

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan di bidang bisnis dapat dikatakan sangat ketat dan terus mengalami perubahan seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan dalam dunia usaha serta kebutuhan pelanggan. Bisnis merupakan keseluruhan aktifitas bisnis yang berkaitan dengan penjualan dan pemberian pelayanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar bisa berhasil dalam bisnis, pelaku bisnis harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan pelayanan yang berstandar.

Usaha kuliner dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak pengusaha kuliner yang merambah di berbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa intensitas persaingan dalam bisnis kuliner semakin kuat. Jenis kuliner seperti ini biasanya berada di lokasi-lokasi yang strategis. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis kuliner memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan memikirkan promosi untuk menarik minat konsumen sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan yang utama. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat kebutuhan akan pangan juga terus bertambah. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek

dalam berbisnis sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Bisnis pangan khususnya di bidang rumah makan saat ini menunjukkan perkembangan yang baik dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Seorang kosumen atau pelanggan dikatakan puas apabila ia senang dan mempunyai perilaku yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk atau jasa. Bagaimana cara membentuk kepuasan pelanggan, tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk atau jasa yang unggul atau superior, sehingga pelanggan merasa puas dengan pengalaman mengkonsumsinya.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan keberhasilan dari suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi padasejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Yoestini, 2012:3).

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis kualitas produk yang dihasilkan dan harga yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Morissan (2010:18) kualitas produk didefinisikan sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Selain kualitas produk yang mumpuni, harga yang tinggi akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di rumah makan

tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya.

Dengan demikian ketika suatu produk memiliki kualitas baik dan semakin sering konsumen melakukan pembelian ulang serta semakin banyak jumlah konsumen yang membeli produk dari Rumah Makan Basuo maka akan membuat tingkat penjualan Rumah Makan Basuo menjadi semakin meningkat. Dengan demikian Rumah Makan Basuo bisa menjadi lebih maju dan lebih baik lagi.

Sebuah produk yang di hasilkan oleh produsen menjadi berharga karena adanya nilai yang di pandang oleh konsumen, karena nilai yang terkandung dalam suatu produk akan memberikan kepuasan psikis kepada konsumen dalam memanfaatkan produk tersebut. Nilai ini dapat bersumber dari citra atau merk barang tersebut, sejarah, reputasi produsen, dan lain-lain.

Produk yang dihasilkan Rumah Makan Basuo memiliki citra yang baik di kalangan konsumen hal itu terbukti dari banyaknya konsumen yang memilih membeli produk Rumah Makan Basuo, itu karena dalam memproduksi saya benar-benar mengutamakan kualitas, salah satunya dengan membersihkan tempat pembuatan dan membuat produk Rumah Makan Basuo secara higienis.

Di era sekarang, banyak rumah makan yang berdiri, dalam memenuhi kebutuhan konsumen rumah makan menyediakan menu yang berbagai macam untuk menarik minat dari konsumen dan menyesuaikan dengan selera konsumen. Setiap rumah makan mempunyai ciri khas yang di tonjolkan dari segi kualitas produk dan harga yang bermacam-macam. Di daerah Jambi sendiri sudah banyak rumah makan yang berdiri salah satunya Rumah Makan Basuo, rumah makan

simpang alay, rumah makan pesisir, rumah makan aroma cempaka dan berbagai macam rumah makan lainnya. Berikut Adalah Rumah Makan Basuo yang memiliki nilai plus dimata pelanggan.

Tabel 1.1
Daftar Rumah Makan Di Kota Jambi
Berdasarkan Peminatan Konsumen

No	Top Rumah Makan	Jumlah Orang	Presentase
1	Rumah Makan Basuo	4	20%
2	Rumah Makan Pusako Duo	3	15%
3	Rumah Aroma Cempaka	3	15%
4	Rumah Makan Sederhana	3	15%
5	Rumah Makan Pak Haji Munir	2	10%
6	Rumah Makan Dengeng Batokok Kerinci	1	5%
7	Rumah Makan Simpang Alay	1	5%
8	Rumah Makan Pesisir	1	5%
9	Rumah Makan Patamuan Baru	1	5%
10	Rumah Makan Putri Kembar	1	5%
Total		20	100%

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan survei awal terhadap 20 orang pada konsumen dan penikmat makanan, mereka mengatakan Rumah Makan Basuo memiliki kualitas lebih baik dari segi rasa yang khas, dan harga yang terjangkau dari pada toko yang lainnya karena kualitasnya yang di utamakan dan memiliki menu yang sesuai selera konsumen, sedangkan toko yang lain kualitasnya masih kurang memuaskan dikarenakan dari sisi harga yang lebih tinggi dan rasa yang belum mampu membuat konsumen puas.

Obek dalam penelitian ini adalah Rumah makan basuo. Rumah Makan Basuo adalah salah usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menu makanan rumahan yang dibandrol dengan harga murah dan bersahabat bagi kantong konsumen, *Rumah Makan Basuo* beridiri pada Tahun 1997 yang beralamat di

Jl. Kapten Pattimura No. 66 STM Bawah, Kota Jambi, *rumah makan* Basuo telah berdiri sejak 26 tahun yang lalu dan cerita proses perkembangan tempat *rumah basuo* tersebut sangat menarik. Di tempat kuliner yang lainnya belum ada yang menawarkan menu rumahan dengan masakan padang, makan, dan lauk pauk dengan harga yang bersahabat. Berikut adalah tabel daftar cabang *rumah makan basuo*:

Tabel 1.2
Daftar Menu Makanan dan Minuman Rumah Makan Basuo

Menu	Harga
Nasi Ayam Kampung	21.300
Nasi Sayur	8.700
Nasi Ikan sayur	12.000
Nasi Rendang	15.000
Nasi Ayam Gulai	12.000
Ayam Goreng	8.900
Nasi Dendeng	15.000
Ikan Patin Goreng	9.000
Ayam Sambal Hiaju	9.000
Ikan patin goring	8.900
Ikan lele goring	8.900
Ayam bakar	8.900
Kepala Ikan Patin Gulai	8.900
Es Dogan Murni	15.000
Dogan Susu	17.500
Jus Alpukat	12.500
Jus Tomat	12.500
Aneka Mix Jus	15.000
Jus Buah Naga	12.500

Sumber: Rumah Makan Basuo (2023)

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa banyak menu yang tersedia di Rumah Makan Basuo dengan harga yang bervariasi dan masih terjangkau. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu royal pada Rumah Makan Basuo. Berikut adalah data yang menunjukkan jumlah pelanggan pada Rumah Makan Basuo.

Tabel 1.3
Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Basuo
Periode Tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Perkembangan (%)
1	2018	3.244	
2	2019	4.644	43,16
3	2020	3.545	(23,67)
4	2021	5.256	48,30
5	2022	5.471	4,09
Total		22.160	-

Sumber: *Rumah Makan Basuo (2023)*

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan jumlah konsumen yang menjadi pelanggan Rumah Makan Basuo dalam 5 tahun. Dimana terjadi kenaikan jumlah konsumen dari tahun 2018 sampai 2022, yaitu sebesar 3.244 menjadi 5.471, dan pada tahun 2020 konsumen Rumah Makan Basuo mengalami penurunan menjadi 3.545 hal ini terjadi karena pandemic covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan pekerjaan dari rumah dan adanya pembatasan sosial bersekala besar. Permasalahan kepuasan konsumen ini terus dikaji sampai dengan dituliskan penelitian ini untuk mengukur seberapa banyak promosi yang telah dilakukan oleh pihak Rumah Makan Basuo untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Berikut ini adalah wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Rumah Makan Basuo untuk mencari data keluhan konsumen pada tahun 2022:

Tabel 1.4
Keluhan Konsumen Rumah Makan Basuo

No	Keluhan
1	Kurang teliti dalam melakukan pengiriman, contohnya pengemasan yang basah
2	Porsi kurang banyak
3	Kuah dan sambal terlalu dikit bagi pesanan yang dibungkus
4	Sayurnya kurang matang, terutama sayur pucuk ubi

Sumber: *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat dilihat dari jawaban responden mengenai keluhan, dengan melakukan wawancara terhadap 10 responden masih ada

responden yang merasa kurang maksimal dalam terpenuhinya kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang telah diberikan oleh Rumah Makan Basuo, dimana terdapat konsumen merasa kurang puas terhadap pesanan yang dilakukan melalui online, konsumen kurang puas terhadap pengemasan yang dilakukan oleh Rumah Makan Basuo, konsumen merasa kurang puas terhadap pengolahan makanan yang disediakan dan kurang puas terhadap olahan sayur yang kurang matang oleh Rumah Makan Basuo. Pelanggan akan membandingkan kualitas produk dan harga yang akan membuat mereka puas. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Basuo, secara tidak langsung pelanggan yang merasa puas akan mempromosikan produk tersebut kepada orang lain dengan menceritakan pengalamannya, sehingga akan meningkatkan jumlah pelanggan Rumah Makan Basuo.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan konsumen diantaranya: Listiawati, Raden Irna Afriani dan Tuti Solehan (2017), Fauzi, Sarlo, Kenny, Hutagaol dan Samvara (2019), Septian dan Asro (2020), mengungkapkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan keluhan dan promosi tersebut yang telah dilakukan, maka Rumah Makan Basuo masih kurang maksimal dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Untuk itu butuh perhatian yang khusus dalam menangani keluhan konsumen tersebut agar konsumen dapat merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Basuo. Berangkat dari latar belakang tersebut,

peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai Promosi terhadap Kepuasan Konsumen yang tertuang dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Basuo Kota Jambi”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Dengan berkembangnya bisnis Rumah Makan di Kota Jambi, menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan untuk menentukan tempat makan yang akan dikunjungi dan mencoba menu-menu dan rasa yang baru.
2. Konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan dan penyajian makanan yang disediakan oleh Rumah Makan Basuo
3. Masih ada ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen diantaranya porsi sambal yang kurang banyak bagi pesanan yang dibungkus, pengemasan yang basah, sayur yang kurang matang terutama sayur pucuk ubi

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal di atas yang menjadi permasalahan akan dikaji dalam penelitian ini adalah dan tertuang dalam rumusalah masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Rumah Makan Basuo?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Basuo?

3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Basuo?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mendeskripsikan gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen Rumah Makan Basuo
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk dan Harga secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Basuo
3. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas Produk dan Harga secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Basuo

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan dan menambah kajiian tentang ilmu manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan sebagai pelengkap dan pembanding bagi pihak perguruan tinggi khususnya dalam manajemen pemasaran dan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk melakukan penelitian yang serupa.

