

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha kuliner dewasa ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti semakin banyak pengusaha kuliner yang merambah di berbagai tempat. Hal tersebut mengidentifikasikan bahwa intensitas persaingan dalam bisnis kuliner semakin kuat. Jenis kuliner seperti ini biasanya berada dilokasi-lokasi yang strategis. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis kuliner memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspetifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakanya.

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.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pembelian. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama suatu produk diterima di pasar. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian

masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu.

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. Lupiyoadi dalam Sudarmanto dan Wekke (2018:30) menjelaskan faktor-faktor yang ikut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosi, harga dan biaya.

Memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus dapat menetapkan harganya secara tepat. Kotler (2016:278) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Sudut pandang perusahaan, harga merupakan komponen yang berpengaruh terhadap laba perusahaan, karena tingkat harga yang ditetapkan harus sebanding dengan kualitas dari suatu produk yang akan dijual dipasar. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai pengukur nilai dari manfaat yang dirasakan terhadap barang atau jasa yang pada akhirnya juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya di sesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki

suatu produk yang ditawarkan.

Faktor harga jual yang terjangkau, kualitas produk, yang baik dianggap perlu untuk meningkatkan kepuasan konsumen warung makan. Dengan harga jual yang terjangkau diharapkan dapat dijadikan dasar atau patokan dari konsumen untuk membeli makan yang enak dan sesuai selera pada suatu warung makan, disamping dengan adanya kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

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 pada sejumlah 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).

Era sekarang, banyak warung 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 warung makan mempunyai ciri khas yang di tonjolkan dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang bermacam-macam. Di Jambi sendiri sudah banyak warung makan yang berdiri khususnya di daerah Solok Sipin. Berikut data warung makan yang berada di daerah Solok Sipin Kota Jambi.

Tabel 1.1
Hasil Survey Awal Kepada 20 Orang
Warga Kota Jambi

No	Nama Warung Makan	Jumlah Konsumen (Orang)	Presentase (%)
1	Warung Makan Mas AL	8	40
2	Dendeng Batokok	5	25
3	Langkisau	4	20
4	Bagindo	3	15

Sumber: *Data Diolah, Wawancara (2024)*

Berdasarkan tabel 1.1, survei awal terhadap 20 orang pada konsumen dan penikmat makanan, 8 orang konsumen atau 40% dari seluruh jumlah responden memilih Warung Makan Mas AL, 5 orang atau 25% dari total reponden memilih Warung Makan Dendeng Batokok, 4 orang atau 20% dari total responden memilih Warung Makan Langkisau dan 3 orang atau 15% dari total responden memilih Bagindo. Artinya Warung Makan Mas AL memiliki kualitas lebih baik dari segi rasa, dan harga yang diberikan dengan konsep prasmanan, yang membuat konsumen dapat memilih dan mengambil sendiri sesuai selera masing-masing dengan harga yang terjangkau dari pada warung makan yang lainnya.

Objek dalam penelitian ini adalah Warung Makan Mas AL. Warung Makan Mas AL adalah salah usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menu makanan rumahan, dengan konsep prasmanan dan dibandrol dengan harga murah dan bersahabat bagi kantong konsumen. Lokasi yang strategis dekat dengan Sekolah Menengah Atas dan tempat – tempat kerja membuat Warung Makan Mas AL diminati oleh masyarakat sekitar yang terdiri dari para pelajar dan karyawan–karyawan yang bekerja di daerah Solok Sipin. Warung Makan Mas AL beralamat di Jl. Soemantri Bojonegor, Solok Sipin, Kota Jambi. Warung Makan Mas AL telah

berdiri sejak 7 tahun yang lalu dan cerita proses perkembangan tempat Warung Makan Mas AL 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 dan konsep prasmanan. Berikut adalah tabel daftar menu Warung Makan Mas AL:

Tabel 1.2
Daftar Menu dan Harga Makanan di Warung Makan
Yang berdiri di Solok Sipin Kota Jambi

Warung Makan	Jenis Makan	Harga
Mas AL	Nasi Ayam Bakar	15.000
	Nasi Ayam Goreng	14.000
	Nasi Ayam Gulai	15.000
	Nasi Ikan Nila	14.000
	Nasi Ikan Tongkol	15.000
	Nasi Ikan Tongkol Asam Padeh	16.000
	Parkedel	5.000
	Rendang	17.000
	Nasi Ikan Patin	15.000
	Dendeng Batokok	Nasi Ayam Bakar
Nasi Ayam Goreng		14.000
Nasi Ayam Gulai		16.000
Nasi Ikan Nila		13.000
Nasi Ikan Tongkol		17.000
Parkedel		5.000
Rendang		19.000
Langkisau		Nasi Ayam Bakar
	Nasi Ayam Goreng	15.000
	Nasi Ayam Gulai	15.000
	Nasi Ikan Nila	14.000
	Nasi Ikan Tongkol	15.000
	Parkedel	5.000
	Rendang	18.000
Bagindo	Nasi Ayam Bakar	16.000
	Nasi Ayam Goreng	16.000
	Nasi Ayam Gulai	15.000
	Nasi Ikan Nila	14.000
	Nasi Ikan Tongkol	15.000
	Parkedel	6.000
	Rendang	18.000

Sumber: Data Dioalah (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa banyak menu yang tersedia di 4 Warung Makan yang berada di Solok Sipin, dimana Warung Makan Mas AL memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan warung makan yang lainnya, dengan harga yang bervariasi dan masih terjangkau. Ditambah konsep prasmanan yang dimana konsumen dapat makan sepuasnya dengan hanya membayar sebesar Rp. 15.000. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu royal pada Warung Makan Mas AL. Berikut adalah data yang menunjukkan jumlah pelanggan pada Warung Makan Mas AL.

Tabel 1.3
Data Jumlah Konsumen Warung Makan Mas AL
Periode Tahun 2019-2023

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Perkembangan (%)
1	2019	7.200	-
2	2020	10.800	50,00
3	2021	10.080	(6,67)
4	2022	11.160	10,71
5	2023	14.400	29,03
Rata-Rata		13.360	16,61

Sumber: *Warung Makan Mas AL (2024)*

Berdasarkan Tabel 1.3, menunjukkan jumlah konsumen yang menjadi pelanggan Warung Makan Mas AL dalam 5 tahun. Terjadi kenaikan jumlah konsumen dari tahun 2019 sampai 2023, yaitu sebesar 7.200 menjadi 14.400, dan pada tahun 2021 konsumen Warung Makan Mas AL mengalami penurunan menjadi 10.080 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 Warung Makan Mas AL untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Berikut

ini adalah wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Warung Makan Mas AL untuk mencari data keluhan konsumen pada tahun 2023:

Tabel 1.4
Keunggulan Produk Warung Makan Mas AL

No	Keunggulan
1	Menggunakan Konsep prasmanan, konsumen bebas memilih lauk pauk sendiri
2	Ayam goreng paling laris, karena menggunakan bumbu serundeng
3	Ayam bakar yang memiliki cita rasa yang khas dengan bumbu yang meresap.
4	Ikan Tongkol asam padeh, dengan rasa asam dan pedasnya yang pas

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat dilihat keunggulan dari hidangan yang tersedia pada Warung Makan Mas AL, dimana konsep prasmanan menjadi salah satu ciri khas dari Warung Makan Mas AL, dengan hidangan yang paling laris adalah Ayam Goreng yang menggunakan bumbu serundeng, Ayam Bakar, dan Ikan Tongkol Asam Padeh yang dimana menurut konsumen rasa pedas dan asamnya sangat pas, sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dalam menikmati hidangan yang tersedia. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan oleh Warung Makan Mas AL, secara tidak langsung pelanggan yang merasa puas akan mempromosikan produk tersebut kepada orang lain dengan menceritakan pengalamannya, sehingga akan meningkatkan jumlah pelanggan Warung Makan Mas AL. Selain dari keunggulan terdapat pula keluhan yang dirasakan oleh konsumen melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen Warung Makan Mas AL untuk mencari data keluhan konsumen pada tahun 2023:

Tabel 1.5
Keluhan Konsumen Warung Makan Mas AL

No	Keluhan
1	Tidak tersedianya pesan antar online
2	Porsi kurang banyak bagi yang dibungkus
3	Warung Makan Hanya Memasang Nama Menu Tanpa Foto
4	Pelayanan kurang memuaskan

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.5 diatas dapat dilihat dari jawaban responden mengenai keluhan, dengan melakukan wawancara terhadap 20 responden masih ada responden yang merasa kurang maksimal dalam terpenuhinya kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang telah diberikan oleh Warung Makan Mas AL, dimana tidak tersedianya pesan antar, konsumen kurang puas makanan yang dibungkus dari segi porsi yang kurang banyak, konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan dari Warung Makan Mas AL. Pelanggan akan membandingkan kualitas produk dan harga yang akan membuat mereka puas.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh produk dan harga terhadap kepuasan konsumen diantaranya, Yulia (2020), Deviana dan Bruno (2022), Ferdinand (2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mohamad dan Devi (2019) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan data keunggulan dan keluhan yang telah diperoleh dari hasil survey, maka Warung Makan Mas AL 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 Warung Mas AL. 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 Warung Makan Mas AL Kota Jambi”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Jumlah konsumen pada tahun 2021 mengalami penurunan hal ini dikarenakan pada tahun 2021 Indonesia mengalami dampak dari covid-19.
2. Konsumen merasa kurang puas, karena Warung Makan Mas AL tidak menerima pesan antar online
3. Masih ada ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen diantaranya porsi sambal yang kurang banyak bagi pesanan yang dibungkus.
4. Daftar menu makanan tidak memperlihatkan gambar dari makanan yang tersedia.

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 pada Warung Makan Mas AL?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mas AL?

3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mas AL?

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 pada Warung Makan Mas AL
2. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas Produk dan harga secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mas AL
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk dan harga secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mas AL

1.5 Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

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