

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, salah satunya di bidang bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia. Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*. Karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya. Aktivitas manusia saat ini yang begitu padat menyebabkan manusia mencari cara praktis dalam memenuhi kebutuhan pangan. Adapun cara yang ditempuh untuk memenuhi kebutuhan pangan salah satunya dengan memanfaatkan jasa kuliner. Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

“Tidak mengherankan jika industri kuliner saat ini tumbuh sangat subur. Ada beberapa hal yang mengindikasikan hal tersebut. Hal ini setidaknya terlihat dari pola konsumsi masyarakat yang mulai bergeser ke masakan dan minuman jadi. Pada tahun 2006 saat roadmap industri kreatif

disusun, sektor kuliner belum masuk menjadi salah satu bagian dari industri strategis yang akan dikembangkan. Hanya ada 14 subsektor yang menjadi perhatian utama pemerintah. Saat itu industri fesyen dan periklanan adalah penyumbang terbesar dalam pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. Namun pada tahun 2011, posisi itu bergeser dan digantikan oleh industri kuliner yang sudah masuk menjadi subsektor ke 15 dalam industri kreatif. Subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada 2011 atau sekitar Rp169,62 triliun. Baru kemudian diikuti fesyen dan periklanan”. (<http://beranda.miti.or.id/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>)

Indonesia yang memiliki keragaman jenis masakan daerah dengan harga bahan baku masakan yang relatif murah dan didukung oleh besarnya jumlah penduduk Indonesia, restoran atau rumah makan menjadi salah satu bisnis paling menggiurkan untuk diusahakan. Salah satu masakan daerah yang dijadikan usaha dan biasanya dikenal oleh masyarakat yaitu di daerah madiun dari sekian banyak kuliner khas Madiun salah satu yang terkenal yaitu pecel Madiun. Sekarang ini pecel Madiun tidak hanya berada di daerah asalnya saja melainkan juga berada dikota-kota lain dan salah satunya di Solo. Di kota Solo terdapat juga berbagai macam makanan kuliner khas Solo sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Mowen dan Minor, (2002:326) menyatakan bahwa

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan bisnis adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku loyal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut.

Sedangkan menurut Irawan H. (2003:3) “Kepuasan pelanggan merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa”. Pelanggan yang telah menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan akan menimbulkan persepsi yang sesuai dengan harapannya sehingga pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya dapat terpenuhi. Hal ini sejalan dengan pendapat menurut Tjiptono (2002:54)

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan merasa puas. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian berulang-ulang. Pembelian yang berulang-ulang pada suatu produk pada perusahaan yang sama dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas dan memiliki loyalitas terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi di rumah makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta tampak bahwa banyak pembeli yang berkunjung pada setiap harinya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan pemilik rumah makan tersebut yang menyatakan bahwa rata-rata pengunjung rumah makan pada setiap harinya sekitar 300 sampai 400 orang. Dengan banyaknya pengunjung tersebut bisa dinyatakan bahwa pelanggan pada rumah makan tersebut merasa puas. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh pramu saji yang sering memperhatikan pengunjung yang datang sudah berkali-kali menikmati sajian di rumah makan itu.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis berkeinginan untuk meneliti pengaruh kepuasan pelanggan di rumah makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta yang selalu ramai dikunjungi pembeli, terlebih lagi penulis ingin mengetahui yang menyebabkan pengunjung merasa puas dan ingin melakukan pembelian kembali ke rumah makan tersebut apakah pengaruh dari segi harga yang ditawarkan, produk yang disajikan, pelayanan yang menyenangkan serta tempat atau lokasi yang strategis karena berada ditepi jalan raya.

Memuaskan pelanggan merupakan keinginan setiap pengusaha sebab dengan memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis. Dengan mengetahui kebutuhan pelanggan maka menciptakan kepuasan pelanggan dapat dikatakan cukup penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui: (1) Produk (barang atau jasa), (2) Harga produk, (3) Lokasi usaha, (3) Strategi promosi, (4) Kualitas (5) pelayanan yang diberikan, (6) SDM handal, ramah dan sopan, (7) Pelayanan cepat dan tepat, (8) Bangun kepercayaan pelanggan dengan bukti nyata. (<http://bisnisukm.com/8-rahasia-sukses-untuk-menciptakan-kepuasan-pelanggan.html>)

Dari berbagai cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan diatas, harga, produk, tempat atau lokasi, dan kualitas layanan mempunyai pengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2002:151) berpendapat “agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa,

setiap perusahaan harus menetapkan harga dengan tepat”. Sebab pada umumnya pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif terjangkau sesuai dengan kemampuan pelanggan. Harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Amir dalam Dita Amanah (2010;77) berpendapat “produk sebagai apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan lebih memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang kualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli barang dengan harga yang relatif terjangkau dengan kualitas barang yang baik. Pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan, yang mampu meraih konsumen. Manfaat ini berkaitan dengan produk yang berkualitas. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap suatu produk semakin banyak juga produk yang terjual. Kotler (2000:41) “tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan kecewa. Namun bila kinerja diatas harapan, maka pelanggan akan merasa puas”.

Kualitas layanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta keuntungan bagi pengusaha. Menurut Hary (dalam Tjiptono,

2000:90) “Kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya dapat memenuhi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting dalam bisnis rumah makan. Banyaknya rumah makan di Solo membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk mempertahankan usahanya. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Dengan demikian akan menguntungkan bagi perusahaan, karena pelanggan yang merasa puas nantinya akan kembali lagi.

Ada beberapa faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan tempat atau lokasi. Pemilihan lokasi merupakan salah satu yang dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum membuka usahanya. Menurut Ma'ruf (2006:115) “suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun memiliki kesamaan yang serupa”. Lokasi usaha yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi usaha tersebut, memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen. Semakin strategis lokasi, maka akan semakin mempermudah para pelanggan untuk mengunjungi bisnis yang dijalankan. Sehingga tidak menutup kemungkinan bila para pelanggan akan sering mampir membelanjakan uangnya.

Kepuasan pelanggan dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun bisnis jasa. Keberhasilan strategi pemasaran suatu usaha dapat

dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan membutuhkan harga yang relatif terjangkau untuk mendapatkan produk atau jasa yang berkualitas. Selain harga dan produk yang berkualitas, kepuasan pelanggan juga ditentukan adanya sistem pelayanan yang mendukung disertai dengan tempat usaha yang strategis. Dengan kondisi seperti ini pelanggan akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, nyaman dengan pelayanan yang diberikan, dan dapat dengan mudah menjumpai tempat produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH HARGA, PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PECEL MADIUN LARIS MANIS JEBRES SURAKARTA”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi antara lain :

1. Keinginan dan harapan konsumen dapat menciptakan kepuasan pelanggan.
2. Harga yang terjangkau disertai dengan produk yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

3. Kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan pelanggan.
4. Tempat atau lokasi yang strategis memicu konsumen untuk membeli dan mendapatkan kepuasan pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka diperlukan pembatasan masalah.

Dalam penelitian ini pembatasan masalahnya sebagai berikut:

1. Harga dibatasi pada keterjangkauan konsumen untuk membeli.
2. Produk dibatasi pada kualitas produk dari segi rasa makanan.
3. Kualitas layanan dibatasi pada baik tidaknya pelayanan yang diberikan karyawan.
4. Tempat dibatasi pada lokasi yang strategis dan aman serta nyaman.
5. Kepuasan pelanggan dibatasi pada kepuasan pelanggan atas harga, produk kualitas layanan dan tempat.
6. Penelitian dilakukan pada pelanggan Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta?

2. Adakah pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta?
3. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta?
4. Adakah pengaruh tempat terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta?
5. Adakah pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, khususnya tentang pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Program Studi Pendidikan Akuntansi, Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu manajemen pemasaran.
- b. Bagi rumah makan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen.
- c. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh harga, produk, kualitas layanan dan tempat terhadap kepuasan pelanggan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan sistematika skripsi ini terdiri dari tiga bagian antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai kepuasan pelanggan, harga, produk, kualitas layanan dan tempat kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sabyek dan obyek penelitian, populasi, sampel dan sampling, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN