

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang mengalami pertumbuhan pesat, bahkan di saat krisis. Memang pada dasarnya pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang perlu dipenuhi, sehingga jika makan tetap menjadi prioritas utama maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang dengan kuat. Berkembangnya bidang kuliner menyebabkan semakin banyak bermunculan restoran baik itu restoran biasa maupun restoran cepat saji. Menu dan fasilitas yang ditawarkan juga terus berkembang, dari tempat yang didedikasikan semata-mata untuk menikmati masakan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran elegan yang menyajikan beragam menu unik dan elegan sesuai standar internasional. Kabupaten Buleleng merupakan salah satu kabupaten yang ada di Bali, sehingga tidak aneh jika banyak pelaku usaha kuliner dan restoran yang menyajikan masakan daging babi, khususnya babi guling. Babi guling merupakan masakan khas Bali yang digemari banyak orang dengan menggunakan daging babi yang diolah dengan bumbu khas Bali. Pada dasarnya babi guling dulunya digunakan dalam upacara keagamaan Hindu di Bali sebagai pelengkap upacara keagamaan, namun kini babi guling banyak dijual sebagai makanan lezat. Food court merupakan salah satu kawasan kegiatan yang berkembang pesat terutama pada saat krisis. Memang pada dasarnya pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang perlu dipenuhi, sehingga jika pangan selalu diutamakan maka industri kuliner akan terus berkembang dan tumbuh dengan

mantap. Perkembangan bidang kuliner menyebabkan munculnya banyak restoran, baik restoran biasa maupun restoran cepat saji. Menu dan fasilitas yang ditawarkan juga terus berkembang, mulai dari tempat yang didedikasikan hanya untuk masakan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran elegan yang menyajikan beragam menu unik dan lezat sesuai standar internasional. Kabupaten Buleleng merupakan salah satu kabupaten yang ada di Bali, sehingga tidak heran jika banyak pelaku usaha kuliner dan restoran yang menyajikan masakan daging babi khususnya babi guling. Babi guling merupakan masakan khas Bali yang digemari banyak orang. Menggunakan daging babi yang diolah dengan bumbu khas Bali. Pada dasarnya babi guling dulunya digunakan dalam upacara keagamaan Hindu di Bali sebagai pelengkap upacara keagamaan, namun kini babi guling banyak dijual sebagai makanan lezat dijadikan saran dalam membangun usahanya. Ada pendapat bahwa beberapa menu yang disajikan seperti sambal balung dan babi guling kurang rasa, harga yang ditawarkan meningkat dibandingkan sebelumnya, dan ukuran porsi juga dikurangi. Karena penilaian diatas masih belum jelas, maka penulis menambahkan hasil pendapatan masing-masing rumah makan Babi Guling.

Tabel 1.1

Data Pendapatan Rumah Makan Babi Guling Cokot dan Rumah Makan Babi Guling Jik Dewa.

No	Rumah Makan Babi Guling Cokot	Dalam (%)	Rumah Makan Babi Guling Jik Dewa	Dalam (%)
2019	Rp.163.331.000	20%	Rp. 140.567.000	27%
2020	Rp.133.014.000	16%	Rp. 98.880.000	19%
2021	Rp.140.635.000	17%	Rp. 97.967.000	18%
2022	Rp.173.785.000	22%	Rp. 89.473.000	17%
2023	Rp.196.790.000	25%	Rp. 86.923.000	16%
Total	Rp. 806.555.000	100%	Rp. 513.810.000	100%

Sumber : Pendapatan Pajak Tahunan Hotel dan Restoran BPKPD

Dari Tabel A.1.1 di atas menunjukkan pendapatan Rumah Makan Babi Guling Cokot dan Rumah Makan Babi Guling Jik Dewa dari tahun 2019 – 2023. Selisih dari pendapat Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja dengan Rumah Makan Babi Guling Jik Dewa sebesar Rp.292.745.000. angka selisih yang besar tersebut menjadikan Rumah Makan Babi Guling Cokot lebih unggul dengan Rumah Makan Jik Dewa dengan melihat pendapatan Rumah Makan tersebut. Penelitian ini menggunakan kuesioner awal yang melibatkan 10 responden untuk menjawab pernyataan yang diberikan dan menggunakan 2 variabel bebas yaitu kualitas produk dan persepsi harga dan menggunakan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Dari hasil yang diperoleh setelah melakukan kuisisioner terlihat bahwa isu 1 variabel kepuasan konsumen memperoleh nilai sebesar 3,7 dengan penanda harapan cukup berarti harapan konsumen yang digunakan untuk produk restoran Cocot Babi Guling telah terpenuhi. . Sedangkan untuk pernyataan kedua yaitu perhatian terhadap kunjungan ulang mempunyai nilai yang sama yaitu 3,7 yang berarti tingkat pembelian ulang pada Rumah Makan Cokot Singaraja Babi Guling cukup tinggi. Untuk variabel ketiga yaitu kemauan merekomendasikan nilainya sebesar 3,6 artinya tingkat rekomendasi konsumen kepada teman atau orang disekitarnya cukup tinggi. Indeks kepuasan pelanggan akhir memiliki nilai yang relatif tinggi yaitu 3,7 dengan indeks kepuasan pelanggan total yang relatif besar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Cokot Babi Guling cukup tinggi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Sundari (2022) dan Dwi Retno (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperjuangkan oleh industri, karena kepuasan pelanggan dapat meningkatkan

penjualan produk industri. Hasil kuesioner awal dengan menggunakan ilustrasi kecil variabel kualitas produk diperoleh nilai keseluruhan yang lebih jitu. Dalam pernyataan aslinya, ratingnya 3,6, yang cukup tinggi. Kemudian instruksi 2 sampai 4 mendapat nilai yang sama yaitu 3, 4, dijabarkan lagi. Tanda-tanda yang memberi nilai tambah adalah tekstur, aroma dan rasa. Peningkatan kualitas produk yang dijual di Restoran Cocot Babi Guling perlu dilakukan. Peningkatan kualitas produk dalam suatu perusahaan merupakan hal yang harus diupayakan oleh suatu industri, karena produk yang dijualnya harus mampu bersaing dengan produk sejenis. Persaingan ini biasa terjadi dalam dunia bisnis, produk yang memenangkan persaingan pangsa pasar akan terus dicari oleh konsumen, sebaliknya produk yang volume pembelian pangsa pasarnya menurun atau biasa disebut dengan a. produk yang kalah dari pesaingnya akan menghadapi penurunan pendapatan industri. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamdan (2023) dan Sumiyati (2020), kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil kuesioner pertama yang menggunakan variabel persepsi harga dengan partisipasi 10 responden memberikan hasil yang serupa. Pada pernyataan awal kita menemukan nilai 3,7 yang cukup tinggi. Mengingat pernyataan kedua bernilai 3, 3 dieja lagi. tanda kesesuaian harga dengan kualitas. Jalankan pernyataan ke 3-4 dan cari nilai yang sama, yaitu 3, 6 dengan tipe besar. Penetapan harga yang sepadan dengan kualitas yang dicapai dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam suatu industri. Dalam menetapkan harga, industri harus menentukan harga yang sesuai dengan target pasar. Harga merupakan label yang diberikan oleh industri pada suatu produk. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumiyanti (2020) dan Sundari (2022) ditemukan bahwa harga memegang peranan

penting dalam industri dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen timbul dari emosi konsumen, baik berupa kepuasan maupun ketidakpuasan yang muncul ketika suatu produk dibandingkan dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di rumah (Kotler dan Keller, 2016). Tanda-tanda kepuasan pelanggan ada 3, yaitu (1) Sesuai dengan harapan, (2) Perhatian terhadap pengembalian, (3) Kesiapan merekomendasikan dan (4) Kepuasan penuh. Peringkat Kepuasan Konsumen Restoran Babi Guling Cokot Kategori Besar. Indikasi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan kepatuhan terhadap harapan sangatlah kuat. Kualitas produk dan persepsi harga yang ditawarkan pada restoran Babi Guling Cokot yang diterapkan memberikan dampak tambahan terhadap bisnis restoran tersebut (Tjiptono, 2014). Kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan variabel kualitas produk dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Agus Herdian, dkk, 2023). Sebab (Tjiptono, 2016), kualitas Produk adalah kualitas yang mencakup upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan: produk, jasa, manusia, proses dan area. Kualitas adalah kondisi yang terus berkembang. Misalnya, apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap berkualitas lebih rendah di masa depan. Untuk Davis dan Navy (AL) (2018) melaporkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan mengukur (1) rasa, (2) tekstur, (3) aroma dan (4) kenampakan, (5) warna, (6) Suhu, (7) Melayani. Hasil kuesioner pertama dengan 10 responden di restoran Cocot Babi Guling. Variabel kualitas produk pada Rumah Makan Babi Guling Cokot tergolong Lagi

dengan hasil perhitungan sebesar 138 poin. Indikator ukuran porsi mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang diberikan pada saat makan akan memberikan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan suatu usaha (Saktiani; 2015), dengan hasil penelitian kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan.

Harga diasumsikan sebagai sejumlah uang yang dibayarkan atas sejumlah nilai yang diubah konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa (Alma 2013; 169). Dalam hal ini, harga dianggap sebagai jumlah uang yang ingin dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk dan mendapatkan manfaat dari konsumsinya. Hipotesis sinyal harga meliputi (1) keterjangkauan harga, (2). Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3). Harga sesuai dengan keahlian atau daya saing harga (4). Kesesuaian harga dengan kinerja. Hasil kuesioner awal menghubungkan 10 responden dengan restoran Cocot Babi Guling. Pada hasil perhitungan, variabel dummy harga memperoleh 139 poin dengan jenis yang lebih banyak. Berdasarkan hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga, isyarat persepsi harga yang paling menonjol dalam pemberian poin adalah harga berdasarkan keahlian atau daya saing harga. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Riski (2021) diketahui bahwa variabel persepsi harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung oleh Manus dan Lumanauw (2015; 697) yang melaporkan bahwa kesadaran harga memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, khususnya dimana alokasi kesadaran harga membantu Pembeli memilih produk dengan mempertimbangkan harga produk tersebut atau layanan dengan manfaat terbaik berdasarkan daya beli energi. Dalam hasil

pendapatan Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja pada tahun 2020 mengalami fluktuasi dan pada tahun berikutnya mengalami kenaikan secara bertahap, pada hasil kuesioner awal yang sudah dijawab oleh 10 responden, mendapatkan hasil masing masing variabel yaitu kepuasan konsumen dengan kategori tinggi, kualitas produk dengan kategori sedang, dan persepsi harga dengan kategori sedang. Menurut Salma (2018) menyatakan bahwa kenaikan pendapatan yang di sebuah perusahaan itu diakibatkan karena meningkatnya kualitas dari sebuah produk dan harga yang ditawarkan perusahaan masih bisaditerima oleh konsumen dan menurut Alma (2013:172) menyatakan persepsi harga dapat mempengaruhi penjualan produk di perusahaan yang berpengaruh sangat signifikan dikarenakan ketika konsumen akan membeli sebuah produk, cenderung melihat dan membandingkan harga dari produk tersebut dengan produk yang sama yang dijual di perusahaan lain. Maka penelitian ini akan meneliti “ Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Terjadinya persaingan bisnis yang sama sama memperoleh point dalam penilaian konsumen di google rating food sebesar 4,5 point antara Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja dan Rumah Makan Babi Guling Jik Dewa.

2. Meningkatnya penjualan yang dialami oleh Rumah Makan Babi Guling Cokot yang sebelumnya mengalami penurunan. Peningkatan pendapatan secara bertahap yaitu pada tahun 2021 – 2023.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini hanya memfokuskan pada pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakangi atasmakadapatdirumuskanmasalahsebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Babi Guling Cokot ?
2. Apakahpersepsihargaberpengaruhterhadapkepuasankonsumen Rumah Makan Babi Guling Cokot ?
3. Apakah kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Babi Guling Cokot.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini untuk menguji :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja.
2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja.
3. Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Babi Guling Cokot Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat penelitian ini adalah

1. Bagi Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu pemasaran yang di khususkan mengenai kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang di pertimbangkan sebagai faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka pengembangan