

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Dimana subsektor ini dapat diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah serta pemasaran produk tersebut di Indonesia. Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat (Horry, 2019). Sehingga menyebabkan Persaingan yang setiap tahun semakin ketat akan menuntut para pelaku usaha untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka dalam menarik konsumen, mempertahankan produk untuk menangani para pesaingnya serta berbagai strategi dilakukan agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi pesaingnya (A Izzarifa, 2021).

Adapun peneliti melakukan penelitian variabel yang dapat diperhatikan oleh para pelaku usaha yaitu Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan. Menurut Kotler (2001:124) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa, Para pelaku usaha diharapkan bisa membuat suatu harga dengan Keterjangkauan, Kesesuaian, Daya saing harga, dan Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2014) Adapun Promosi adalah semua aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan

dan mempromosikan produk pada target pasar (Kotler, 2007). Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa, tujuan promosi memperoleh perhatian, menididik, mengingatkan dan meyakinkan calon pelanggan (Buchari, 2011) ditambah dengan adanya diskon, potongan harga, dan bonus pembelian dapat meningkatkan kepuasan bagi pelanggan (Aprisal, 2017). Dan juga Kualitas Pelayanan adalah unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Rendy et al., 2015) Sehingga Perusahaan tidak tertinggal dalam persaingan, maka perlu adanya kepuasan pelanggan, agar pelanggan merasa puas. Menurut Kotler, (2009) kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual atau penyedia barang atau jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri.

Kehidupan yang sejahtera menjadi keinginan setiap orang untuk memenuhi hasrat ekonominya berupa segala kebutuhan baik sandang, pangan dan papan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Upaya yang dapat ditempuh yaitu dengan mendirikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat ber-peran dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Jumlah UMKM di Indonesia yakni sebesar 64,19 juta, di mana komposisi Usaha Mikro dan Kecil sangat dominan yakni 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari keseluruhan sektor usaha. UMKM merupakan

pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. (Hasanuddin, 2021)

Dengan begitu besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Dr. Dora Kusumastuti, 2021).

Kota Bekasi terkenal dengan daerah industri, jarang terkenal dengan pariwisata atau pun kulinernya. Tetapi saat ini, Bekasi ingin terlihat lebih maju dengan kulinernya, Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari - hari, karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari - hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba tepat dan enak. Banyak yang menyukai jalan-jalan, bisa dipastikan juga menyukai kuliner.(Hurdawaty et al., 2017)

Banyaknya kuliner yang ada di Kota Bekasi, adapun kuliner yang tidak boleh ketinggalan untuk dinikmati yaitu Kuliner Ayam Bakar yang banyak ditemui baik di pinggir jalan maupun di restoran, sehingga kuliner ini menjadi menu favorit di Kota Bekasi. Perkembangan Ayam Bakar

cukup pesat di Kota Bekasi sehingga banyak para pelaku usaha yang memulai usahanya dengan membuka restoran Ayam Bakar.(Infobekasi.co.id, 2022)

Penulis melakukan penelitian di salah satu UMKM di Kota Bekasi yaitu Ayam Bakar Khas Padang yang berlokasi di Jln. Cendrawasih Raya No. 201, Kayuringin, Bekasi Selatan,17144. Ayam Bakar Khas Padang ini merupakan UMKM yang sudah beroperasi selama 3 tahun dimulai dari tahun 2020. Dalam menjalankan usaha tersebut berbagai cara telah dilakukan mulai dari Harga yang Kompetitif, Promosi dari mulut ke mulut, dan Kualitas Pelayanan yang dilakukan semaksimal mungkin, Agar terciptanya sebuah kepuasan bagi pelanggan. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengajukan skripsi yang berjudul **Analisa Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka ada empat rumusan masalah dalam penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”?

4. Antara Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan mana yang berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”.
2. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penyampaian informasi terhadap semua pihak yang terlibat adapun pihak yang terlibat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan utamanya dalam bidang ilmu manajemen terkait Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain

itu, diharapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan peneliti mendapatkan wawasan luas mengenai Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Diharapkan peneliti dapat mengimplementasikan teori dan ilmu yang sudah didapatkan selama proses perkuliahan khususnya di bidang Pemasaran.

b) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan, dijadikan referensi serta menyajikan informasi mengenai Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

c) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini berguna untuk memberikan informasi mengenai konsumen Ayam Bakar Khas Padang.

1.5 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bentuk ringkasan dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran umum permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab

ini menjelaskan latar belakang masalah berupa analisa Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan bentuk landasan teori dan penelitian terdahulu sebagai acuan dasar teori dan analisis. Dalam bab ini dikemukakan teori tentang Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan . Serta beberapa penelitian terdahulu yang Akan mendukung penelitian ini dan dalam pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan pembahasan mengenai gambaran populasi dan sampel yang akan digunakan, pengidentifikasian variabel-variabel Penelitian serta penjelasan mengenai cara pengukuran variabel-variabel tersebut. Selain itu juga dikemukakan teknik pemilihan data dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab berisi tentang profil, objek peneltian, pengujian, hasil analisis data, pembahasan hasil analisis, dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam pokok permasalahan.

BAB V : KESIMPULAN

Merupakan bentuk keterbatasan penelitian, dan saran pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang dilakukan dan saran dari hasil penelitian.