

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini semakin berkembang, banyak bisnis yang sering kita jumpai dari berbagai macam bidang, terutama dalam bidang kuliner. Bisnis kuliner banyak dijumpai untuk saat ini karena banyak diminati oleh masyarakat. Sehingga banyaknya bisnis kuliner tersebut membuat perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dan harus mampu untuk memenangkan persaingan. Perlu adanya strategi yang dilakukan perusahaan agar perusahaan dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat ditandai dengan adanya banyak bisnis kuliner yang menghasilkan produk yang sama tetapi harga dan kualitas produk beraneka ragam. Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu mengetahui dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding pesaingnya. Perlu diketahui oleh perusahaan tentang pentingnya membuat konsumen merasa puas dengan memberikan harga yang relatif murah dan kualitas produk yang baik.

Perkembangan industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat. Di Indonesia, berdasarkan data dari Badan Ekonomi dan Kreatif (BEKRAF) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp. 992 triliun pada tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. Bahkan, industri makanan dan minuman tetap bisa tumbuh sebesar 0,22% dari tahun sebelumnya (BEKRAF, 2020). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri kuliner mempunyai potensi besar di Indonesia untuk

terus berkembang. Meningkatnya industri kuliner di Indonesia, membuat para pelaku usaha harus memperhatikan faktor penting agar bisnis tersebut terus berkembang dengan baik terutama dalam hal menciptakan kepuasan konsumen, karena kepuasan menjadi hal yang utama bagi setiap perusahaan, tanpa konsumen perusahaan sulit untuk mempertahankan kelangsungan usahanya.

Kotler dan Armstrong (2008:69) dalam Hendratmoko (2019), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat karena memiliki dan atau menggunakan produk atau suatu jasa tertentu. Schiffman dan Kanuk (2007:173) dalam Rondonuwu dan Raintung (2016) menyatakan bahwa harga yang dirasakan adalah harga yang mempunyai pengaruh kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli, apakah itu harga yang tinggi/rendah dan harga yang wajar. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Woen dan Santoso (2021) bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika harga produktif relatif murah dan produk makanan yang ditawarkan dirasa sangat pas bagi konsumen, maka mereka akan merasa sangat puas dan memungkinkan untuk mengulangi pembelian lagi dikemudian hari.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menentukan pemilihan produk perusahaan. Pada dasarnya, konsumen lebih menyukai produk yang memiliki kualitas baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Woen dan Santoso, 2021). Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2012:346, dalam Lumintang dan Jopie J). Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Roselina

dan Niati (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja suatu produk atau jasa, sehingga kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu kualitas produk menjadi perhatian utama bagi perusahaan untuk memuaskan konsumen.

Menurut Chandra dan Tjiptono (2011:301) dalam Hendratmoko (2019) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika menyadari bahwa kebutuhan serta keinginan mereka telah sesuai dengan harapan dan terpenuhi dengan baik. Maka disimpulkan bahwa terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat dimana hubungan perusahaan dan pelanggan harmonis, menciptakan loyalitas pelanggan, serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Harga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan pembelian produk, suatu produk harus tepat dalam penetapan harga jualnya agar dapat diterima oleh konsumen dengan tanpa mengabaikan kualitasnya. Konsumen seringkali memilih produk dengan harga murah dan terjangkau meskipun manfaat yang didapat tidak terlalu memuaskan, akan tetapi masih banyak pula konsumen memilih produk dengan harga yang tinggi karena faktor kualitas yang memuaskan dan loyalitas terhadap produk tersebut. Dengan demikian, diperlukan strategi penetapan harga yang tepat dimana harga tersebut sesuai dengan kualitas produk suatu barang yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari segi kualitas produk juga menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum membeli, karena konsumen menginginkan kualitas yang baik pada produk yang telah dibeli.

Perusahaan dituntut untuk menawarkan produk dengan kualitas yang baik dan memiliki nilai lebih, sehingga terlihat berbeda dengan produk pesaing. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang, namun apabila kualitas yang dihasilkan tidak sesuai harapan maka konsumen akan beralih pada produk sejenis lainnya. Kualitas dianggap penting karena berpengaruh pada fungsi dan nilai produk. Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas baik.

Kepuasan konsumen menjadi tujuan dan kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dan harga terjangkau. Konsumen yang merasa puas akan cenderung menggunakan kembali produk pada saat kebutuhan yang sama muncul kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan menjadi faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti mendapatkan informasi bahwa konsumen merasa harga yang ditawarkan mahal dan terkadang tidak sesuai dengan porsi makanan yang dipesan. Sehingga harga yang ditawarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Selain itu, konsumen juga mengeluhkan kualitas produk yang disediakan oleh Omah Seblak Krenyeng masih biasa-biasa saja dan rasa makanan yang disajikan oleh Omah Seblak Krenyeng masih kurang pas dan terkadang berubah - ubah. Dengan demikian, kepuasan yang dirasakan oleh konsumen kurang maksimal sehingga perlu ditingkatkan lagi dalam memberikan harga dan kualitas produk agar terpenuhinya kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Semakin pesatnya perkembangan bisnis kuliner saat ini menjadi ancaman adanya persaingan bisnis pada bidang yang sama. Sehingga, banyak pelaku usaha mendirikan bisnis tersebut di Indonesia, salah satunya di Sidoarjo. Bisnis kuliner di Sidoarjo mengalami perkembangan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari masyarakat yang masih banyak menyukai makanan tradisional, khususnya makanan seblak. Makanan ini banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat dan menjadi santapan favorit terutama anak muda. Selain itu, makanan seblak identik dengan rasanya yang pedas, dimana sebagian besar orang Indonesia gemar menyantap kuliner dengan rasa yang pedas.

Salah satu usaha kuliner di Sidoarjo yaitu, Omah Seblak Krenyeng. Omah Seblak Krenyeng menjual makanan seblak yang memiliki cita rasa yang pedas, sehingga banyak digemari oleh masyarakat dan menjadi daya tarik khususnya pecinta makanan pedas. Adanya tingkat persaingan yang kompetitif, menjadi permasalahan bagi omah seblak krenyeng dimana harus mampu menciptakan strategi dalam hal kebijakan penetapan harga dan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat menimbulkan dampak positif bagi omah seblak krenyeng agar mampu lebih unggul dibanding pesaing lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo?

3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam bidang Manajemen Pemasaran serta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang sudah didapat dari perkuliahan.
2. Bagi Universitas PGRI Adibuana Surabaya
Hasil penelitian ini diharapkan memberikan referensi bagi mahasiswa lain dan penambahan ilmu pengetahuan khususnya bagi Manajemen Pemasaran, sebagai informasi tambahan bagi yang membutuhkan serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas PGRI Adibuana Surabaya.
3. Bagi Masyarakat
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat memberikan pengetahuan mengenai peningkatan kepuasan konsumen dalam hal usaha bisnis pada bidang kuliner.