

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak usaha yang telah berkembang dengan pesat, hal ini karena adanya pemikiran yang kreatif dan inovatif. Bersamaan dengan pemikiran tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kepuasan konsumen. Pada umumnya, setiap usaha ingin mencari keuntungan, tujuan ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pemasaran. Memasarkan atau mempromosikan sendiri harus diperhatikan terlebih dahulu, sehingga lebih sesuai dengan tujuan pembeli. Karena pembeli akan mempertimbangkan beberapa faktor yang berbeda, termasuk kualitas produk dan kualitas layanan, sehingga pembeli merasa sangat puas dan lebih menyukai barang kita dari pada barang pesaing lainnya.

Produk punya arti penting bagi perusahaan karena tanpa produk, perusahaan tidak akan melakukan apa-apa dari usaha mereka. Pelanggan akan membeli barang jika tertarik dan merasa wajar, dengan demikian barang tersebut harus diubah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar barang tersebut bermanfaat. Dengan kata lain konsep produk adalah apapun yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memuaskan keinginan konsumen (Widiyono dan Pakkanna, 2013).

Salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang paling banyak diminati masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan penting bagi setiap orang. Hal ini terlihat pada perekonomian Indonesia pada tahun 2012 yang mengalami pertumbuhan di berbagai sektor. Pertumbuhan sektor perdagangan, restoran, dan hotel menjadi sektor tertinggi kedua mencapai 8,11% menurut sumber (www.bps.go.id).

Kepuasan pelanggan adalah hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Loyalitas konsumen adalah tingkat di mana kebutuhan, keinginan, dan asumsi pembeli dapat dipenuhi yang akan menyebabkan pembelian berulang atau

pembelian kembali (Band, 1991). Faktor utama yang membuat kepuasan konsumen adalah pameran spesialis yang biasanya dicirikan oleh sifat spesialis (Mowen, 1995)..

Menurut Kotler (2005:49) “Kualitas produk merupakan keseluruhan dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan”. Karena adanya kualitas produk yang tepat, hal itu dapat membuat para konsumen puas dan percaya.

Kualitas layanan diartikan sebagai penilaian pelanggan atas kistimewaan atau keunggulan beberapa produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998). Adanya kualitas layanan yang baik terhadap konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen. Karena upaya untuk mengatasi masalah dan keinginan pembeli serta ketepatan penyampaian dalam menyesuaikan asumsi pembeli. Akibatnya, kepuasan konsumen dapat diperkirakan tergantung pada unsur-unsur kualitas layanan, yakni bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati dan jaminan.

Jika kebutuhan pembeli terlaksana, maka pembeli akan lebih terpuaskan. Perusahaan harus memiliki metode untuk memperluas kepuasan konsumen dengan tujuan agar pembeli terus membeli barang secara konsisten. Pembelian yang konsisten menyiratkan bahwa pembeli memiliki loyalitas terhadap barang yang dijual. Ada Salah satu restoran kuliner di Bekasi yang menghadapi persaingan di dunia usaha tersebut adalah sate sosis dan seafood bangdoy, yang berada di Jalan kusuma raya blok c7 no.1 Arenjaya Bekasi Timur. Sate sosis dan seafood bangdoy merupakan restoran kaki lima

Usaha kuliner ini menjual sate sosis dan sate seafood dengan 11 varian seperti fisrol, sosis sapi, kornet, dan lain-lain yang dijual dengan cara dibakar dan digoreng. Untuk menarik minat konsumen, pemilik usaha menyediakan berbagai macam pilihan saos seperti saos pedas, saos tomat, mayonnaise, saos keju, dan saos barbeque. Kuliner sate sosis dan seafood bangdoy memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang cukup, walaupun terkadang konsumen merasa kecewa karena pada saat pembelian, barang yang ingin dipesan tidak tersedia, hal ini berarti masih kurangnya stok pada penjualan dan konsumen juga mengeluhkan beberapa keluhan dalam kualitas layanan seperti kepekaan terhadap kondisi konsumen. Hal ini

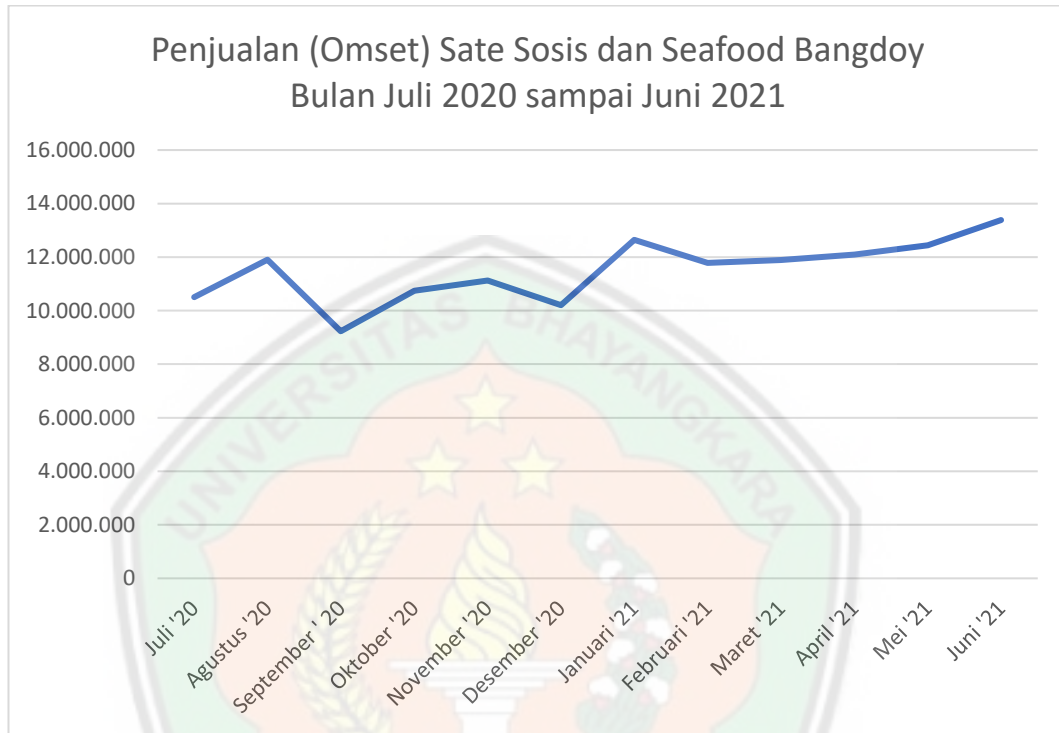
tampak saat konsumen ingin meminta/request sesuatu, tetapi pelayan kurang peka menanggapi sehingga konsumen menjadi kebingungan. Dan yang kedua meliputi tempat parkir yang kurang memadai. Karena lokasi penjualan berada di pinggir jalan raya. Sehingga konsumen yang membawa kendaraan besar agak ragu untuk berhenti karena takut menutupi jalan bagi yang lewat. Hal ini menjadi penilaian konsumen yang menganggap kurangnya layanan dalam keramahan/kepekaan pegawai dan fasilitas parkir yang kurang memadai. Dengan melihat permasalahan ini, peluang bisnis kuliner ini masih sangat besar dan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner, maka penulis meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sate sosis dan seafood bangdoy

Dengan meningkatnya persaingan yang ada, usaha sate sosis dan seafood bangdoy melakukan beberapa strategi agar tetap terjaganya kualitas – kualitas pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy. Adapun data penjualan omset pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy dari bulan Juli 2020 sampai bulan Juni 2021 dapat dilihat pada tabel 1.1

Bulan	Penjualan Omset (RP)	Kenaikan/ Penurunan Penjualan (RP)	Persentase
Juli 2020	10.500.000	-	-
Agustus 2020	11.900.000	1.400.000	13,33
September 2020	9.230.000	- 2.670.000	-22,43
Oktober 2020	10.750.000	1.520.000	16,46
November 2020	11.125.000	375.000	3,48
Desember 2020	10.200.000	-925.000	-8,31
Januari 2021	12.640.000	2.440.000	23,92
Februari 2021	11.780.000	-860.000	-6,80
Maret 2021	11.890.000	110.000	0,93

April 2021	12.100.000	210.000	1,73
Mei 2021	12.440.000	340.000	2,80
Juni 2021	13.385.000	945.000	7,59

Sumber: Data penjualan Sate Sosis dan Seafood Bangdoy bulan Juli 2020 – Juni 2021 (diolah)



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Omset Bulan Juli 2020 sampai Juni 2021

Berdasarkan tabel dan gambar grafik diatas terlihat bahwa penjualan di sate sosis dan seafood bangdoy pada periode bulan Juli 2020 hingga Juni 2021 mengalami fluktuasi. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juni 2021 yaitu sebesar 13.385.000 dan penjualan terendah terjadi pada bulan September 2020 yaitu sebesar 9.230.000. Penurunan penjualan tersebut kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya kualitas produk dan kualitas layanan yang menurun dan berjalan tidak sesuai fungsinya, sehingga menyebabkan penjualan tidak maksimal.

Dengan demikian peneliti melakukan prasarvei dan berpendapat bahwa adanya suatu masalah yang timbul selama prasarvei yang dilakukan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, salah satunya mencakup kesediaan berbagai macam menu produk yang terbatas. Hal ini tampak saat konsumen ingin membeli salah satu macam produk tersebut tetapi produk tersebut sudah habis, dan akhirnya konsumen membatalkan untuk membeli karena pilihan produknya tidak tersedia.
2. Kualitas Layanan, beberapa mencakup seperti kepekaan terhadap kondisi konsumen. Hal ini tampak saat konsumen ingin meminta/request sesuatu, tetapi pelayan kurang peka menanggapi sehingga konsumen menjadi kebingungan. Dan yang kedua meliputi tempat parkir yang kurang memadai. Karena lokasi penjualan berada di pinggir jalan raya. Sehingga konsumen yang membawa kendaraan besar agak ragu untuk berhenti karena takut menutupi jalan bagi yang lewat. Hal ini menjadi penilaian konsumen yang menganggap kurangnya layanan dalam keramahan/kepekaan pegawai dan fasilitas parkir yang kurang memadai.

Berdasarkan prasurvei dan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis serta membuktikan apakah faktor Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Sate Sosis dan Seafod BangDoy.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang masih kurang memadai kuantitas macam produknya, karena terbatasnya ketersediaan macam produk, yang menyebabkan konsumen membatalkan untuk membeli karena produknya habis.
2. Kualitas layanan yang diberikan penjual yang masih kurang peka terhadap konsumen
3. Lokasi yang kurang memadai untuk tempat parkir karena lokasi dipinggir jalan dan lahan parkir yang kurang luas.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sate sosis dan seafood bangdoy?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyusunan penulis hanya akan membahas :

1. Tempat objek penulis yang akan diteliti hanya di sate sosis dan seafood bangdoy.
2. Proses analisa kepuasan konsumen tersebut diukur berdasarkan faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini adalah menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Sosis dan Seafood Bangdoy. Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sate sosis dan seafood bangdoy.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai pemenuhan tugas akhir dan menggabungkan penerapan informasi yang telah dipelajari di kampus, dengan membandingkan hipotesis dan kenyataan di lapangan, dan menambahkan pengetahuan ke dalam kasus nyata di dunia usaha.

2. Bagi Usaha Sate Sosis dan Seafood Bangdoy

Dapat mengetahui faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan yang penulis teliti apakah akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada usaha sate sosis dan seafood bangdoy.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengobservasi langsung Usaha Sate Sosis dan Seafood Bangdoy yang berlokasi di Jl. Kusuma Timur Raya blok C7 no.1 RT01 RW03 Kelurahan Arenjaya Kecamatan Bekasi Timur, guna mendapatkan data yang valid. Dan penelitian dilaksanakan mulai dari awal bulan April 2021 sampai dengan bulan Juni 2021.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan yang penulis gunakan untuk menutupi seluruh substansi karangan yang digambarkan oleh setiap bab. Sistematika penulisan dibuat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang pemilihan judul, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang dasar-dasar dan landasan teoritis yang berhubungan dengan pengertian pemasaran, konsep pemasaran, pengertian jasa, klarifikasi dan karakteristik jasa, pengertian kualitas produk, pengertian kualitas pelayanan, dan pengertian kepuasan konsumen.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang mengenai uraian dan langkah-langkah dalam penelitian dan gambaran rangka berpikir penulis dengan melakukan penelitian dari awal hingga selesainya sebuah penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan data yang sudah dicantumkan pada bab sebelumnya guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Pembahasan bab ini melibatkan data yang di dapat dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah uraian tentang kesimpulan dan saran yang didapat setelah melakukan analisis dan pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

