

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

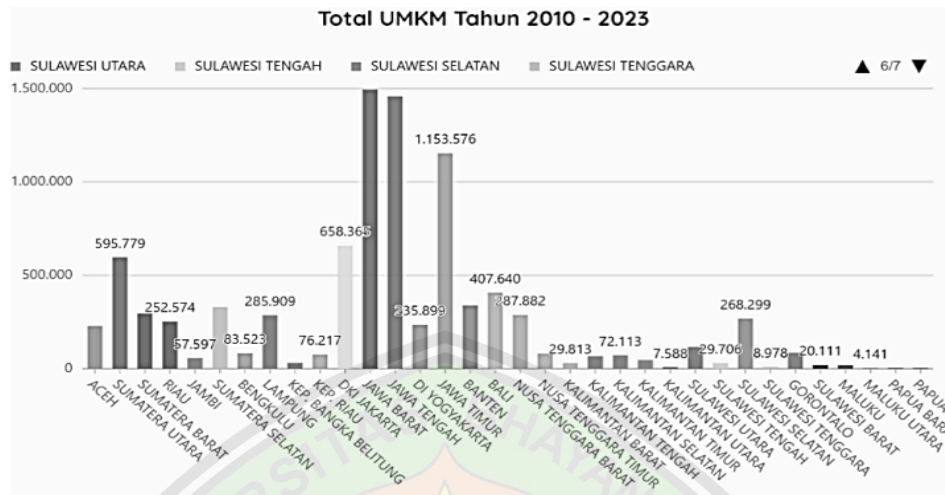
Indonesia saat ini memiliki perekonomian yang berkembang jauh lebih cepat dari sebelumnya. Perkembangan ini berakibat dari ekspansi sektor bisnis yang cepat, yang memotivasi lebih banyak pengusaha untuk memulai bisnis mereka dan mengembangkannya. Pemilihan strategi tepat yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat diterima untuk bersaing memenuhi permintaan pelanggan dengan berbagai cara dan membantu pengembangan bisnis. Pembangunan sangat penting karena akan menghasilkan hasil yang lebih baik dari yang telah dicapai sebelumnya dalam hal materi dan non-materi. Ini menunjukkan bahwa bisnis saat ini berkembang dengan sangat cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari setiap demografi.

Tabel 1. 1 Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2.28%	-0,70%	1,52%

Sumber : *Indonesian Chamber of Commerce and Industry*

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2022 terjadi penurunan pertumbuhan sebesar 0,70%, namun pada tahun 2023 terjadi peningkatan yang cukup pesat sebesar 1,52% dengan total jumlah UMKM sekitar 66.000.000.



Gambar 1. 1 Chart Total UMKM
Sumber : Kementerian Keuangan (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 pada provinsi Jawa Barat memiliki posisi tertinggi dengan menyentuh angka kurang lebih 1.500.000 UMKM, dikarenakan Jawa Barat memiliki potensi pasar yang besar, terutama terdapat kota-kota besar didalam nya seperti Bandung, Bogor dan Bekasi. Hal tersebut memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dan meningkatkan omset usaha, selain itu Jawa Barat memiliki infrastruktur yang memadai seperti jaringan transportasi dan teknologi informasi. Hal tersebut memudahkan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara *online* atau dikenal dimasyarakat melalui media sosial. Menurut Badan Pusat Stastistik (2023) Kota Bekasi merupakan salah satu bagian yang UMKM nya menunjukkan perkembangan pesat. Hal ini bisa dilihat dari jumlah perusahaan kecil yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan menengah dan besar. Jumlah perusahaan menengah dan besar yang bertahan di Kota Bekasi hanya 0,74% dari jumlah

seluruh perusahaan di Kota Bekasi. Sementara jumlah usaha kecil menengah mencapai 99,26% (Albert William et al., 2023).

Perkembangan bisnis kuliner berkembang pesat dari segi kuantitas dan juga kualitas. Restoran dan jualan makanan *online* adalah beberapa bentuk bisnis kuliner yang populer. Pertumbuhan bisnis diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia, namun akan menghadirkan dampak persaingan yang signifikan, terutama dalam bisnis penjualan makanan online.

Menurut Hasan dalam Pranitasari & Sidqi (2021) kepuasan dan ketidakpuasan adalah evaluasi setelah pembelian, dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, dan ketidakpuasan terjadi ketika hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan dilihat dari hasil yang dilakukan oleh penjual memenuhi keinginan pelanggan, sementara hal positif dapat terjadi jika kinerja sesuai atau melebihi keinginan pelanggan. Faktor faktor seperti lambatnya respon penjual dan kesalahan penyajian pesanan dapat menimbulkan dampak negatif bagi UMKM, sementara kecepatan proses dan pelayanan dapat menimbulkan hal positif untuk UMKM.

Dengan cara yang sama, JRA Kitchen mengalami kesulitan mempertahankan pelanggan setelah melakukan berbagai upaya untuk *survive* dan bersaing dengan bisnis kuliner lainnya yang sangat kompetitif. Cara yang harus dilakukan oleh JRA Kitchen dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat untuk *survive* untuk persaingan dengan UMKM lainnya dan meningkatkan keuntungan. JRA Kitchen merupakan salah satu UMKM yang

berada di Jatiasih, Bekasi selatan, Kota Bekasi yang menjual berbagai jenis produk seperti mie *chili oil*, pangsit pedas, burger, roti bakar, pisang bakar.

Tabel 1. 2 Data Penjualan JRA Kitchen 2024

Bulan (2024)	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
Pendapatan (juta)	2,73	2,65	2,78	2,82	2,85	2,83	2,93	3,15	3,07
Peningkatan (%)		-3%	5%	1%	1%	-1%	4%	8%	-3%
Total Peningkatan									12%

Sumber : Owner JRA Kitchen (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah pendapatan bertambah dari analisis visual terlihat bahwa penjualan mengalami peningkatan yang stabil. Persentase ini memberikan gambaran yang jelas tentang performa penjualan dari JRA Kitchen. Dalam kurun waktu Januari hingga September pada tahun 2024, terjadi peningkatan pendapatan sebesar 12%, persentase ini mengindikasikan performa penjualan yang baik dan konsisten selama periode tersebut, dari rata-rata penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk atau layanan yang di tawarkan oleh JRA Kitchen menciptakan kepuasan pada pelanggan.

Pada persentase data penjualan, terlihat bahwa terdapat fluktuasi kecil, sebesar -3% yang terjadi pada pendapatan bulan September 2024 namun secara keseluruhan tren penjualan menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa JRA Kitchen harus dapat meningkatkan dari segi kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga. Faktor inilah yang dapat menyebabkan pelanggan beralih ke UMKM lainnya yang mempunyai kelebihan dibandingkan UMKM sebelumnya.

Harga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang akan digunakan. Menurut Gunarsih (2021) harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki keuntungan dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh (haryoko, 2020) mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun terdapat hasil lain pada penelitian yang dilakukan oleh (Sumarsid, 2022) memberikan hasil bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Dengan Merk Lain

No.	Merek	Mie Chili Oil	Pangsit Pedas
1.	JRA Kitchen	12.000	12.000
2.	Mie KaLia	20.000	17.000
3.	DINYONG	11.000	11.000
4.	UENA	20.900	16.500

Sumber : olah data primer (2024)

Tabel 1. 4 Pra-survey mengenai harga

No	Pernyataan pra-survey	Jumlah			
		Setuju		Tidak	
1.	Harga yang ditawarkan JRA Kitchen terjangkau	14	70%	6	30%
2.	Harga yang ditawarkan JRA Kitchen sesuai dengan porsi yang diberikan	12	60%	8	40%
3.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa yang diberikan	11	55%	9	45%
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan	8	40%	12	60%

Sumber : olah data primer (2024)

Berdasarkan tabel 1.4, hasil *pra-survey* yang dilakukan oleh penulis terhadap 20 responden mengenai harga pada JRA Kitchen dengan mengajukan 4 pertanyaan. Dan dalam *pra-survey* tersebut terdapat hal-hal yang mendasari pelanggan dalam kepuasan di JRA Kitchen, responden yang menyatakan harga yang ditawarkan tidak terjangkau sebanyak 30%, responden yang menyatakan harga tidak sesuai dengan porsi sebanyak 40%, responden yang menyatakan harga tidak sesuai dengan cita rasa yang diberikan sebesar 45%, dan responden yang menyatakan harga yang diberikan belum sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sebanyak 60%.

Berdasarkan hasil *pra-survey* yang telah dilakukan bahwa dari data tersebut menyatakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga adalah faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Para pengusaha bisnis kuliner harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang sesuai dengan target konsumen, karena apabila ada kesalahan dalam menentukan harga itu akan mempengaruhi volume penjualan.

Selain harga, kualitas pelayanan juga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa senang jika mendapatkan pelayanan yang ramah dan sopan sehingga akan menimbulkan rasa kepuasan, selain itu ada beberapa pula konsumen yang merasa puas dengan mendapatkan pelayanan yang andal, ketersediaan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.

Tabel 1. 5 Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaaan	Jawaban (%)		Jumlah Responden	Target (%)
		Ya	Tidak		
1	Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik (<i>Tangible</i>)	35%	65%	20	100%
2	Apakah penjual memiliki sigap dan serius dalam menanggapi permintaan pelanggan (<i>Empathy</i>)	60%	40%	20	100%
3	Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat (<i>Responsiveness</i>)	25%	75%	20	100%
4	Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik (<i>Reliability</i>)	40%	60%	20	100%
5	Apakah penjual selalu menjaga kebersihan pada produknya (<i>Assurance</i>)	80%	20%	20	100%

Sumber : olah data primer (2024)

Pada tabel *pra-survey* terdapat 5 indikator yaitu *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*. Dimana pada indikator *tangibles* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah produk-produk dari JRA Kitchen sampai kepada pelanggan dalam keadaan baik atau tidak. Selanjutnya pada indikator *empathy* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual memiliki sigap dan serius dalam menanggapi permintaan pelanggan” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah para pelanggan JRA Kitchen mendapatkan tanggapan apabila terdapat permintaan. Pada indikator *responsiveness* terdapat mengenai “Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA

Kitchen merespon pelanggannya dengan baik dan cepat. Pada indikator *reliability* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA Kitchen menyajikan produk-produk nya didalam kemasan yang layak dan baik. Pada indikator *assurance* terdapat pertanyaan mengenai “Apakah penjual selalu menjaga kebersihan pada produknya” pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah JRA Kitchen selalu menjaga kebersihan baik di dalam toko maupun pesanan antar.

Berdasarkan tabel 1.5, Hasil *pra-survey* yang dilakukan oleh penulis terhadap 20 responden mengenai kualitas pelayanan pada JRA Kitchen dengan mengajukan 5 pertanyaan. Pertanyaan mengenai “Apakah produk saat sampai ke pelanggan dalam keadaan baik” dominan menjawab tidak setuju sebanyak 65%, persentase yang tinggi dari responden yang tidak setuju menunjukkan adanya kekhawatiran terkait dengan kondisi produk yang sampai. Terdapat isu masalah mengenai pengemasan, pengiriman, atau keamanan produk selama proses pengiriman yang perlu diperbaiki, pertanyaan “Apakah penjual merespon pelanggan dengan baik dan cepat” 75% responden menjawab tidak setuju, persentase yang signifikan dari responden yang tidak setuju menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap respon yang diberikan oleh penjual. Hal tersebut bisa disebabkan oleh lambatnya tanggapan, kurangnya kejelasan informasi, atau kesulitan komunikasi dengan penjual, dan pertanyaan “Apakah penjual selalu menyajikan makanan kedalam kemasan dengan baik” terdapat 60% yang menjawab tidak setuju, dengan persentase yang tinggi dari responden yang tidak

setuju menunjukkan perhatian terhadap persentase makanan dalam packaging. Terdapat masalah terkait dengan kualitas kemasan, kerapihan, atau keamanan makanan yang perlu mendapatkan perhatian lebih. Secara keseluruhan kualitas pelayanan di JRA Kitchen belum sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian JRA Kitchen perlu melakukan peningkatan terhadap faktor-faktor yang menciptakan kualitas pelayan yang sesuai dengan harapan konsumen. Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa upaya memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, baik terhadap barang maupun jasa, serta memberikan penyampaian yang memenuhi harapan konsumen disebut dengan kualitas pelayanan.

Hasil *pra-survey* menunjukkan bahwa pelayanan JRA Kitchen belum mencapai tingkat maksimal. Jika keluhan terkait produk dan pelayanan terus diabaikan tanpa adanya penanganan yang memadai, maka akan terdapat penurunan pada kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh JRA Kitchen sehingga memilih UMKM lain yang memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik. Permasalahan ini memiliki signifikansi yang penting dan membutuhkan perhatian serius. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi berbagai karakteristik yang terkait serta melakukan pengukuran kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yuwono, 2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dapat memberikan dampak untuk kepuasan pelanggan. Ditinjau dari fenomena yang telah disebutkan penulis merasa tertarik untuk memberikan solusi dan langkah konkret kepada JRA

Kitchen agar mereka dapat meningkatkan pelayanan dengan efektif. Hal ini bertujuan agar mereka berhasil dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan menerapkan perbaikan yang diperlukan. Penilaian kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu JRA Kitchen sebagai UMKM perlu untuk mengetahui penilaian kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dari JRA Kitchen agar dapat dijadikan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, tujuan peneliti adalah untuk menentukan apakah harga dan kualitas pelayanan menciptakan kepuasan pelanggan JRA Kitchen. Peneliti akan merancang penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus : UMKM JRA Kitchen)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka didapatkan rumusan masalah yakni :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan JRA Kitchen ?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penulisan rumusan masalah yang dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen.
3. Untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di JRA Kitchen.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai sarana implementasi ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.
 - b. Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan.
2. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Menyumbangkan referensi mengenai penerapan ilmu dibidang Hubungan Pelanggan.
 - b. Hasil penelitian ini memberikan informasi, masukan serta sumbangan pemikiran bagi mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian selanjutnya sesuai bidang keilmuan.
 - c. Terjalin nya kerja sama antara pihak UMKM dan perguruan tinggi.

3. Bagi Pihak UMKM JRA Kitchen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta masukan untuk melakukan pembaruan dan peningkatan dalam menerapkan sistem hubungan pelanggan.

1.5. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian Tugas Akhir disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian hal-hal yang melatar belakangi alasan penulis mengambil tema mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus : umkm JRA Kitchen)”.

BAB II TELAAH PUSTAKA

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai penjelasan atau definisi operasional variabel, penjelasan mengenai data dan dari mana sumber data didapatkan, mengenai metode pengumpulan data dan bagaimana metode yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran atau profil UMKM yang dijadikan sebagai objek penelitian, responden dalam penelitian, hasil analisis data dan pembahasan analisis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian yang dilakukan

