : Laporan kinerja bulanan Waroeng Spesial Sambal “SS” 2019

Data kunjungan konsumen diatas diperoleh dari informasi kasir di Waroeng Spesial Sambal “SS” Karanganyar.

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya menurut Umar (2005:65). Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Hasil Penelitian Andrian Tanuel Adinugraha dan Stefanus Michael H dengan judul Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen menurut Kotler dan Keller (2012: 25).

Bagi pengusaha rumah makan memperhatikan kualitas makanan (*product*). Dalam usaha penyajian makanan dan minuman merupakan penentuan keputusan pembelian terhadap konsumen ketika mereka merasa puas setelah menikmati produk tersebut. Kualitas produk yang baik tentu akan menarik konsumen untuk membeli, karena konsumen menginginkan kualitas produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 27) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.

Seperti halnya produk yang diberikan oleh Waroeng “SS” kepada konsumen sangat diperhatikan kualitas produknya. Semua produk dijaga kualitasnya dengan metodenya yaitu “*made by order*” jadi konsumen akan mendapatkan kepuasan tersendiri saat menikmati produk yang “*fresh*” pada pembuatannya. Namun terkadang bahan baku yang diperoleh belum sesuai standart produk, setiap porsi penyajian lauk memiliki berat yang berbeda. Hasil wawancara dari karyawan bagian pengadaan.

Hasil penelitian Jefry F.T Bailia et al dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen menunjukkan Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan baik secara parsial atau simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan menjadi acuan bagi konsumen yang ingin menikmati produk di sebuah warung makan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan

cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/ peroleh/ dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk. Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010: 154), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang sangat memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen dan akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Kenyamanan dan kepuasan terhadap konsumen sangat diprioritaskan dalam suatu usaha *food service* seperti Waroeng "SS" ini. Karena pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi konsumen untuk memberikan kepuasan konsumen yang merupakan harapan bagi *food service* dan bagi pelanggan. Konsumen yang ingin mengajak keluarga besar, rombongan bahkan arisan pun tidak akan kehabisan tempat karena warung jumbo ini siap menampung para konsumennya. Waroeng "SS" ini dikatakan jumbo karena memiliki bangunan 2 lantai yang berkapasitas mencapai 130 orang dan 4 meja gazebo yang berkapasitas mencapai 20 orang. Dalam pelayanan terkadang di Waroeng Spesial Sambal "SS" masih ada konsumen yang kurang dilayani dengan cepat serta konsumen harus mengantri karena keterbatasan tempat yang disediakan.

Hasil penelitian dari Muhtarom, Moh Mukery Warso, Leonardo Budi Hasiolan dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan bagi pelanggan untuk membeli suatu produk, harga suatu produk pun menjadikan acuan pelanggan untuk membeli suatu produk. Harga yang diberikan harus sesuai kualitas makanan. Harga yang sesuai dengan rasa/kelezatan pada suatu produk akan menumbuhkan kepuasan dari konsumen.

Harga memiliki peran yang penting dalam kepuasan konsumennya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Harga yang diberikan waroeng spesial sambal ini sangat terjangkau. Harga di Waroeng “SS” ini mulai dari 2000 rupiah sampai 35.000 rupiah, kita dapat menikmati suatu produk yang ditawarkan dengan kualitas produk yang baik. Dengan harga yang terjangkau semakin menciptakan kepuasan konsumen dan semakin meningkatnya konsumen di Waroeng Spesial Sambal “SS” ini. Berikut daftar harga menu di Waroeng Spesial Sambal “SS” Karanganyar :

Tabel I.2

Daftar harga di Waroeng Spesial Sambal “SS” Klodran

Nama Menu	Harga (Rp.-)
Juice alpukat	11.000
Juice apel	7.000
Juice jambu	6.500

Juice jeruk	6.000
Juice kurma kokari	8.000
Juice mangga	6.500
Juice melon	7.000
Juice nanas	6.000
Juice nangka	6.500
Juice semangka	6.000
Juice strawberry	11.000
Teh	3.500
Jeruk	4.500
Jeruk nipis	5.000
Teh jeruk nipis	5.000
Kopi hitam	8.000
Air es	1.000
Air mineral	2.000
Buah campur	5.000
Buah melon	4.000
Buah nanas	3.500
Buah pepaya	3.000
Buah semangka	3.500
Ayam kampung dada	16.000
Ayam kampung paha	16.000
Ayam negeri dada	11.000
Ayam negeri paha	11.000
Bebek dada	17.000
Bebek paha	17.000
Belut sawah polos	8.500
Ikan bandeng	6.500

Ikan bawal	8.500
Ikan gurame	35.000
Udang tepung	11.500
Jamur tepung	5.000
Telur dadar	5.000
Tahu	4.500
Tempe	4.000
Sambal bajak	3000
Sambal bawang	2.000
Sambal matah	2.500
Sambal gobal gabul	5.500
Sambal kecap	3.000
Sambal korek brambang	2.500
Sambal bawang lombok ijo	2.000
Sambal trasi lombok ijo	2.500
Sambal nanas muda/ mangga	4.000
Sambal tomat	3.000
Sambal belut	5.000
Sambal pete	6.000
Sambal rempele ati	4.000
Sambel jamur	6.000
Nasi putih /org makan	3.500

Sumber : Laporan kinerja bulanan Waroeng Spesial Sambal "SS" 2019

Hasil Penelitian Dwi Astuti (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena tersebut mengidentifikasi bahwa kepuasan konsumen di pengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

Atas uraian diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG SPESIAL SAMBAL “SS” KARANGANYAR”**

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal ‘SS’ di Karanganyar?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal “SS” di Karanganyar?
- c. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal “SS” di Karanganyar?

2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini disusun agar penelitian ini tidak meluas dan jelas batasannya. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini difokuskan pada konsumen Waroeng Spesial Sambal “SS” Karanganyar.

- b. Variabel atau kajian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal “SS” Karanganyar.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1 Tujuan Penelitian :

- a) Mengetahui secara empiris pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal “SS” di Karanganyar.
- b) Mengetahui secara empiris pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal “SS” di Karanganyar.
- c) Mengetahui secara empiris pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal “SS” di Karanganyar.

2 Manfaat Penelitian

a) Bagi Penulis

Dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan penerapannya di lapangan.

b) Bagi Perusahaan

Mengembangkan usaha dan cara kerja yang efektif, dengan adanya penelitian lapangan suatu perusahaan akan mengetahui apa yang diinginkan masyarakat kebanyakan yang akhirnya akan meningkatkan keuntungan.

c) Bagi Konsumen

Dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan penerapannya di lapangan.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai uraian teori-teori yang mendukung penelitian yaitu terhadap pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Spesial Sambal Karanganyar.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang Lokasi Penelitian, Obyek Penelitian, Desain Penelitian, Variabel Penelitian, Definisi Variabel yang digunakan, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data, Analisa Kuantitatif, Interpretasi Hasil Regresi, dan Implikasi Manajerial.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang Kesimpulan Hasil Penelitian, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN