

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

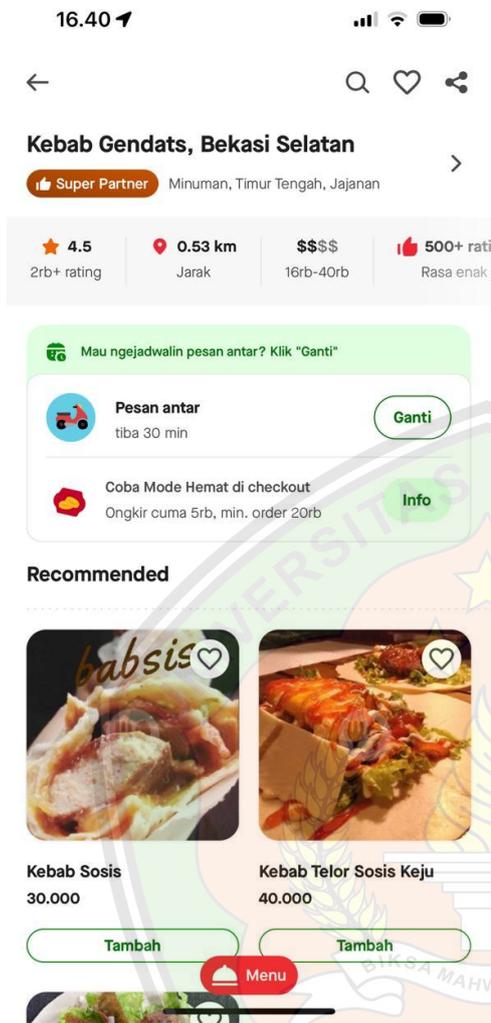
Persaingan bisnis di Indonesia saat ini membuka peluang dan tantangan bagi pengusaha yang beroperasi di tanah air. Peluang untuk memperluas pada produknya, dan tantangan untuk dapat bersaing dengan pengusaha yang bergerak di bidang yang sama. Untuk itu, pengusaha harus senantiasa berinovasi dan menentukan strategi pemasaran yang tepat agar perluasan pasar produk bagi pengusaha dapat tercipta dan pengusaha mampu bersaing sehingga tujuan pengusaha dapat tercapai. (Sutarman, 2019)

Menciptakan peluang usaha dibidang kuliner merupakan salah satu bentuk usaha yang berpotensi dalam rangka mendapatkan laba yang besar dan bisa mendapatkan sebuah nilai potensial keuntungan dilingkungan perkotaan. Belakangan ini kuliner yang sifatnya inovatif dan mengenyangkan serta memiliki rasa yang berbeda dan banyak digemari oleh kalangan anak-anak , Remaja sampai orang tua. Salah satu usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan di bidang kuliner salah satunya adalah penjual kebab. (Saridewi & Siregar, 2020)

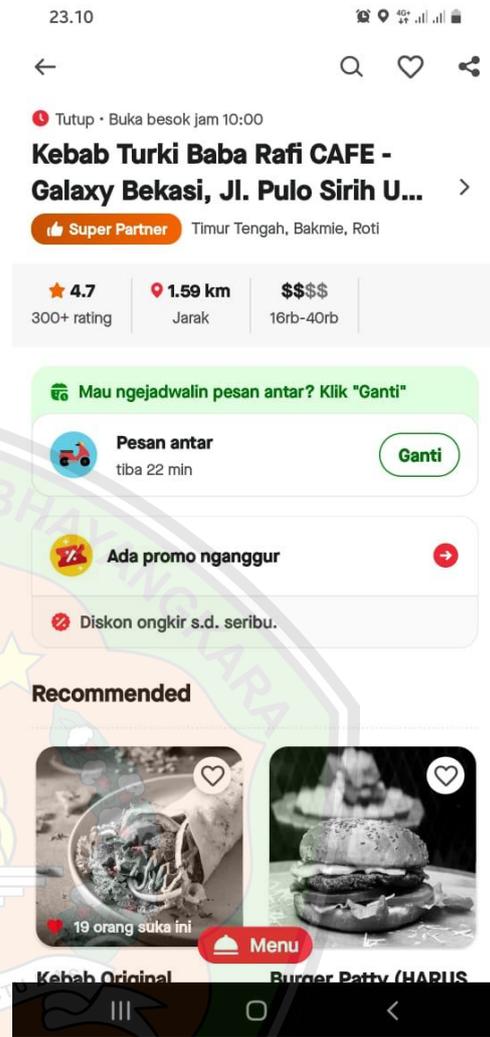
Makanan ini menjadi salah satu jenis makanan yang diminati banyak orang karena dapat mengenyangkan dan tidak jarang orang mengonsumsi Kebab jika sedang tidak ingin makan yang berat seperti Nasi oleh karena itu sering kali kita menemukan usaha Kebab di berbagai lokasi . Salah satunya ada Kebab Gendats di daerah Bekasi Selatan. Kebab Gendats adalah salah satu makanan yang terbilang

baru dan unik dikarenakan memiliki perbedaan di antara pedagang Kebab lainnya, yang membedakan Kebab Gendats karna isian topping dia yang menggunakan *beef patty* ada juga yang menggunakan topping mie goreng dan telur. Sehingga produk Kebab Gendats mampu memberikan kreasi yang menarik dan berbeda dari penjual Kebab lainnya. (Saputra & Khasanah, 2022)

Adapun fasilitas yang dimiliki oleh Kebab Gendats yaitu makan ditempat sedangkan Kebab Baba Rafi hanya untuk dibawa pulang. Dari aspek penilaian yang diberikan oleh *customer* melalui *online rating* Kebab Gendats memiliki penilaian lebih unggul dibandingkan dengan Kebab Baba Rafi. Menu yang dimiliki oleh Kebab Gendats memiliki varian yang lebih banyak dibandingkan Kebab Rafi, salah satu menu yang membedakan Kebab Gendats dengan Kebab Baba Rafi yaitu Kebab Mie Goreng Telur Keju. Berikut perbandingan penilaian Kebab Gendats dan Kebab Baba Rafi pada Go-Food;



Gambar 1. 1 Penilaian Kebab Gendats pada Go-Food



Gambar 1. 2 Penilaian Kebab Baba Rafi Pada Go-Food

Sumber: Go-food Data Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 dan gambar 1.2 dapat dilihat perbandingan penilaian terhadap Kebab Gendats memiliki *rate* 4.5 dengan jumlah penilai sebanyak 2.000+ , sedangkan pada Kebab Baba Rafi memiliki penilaian sebanyak 4.7 dengan jumlah penilai 300. Dapat disimpulkan bahwa, kebab gendats memiliki *rate* lebih tinggi daripada Kebab Baba Rafi.

Tabel 1. 1 Nominal Pengeluaran Per Bulan

No	Bahan	Volume	Harga
1	TORTILA	300 PACK	Rp 7.500.000
2	SELADA	124 KG	Rp. 1.200.000
3	DAGING	124 KG	Rp. 6.500.000
4	TELOR	100 KG	Rp. 2.500.000
5	MINYAK	30 L	Rp. 1.500.000
6	SAOS SAMBAL	30 KARTON	Rp. 3.660.000
7	SAOS TOMAT	60 PACK	Rp. 720.000
8	SOSIS	100 KG	Rp. 5.000.000
9	MIE	10 PACK	Rp. 1.200.000
10	MAYONES	12 KARTON	Rp. 2.979.504
11	KERTAS KEBAB	15RIM	Rp. 880.000
12	BOX KEBAB	7500 BOX	Rp. 4.950.000
TOTAL			Rp.38.589.504

Sumber : Data Pengeluaran Kebab Gendats Bulan Agustus-September 2023

Berdasarkan tabel 1.1 terlampir data pengeluaran Kebab Gendats dalam per bulan yang dimana jumlah keseluruhan per bulan akan dijadikan acuan target pemasukan untuk mencapai target penjualan.

Berikut adalah data hasil penjualan Kebab Gendats secara *Online* dan *Offline* selama 2 bulan terakhir.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Kebab Gendats Agustus-September 2023

No	Bulan	Penjualan <i>Offline</i>	Penjualan <i>Online</i>
1.	Agustus	Rp 12.826.000	Rp 59.303.028
2.	September	Rp 13.220.000	Rp 54.926.245

Sumber : Data Peneliti (2023)

Berdasarkan table 1.2 penjualan kebab gendats melalui *online platform* (gojek, grab-food, dan shopee food) lebih tinggi dibandingkan pembelian *offline* atau datang langsung ke tempat dikarenakan penjualan melalui *online platform* lebih efisien dan pada saat waktu tertentu konsumen dapat menikmati promosi dari *platform online* tersebut berupa potongan harga seperti gratis ongkos kirim dan semacamnya.

Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survey dari konsumen Kebab Gendats Bekasi Selatan

No	Pernyataan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak
1.	Pelanggan merasa puas dengan harga kebab gendats terjangkau dan sebanding dengan rasanya	30	1	85,8%	14,2%
2.	Pelayanan di kebab gendats cepat, ramah, dan memuaskan	27	4	87,1%	12,9%
3.	Kebab gendats menyediakan pemesanan jarak jauh dengan kualitas yang baik	18	13	41,9%	58,1%
4.	Kemasan makanan kebab gendats menarik perhatian konsumen karna dikemas dengan rapih	30	1	96,8%	3,2%
5.	Kebab gendats memiliki variasi rasa yang beragam dan enak	25	6	80,6%	19,4%

Sumber : Hasil Pra-Survey Peneliti (2023)

Berdasarkan table 1.3 hasil *pra-survey* yang telah dilakukan peneliti dengan melibatkan 31 Pelanggan Kebab Gendats yang sudah melakukan pembelian ulang sebanyak 2-3 Kali. Dapat di simpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan harga

yang di tetapkan karena masih terjangkau dan sebanding dengan rasa yang diberikan. Kebab Gendats juga memiliki pelayanan yang cepat, ramah serta memuaskan konsumen. Kebab Gendats juga menyediakan pemesanan jarak jauh dengan kualitas yang baik dengan di dukung oleh kemasan yang dikemas dengan rapi sehingga kesimpulan dari hasil *pra-survey* yang telah dibuat untuk membuktikan bahwa pelanggan merasa puas dengan hasil produk dan juga kepuasan Kebab Gendats.

Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama dalam bisnis modern saat ini, pengusaha yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan cenderung mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang sudah berjalan. (Sianturi et al., 2021). Pada bisnis kuliner para pengusaha harus dituntut untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui produk makanan atau minuman yang mereka jual kepada pelanggan, perubahan dinamika bisnis, pertumbuhan yang pesat dari teknologi, dan persaingan yang ketat membuat perusahaan harus lebih responsif dalam memberikan kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan. (Riska et al., 2023)

Kepuasan pelanggan tidak hanya sekedar indikator performa bisnis, tetapi menjadi kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menciptakan citra yang positif di dalam bisnis. (Cesariana et al., 2022).

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Sustiyatik, 2020). Kepuasan Pelanggan Menurut (Kotler & Keller, 2008) secara umum kepuasan adalah senang

atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Maka dari itu, rasa kepuasan terhadap produk tentunya akan menghasilkan loyalitas kepada perusahaan jika perusahaan dapat memberikan kualitas layanan dan cita rasa yang dapat memuaskan konsumennya.

Penyebab pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk adalah dengan memilih makanan yang harus dibedakan dalam hal rasa makanan dan manfaat yang di dapatkan oleh konsumen saat membeli produk, dengan demikian cita rasa menjadi salah satu faktor utama untuk kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha kuliner dalam memberikan cita rasa yang baik. Namun, sebaliknya jika suatu produk cita rasanya belum sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan membelinya. (Nursal et al., 2022)

Kepuasan pelanggan menjadi hal kritis dalam dunia bisnis, khususnya bisnis kuliner. Pemahaman yang mendalam tentang bisnis kuliner dengan mencapai kepuasan pelanggan pun hal yang krusial untuk setiap pengusaha karena dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan menciptakan hubungan yang berkepanjangan dengan pelanggan dan dapat mempertahankan pangsa pasar. (Surahman & Winarti, 2021)

Adapun penelitian sebelumnya, menurut (Sianturi et al., 2021) menunjukkan bahwa variabel cita rasa yang disediakan berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen. Namun, ada penelitian yang tidak sejalan, menurut (Wuntu, 2019) cita rasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor yang dapat memicu pelanggan tetap ramai. Menurut Wahidah (2010) dalam (Sianturi et al., 2021) cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, dan tekstur. Semakin lezat dan semakin disukai es krim tersebut, akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dimana jika pelanggan merasa puas terhadap cita rasa yang ditawarkan oleh pengusaha produk es krim, maka pelanggan akan semakin loyal terhadap produk es krim yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan adalah suatu keberhasilan dari sebuah para pelaku usaha, karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan nilai lebih terhadap para konsumen dan juga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan perusahaan yang bisa saling bekerja sama, sehingga, penilaian konsumen menjadi salah satu kesenjangan antara harapan konsumen dari cepatnya sebuah layanan yang dipandang berkualitas dan evaluasi yang diberikan konsumen berdasarkan pelayanan riil yang mereka rasakan. (Fitriani et al., 2022)

Menurut (Wuntu, 2019) Konsumen pandai memilih tempat makan yang menurut mereka layak untuk dipilih sebagai salah satu tempat untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari, dilihat rasa serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh tempat tersebut.

Adapun penelitian sebelumnya, menurut (Nizar Alam Hamdan, 2017) menyatakan bahwa Kualitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Express Jakarta. Namun ada yang tidak sejalan. Menurut (Maimunah, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menunjukkan berpengaruh negatif serta tidak signifikan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya melalui jurnal dengan variable yang relevan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang tidak memiliki pengaruh, perbedaan waktu penelitian yang berbeda dengan demikian menjadikan alasan peneliti melakukan penelitian ini.

Dasar masalah dari kepuasan pelanggan saat ini yaitu cepatnya perubahan preferensi pelanggan yang membuat pengusaha terhambat dalam mendapatkan informasi, tingkat persaingan yang tinggi membuat pengusaha harus berkompetensi dalam menciptakan produk yang memiliki inovasi dan kreatifitas agar dapat menarik perhatian pelanggan (Nizar Alam Hamdan, 2017).

Oleh karena itu Kebab Gendats cukup tertantang untuk meningkatkan strategi penjualan dari Kebab Gendats dengan meningkatkan cita rasa produk makanan kebab gendats dan kualitas pelayanan dari karyawan dari Kebab Gendats demi terciptanya kepuasan pelanggan dari Kebab Gendats.

Dengan dilakukannya penelitian ini peneliti mengetahui seberapa puas pelanggan Kebab Gendats di Bekasi Selatan jika diukur melalui variable yang telah peneliti tentukan melalui statistic atau data berupa angka yang akan peneliti sebarakan melalui kuesioner dan diolah menggunakan *software* atau aplikasi pengolahan data. Penelitian ini pun dapat menjadi evaluasi untuk Kebab Gendats agar dapat meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan pembisnis kebab lainnya.

Berdasarkan latar belakang dan alasan yang terjadi tersebut penulis tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul **"Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas**

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut;

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kebab Gendats di Bekasi Selatan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ada Produk Kebab Gendats di Bekasi Selatan?
3. Apakah Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kebab Gendats di Bekasi Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan nantinya dapat bermanfaat bagi pihak yang mempunyai kepentingan, bagi;

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan dari segi ilmu pemasaran yang penulis pelajari, khususnya mengenai variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat menambah wawasan bagi pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian.

c. Bagi Akademis

Untuk mendapatkan wawasan dan informasi dari lingkungan kampus atau luar kampus, yang dapat bisa dijadikan bahan atau acuan penelitian selanjutnya yang dilakukan dikemudian hari.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti membatasi masalah yang akan terarah pada aspek yang diteliti, maka penelitian membatasi masalah yang akan diteliti yaitu kepada pelanggan Kebab Gendats di Bekasi Selatan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tulisan ini dibagi menjadi lima bab untuk mempermudah dan menerangkan materi penulisan diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian hal-hal yang melatar belakangi alasan penulis mengambil tema mengenai Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kebab Gendats Di Bekasi Selatan, selain itu penulis menguraikan tujuan serta manfaat dan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka memaparkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan tema skripsi yang diangkat, selain itu juga menampilkan penelitian-penelitian terdahulu dengan tema dan variabel yang berkaitan sehingga dapat dijadikan acuan atau landasan.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi mengenai penjelasan atau variabel (definisi operasional variabel), penjelasan mengenai jenis data dan dari mana sumber data didapatkan mengenai metode pengumpulan data dan bagaimana metode yang digunakan untuk menganalisis data.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi artikel penelitian terdahulu dan buku atau *e-book* yang relevan untuk menjadi acuan pendukung teori penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi lampiran-lampiran yang terdapat pada BAB I sampai BAB IV.