

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Eranya saat ini bermacam-macam usaha Indonesia perkembangan cepat dari bisnis *mainstream* sampai unik. Pandangannya BPS jumlah UMKM pada 2020 hingga 64 juta. Contohnya, industri kuliner menunjukkan perkembangan yang cukup mengesankan di Indonesia. Maka, kuliner perannya krusial meningkatkan kunjungan pengunjung. Maka, kulinernya pun sebagai identitas kota sekaligus mempromosikan wisata.

Salah satunya bisnis berkembang merupakan sambal kemasan. Melansir bisnisukm.com, usaha sambal kemasan ialah macam bisnis bermodal sedikit tetapi memiliki potensi keuntungannya besar. Sambal pada kemasan tengah digemari publik karenanya praktis dan tidak memerlukan waktu lama menyajikannya. Dan kemudian menarik pelanggan usaha sambal kemasan tidak sulit. Sehingga, kesempatan usaha sambal kemasan dapat menjanjikan bila kita menggunakan cara pemasaran tepat (Rahayu et al., 2021). Tujuan dari UMKM tersebut membangun kemandirian publik agar bisa mengembangkan potensi lingkungannya sekitar pada program UMKM ini (Siahaan et al., 2022).

Dimulai sejak bulan Juli 2023, Usaha Sambal galak grand wisata di Bekasi. Ketika pemilik usaha mempunyai kegemaran dan kecintaan memasak membuat sambal pada keluarga dan kerabatnya. Seiring berjalannya waktu, munculnya ide

memproduksi sambal dengan konsep prasmanan ala bahan sambal buatan rumahan, tanpa pengawet dan sederhana. Untungnya pada masa digital sekarang, keperluan mencari barang apapun mudah dijalankan dan menggunakan situs belanjanya serta sosial media maupun situ belanja *e-commerce*. Awalnya muncul nama *brand* “Sambal Galak” terinspirasi dari akronim Galak dari Bekasi, ditambah lagi pengingat peristiwa beberapa masa silam terkait Bekasi menjadi “korban” risak/*bully* pada ranah jaringan internetnya.

Maka, kemudian situasi awalnya modal dengkul maupun *bootstrap* bisnis rintisan muncul menggunakan pola sistem ramping/*Lean Strategy* sebagai strategi pemasaran serta *product testing*. Kami tidak pernah membentuk produk contoh/*tester* berbeda kemasan ataupun isinya, kami membagikan produk Sambal Galak Grand Wisata sama kemasan, berat, dan mutu sama dengan dijual serta mengutamakan rekomendasi dan umpan balik / *review* masukannya dari konsumen Sambal galak agar menjadi acuan pengembangan usaha tersebut. Usaha ini menyiapkan bermacam-macam menu olahannya daging bebek dan ayam goreng dan 2 jenis varian rasa utama yang berbeda, yaitu sambal manis pedas dengan terasi dan sambal galak asli pedas grandwisata. Sambal galak mempunyai satu kelebihan dan dinikmati pelanggan, yaitu menu bebek yang berbeda dari para pesaing lainnya. Menu ini adalah olahannya bahan baku daging bebek goreng dengan racikan bumbu khas dan dikombinasikan dengan sambal galak. Dalam beberapa bulan terakhir, Sambal Galak Grand Wisata memiliki jumlah pengunjung yang awalnya cukup stabil dan terus mengalami peningkatan serta adanya penurunan berdasarkan tabel bawah ini.

**Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Sambal Galak Grandwisata di Bekasi
(Juli - September 2023)**

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	150 Pengunjung
Agustus	350 Pengunjung
September	250 Pengunjung
Oktober	260 Pengunjung
November	300 Pengunjung
Jumlah Pengunjung	1310 Pengunjung

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi

Berdasarkan tabel 1.1, bahwa usaha kuliner sambal galak grand wisata memiliki total pengunjung selama 5 bulan 2023 sebanyak 1310 pengunjung. Terjadi peningkatan Juli 2023 sebanyak 150 pengunjung hingga Agustus 2023 sebanyak 350 pengunjung merintis usaha dan bulan berikutnya mengalami penurunan September 2023 sebanyak 250 pengunjung, lalu bulan oktober sebanyak 260 pengunjung dan november sebanyak 300 pengunjung kembali meningkat pengunjung sambal galak. Pertumbuhan dan kestabilan jumlah pengunjung sambal galak grandwisata awalnya meningkat dan tiba-tiba mengalami penurunan drastis. Selain itu, dapat juga dilihat dari hasil penjualan menu makanan yang dikombinasikan dengan sambal galak grandwisata yang ditunjukkan tabel ini.

**Tabel 1. 2 Data Penjualan Sambal Galak Grandwisata di Bekasi
(Juli - September 2023)**

Bulan	Jumlah Penjualan
Juli	350 pcs
Agustus	425 pcs
September	315 pcs
Oktober	330 pcs
November	360 pcs
Jumlah Penjualan	1780 pcs

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi

Berdasarkan hasil data yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa penjualan dari usaha sambal galak grandwisata di Bekasi baik makan di tempat (*dine in*) maupun *take away*, terjadi perbedaan signifikan dimulai dari bulan Juli sebanyak 350 pcs, bulan Agustus sebanyak 425 pcs dan penurunan bulan September sebanyak 315 pcs, kemudian oktober terjual 330 pcs dan november sebanyak 360 pcs. Hal ini dikarenakan jenis usaha kuliner UKM sambal galak grandwisata masih tergolong baru (*startup*), maka dimana harapan *owner* yaitu jumlah penjualan meningkat tiap bulannya minimal kisaran sebanyak 50 penjualan/bulannya malahan mengalami penurunan drastis.

Tabel 1. 3 Jumlah Penjualan/Pemesanan antara Dine In dan Take Away

Bulan	Jenis Pemesanan	
	Dine In	Take Away
Juli	245 pcs	105 pcs
Agustus	225 pcs	200 pcs
September	165 pcs	150 pcs
Oktober	185 pcs	145 pcs
November	235 pcs	125 pcs
Jumlah Pemesanan	1780 pcs	

Sumber: Pemilik Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi

Berdasarkan hasil tabel terkait total pemesanan ataupun penjualan antara *dine in* dan *takeaway* bahwa lebih banyak menghasilkan maupun keuntungan bagi usaha ialah konsep penjualan strategi *dine in* dikarenakan praktis, murah, dan efisien bagi konsumen. Sedangkan *takeaway* cukup banyak memerlukan biaya mulai dari ongkir, terkadang kualitas produk kurang segar dan higienis serta kurang efisien waktu bagi konsumen.

Menurut pemilik usaha Sambal Galak Grand Wisata mengungkapkan bahwa “terjadinya perbandingan signifikan antara *refund* dan strategi promosi melalui diskon yang berbeda jauh, dimana lebih besar konsumen meminta dikembalikan

uangnya dan banyak protes karenanya kualitas beberapa produk yang tidak sesuai harapan pelanggan.” Hal ini pun juga ditegaskan untuk mengukur kualitas pelayanan, produk dan kepuasan pelanggan melalui temuannya wawancara konsumen sambal galak grand wisata di Bekasi, mengungkapkan bahwa “masih belum terasa bumbu sambal galaknya dan kurang meresap serta daging bebeknya kurang empuk” dan narasumber lainnya mengatakan “masih kurang efektif dan efisien dalam melayani dan menyajikan makanan.” Karenanya hasil masakan bersifat *frozen food* sehingga menyebabkan ayam ataupun bebek mengalami penyusutan dalam proses memasaknya.

Menurut Menurut Estrada dan Wenagama dalam (Grandhis, 2022) produk baik diimbangi kualitas pelayanan optimal pada tingkatan keahlian perusahaan memberi harapannya konsumen terpenuhi keperluannya. Kualitas pelayanan dapat secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan karena mendorong pelanggan untuk berkomitmen pada barang dan jasa suatu perusahaan, yang berdampak pada pemasaran produk.

Sisi lain, selain kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu menciptakan kualitas produknya terbaik. Kualitas produk merupakan fitur dan kriteria produk mengacu keahlian memuaskan keperluan dinyatakan (Novel et al., 2022).

Selain itu, menurut Schiffman dan Wisenblit dalam (Rahayu et al., 2021) Kepuasan pelanggan mengarah persepsi konsumen terkait kinerja produk atau layanan kaitannya pada harapan mereka. Sehingga para konsumen memiliki daya tarik kepuasan untuk membelinya berulang kali datang ke lokasi sama.

Dalam hal ini, usaha kuliner Sambal Galak di Grandwisata masih belum memenuhi kepuasan pelanggan karenanya kualitas produk dan layanan rendah dan masih tergolong baru. Maka memotivasi peneliti melaksanakan studi agar mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sambal galak di grandwisata.

Dari fenomena sebelumnya, bisa disimpulkan membuat konsumen tidak puas pada produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi menurun ditawarkan Sambal Galak di Grand Wisata sehingga menyebabkan mereka enggan membeli kembali. Berdasarkan fenomena masalah yang terjadi, sehingga penulis hendak membuat penelitian berjudul tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakangnya telah dibahas, sehingga rumusan permasalahannya yaitu.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara perumusan masalahnya sebelumnya, sehingga tujuannya dalam penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sambal galak grand wisata

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaatnya bisa diperoleh daripada penelitiannya antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mampu memberi keuntungan para peneliti atau pelajar dalam bidang pemasaran ataupun non-bidang penelitian, maka studi mampu menjadikan penelitian relevan bagi studi tersebut;
 - b. Penelitian tersebut berfungsi untuk referensi atau bahan kajian bagi para kalangan akademik, mahasiswa, maupun pelajar khususnya aspek manajemen pemasaran pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan;
 - c. Dapat mempelajari strategi pemasaran terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- A. Untuk Perusahaan, bisa memberi kritik dan saran pada Usaha Kuliner Sambal Galak Grand Wisata tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan;
- B. Untuk Universitas, dapat menjadi bahan referensi atau pendukung bagi mahasiswa/I baik secara akademis maupun non-akademis bagi Kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, khususnya konsentrasi Manajemen Pemasaran;
- C. Bagi Mahasiswa, menjadi bukti fisik telah menyempurnakan skripsi terhadap FEB di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dapat berguna bagi peneliti menjadi syarat guna menerima gelar strata satu (S1) konsentrasi Manajemen Pemasaran di FEB.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam mendeskripsikan bagaimana karya tugas akhir, berikut sistem penulisan, berisikan informasi tentang topik dibahas pada bab.

BAB 1 : PENDAHULUAN

Memuat terkait latar belakang permasalahan, perumusan masalahnya, tujuannya penelitian, kegunaan studi dan juga sistematika penyusunan.

BAB 2 : TELAAH PUSTAKA

Menjelaskan kerangka pengetahuan mengenai teori-teori yang didapat dari literatur penelitian seperti buku teori dan jurnal ilmiah.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Memberikan penjelasan desain dan tahapan penelitian, model konseptual dan jenis data yang digunakan, serta pengertian operasional variabel dan skala penilaian, tempat dan waktu studi, populasi dan sampel, serta teknik untuk menganalisis informasi serta penguji hipotesis.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Menguraikan datanya diperlukan hasilnya uji studi menggunakan *Software SPSS* versi 26 dengan deskripsi hasil penelitian, deskripsi variabel penelitian, objek penelitian serta hasilnya dari analisis uji kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

BAB 5 : PENUTUP

Menjelaskan ringkasan dan implikasi manajerial dari studi ini. Dengan tujuan untuk memberikan saran dan rekomendasi bagi perusahaan serta studi berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**