

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan yang semakin ketat pelaku usaha dituntut harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar tetap mampu untuk bersaing. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis usaha yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Menawarkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen dengan kualitas yang lebih baik dari produk lain dan juga berbeda dari produk lain, hal itu akan menjadi poin penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk atau jasa yang ditawarkan. Saat ini banyak pelaku bisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Sehingga konsumen mau dan rela kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan setia bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Septiani, 2018) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan tentang kinerja (hasil) produk. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang yang timbul karena produk yang dibeli sesuai dengan harapan. Adapun

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, (Setyobudi dan Bintoro, 2014) .

Tjiptono (dalam Utami: 2013) mengungkapkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen ke konsumen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dicari, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa produk tidak hanya sesuatu yang berwujud saja seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Lupiyoadi (dalam Safrizal: 2015) mendefinisikan Jasa adalah kegiatan atau tindakan yang diberikan atau yang dapat ditawarkan kepada pihak lain. Saat ini konsumen bukan hanya membeli produk saja, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat dari produk yang bersangkutan. Jadi perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pemasaran bukan kegiatan yang mudah dilakukan oleh setiap orang, butuh perencanaan dalam kegiatan tersebut agar bisa sesuai dengan harapan, seperti halnya dalam menentukan harga, selain ditinjau dari kualitas produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Menurut Kotler dan Armstong (dalam Ibrahim dan Thawil: 2019) Kualitas produk adalah gambaran bagaimana suatu produk dapat memenuhi harapan konsumen. Sedangkan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat-manfaat karena

memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong dalam Bilgies, 2016). Harga yang tinggi dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen merasa puas, sebaliknya, harga yang tinggi dengan kualitas yang rendah akan membuat konsumen merasa kecewa. Semakin banyaknya pesaing di dunia usaha bisa menjadikan penghambat dalam kegiatan menawarkan produk kepada konsumen, salah satu kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, (Puri, 2016). Dalam hal ini apabila perusahaan tidak memperbaiki kualitas produk dan jasanya maka untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen sangatlah mustahil. Sehingga keinginan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal akan sulit didapatkan, dan keberlangsungan hidup perusahaan pun akan terancam.

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, salah satunya adalah kebutuhan akan makanan dan minuman. Jika dilihat dari jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun, membuat kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan juga ikut meningkat. Hal ini dapat dilihat dari hasil sensus penduduk pada tahun 2000 yang berjumlah 206.264.595 juta jiwa mengalami peningkatan menjadi 237.641.334 juta jiwa pada tahun 2010, yang berarti rata-rata peningkatan jumlah penduduk pertahun dari tahun 2000 ke 2010 sebesar 1,54%, (https://id.wikipedia.org/wiki/Sensus_Penduduk_Indonesia_2010, 20 Oktober 2019). Dengan meningkatnya kebutuhan akan pangan tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang menguntungkan bagi masyarakat Indonesia. Salah

satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner saat ini menjadi salah satu bisnis yang paling menjanjikan untuk dijalankan, prospek usaha ini akan terus cemerlang mengingat kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia. Salah satu bisnis yang bisa dijalankan adalah usaha catering.

Usaha catering adalah bisnis yang menyediakan produk makanan, minuman, dan berbagai layanan lainnya, baik untuk pesta pernikahan, selamatan, khitanan, atau sebagai penunjang kebutuhan suatu instansi, sebagai pemenuhan kebutuhan guna memenuhi kepuasan konsumen. Catering merupakan salah satu bentuk usaha dari industri jasa, dimana produk utamanya adalah penyediaan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Di Indonesia seakan sudah menjadi suatu tradisi menggunakan jasa catering sebagai suatu kebutuhan hidup, mengingat semakin majunya zaman dan pola pemikiran yang berkembang membuat masyarakat lebih menginginkan segala sesuatu secara instan. Banyak masyarakat yang memesan jasa catering sebagai kebutuhan guna melancarkan suatu acara. Hal ini membuat persaingan di bisnis kuliner begitu ketat. Khususnya di kabupaten semarang, perkembangan usaha catering terus mengalami peningkatan. Dari situs (<http://telpon.info/katering/semarang/>, 20 oktober 2019) Saat ini jumlah catering yang ada semarang tercatat mencapai 170 catering. Salah satu catering yang berada di semarang adalah Kang Bagong Catering.

Kang Bagong Catering merupakan salah satu usaha dibidang kuliner dengan pengagasnya yaitu Ibu Hj. Kanthi Haryati Suparno. Bisnis catering ini berlokasi di jalan Sriwidodo Utara No. 105-108 Purwoyoso, Kecamatan Ngaliyan, kota

Semarang. Ibu Hj. Kanthi Haryati Suparno mengawali bisnisnya dengan menjual gorengan sekitar tahun 1984, yang diberi nama “Gorengan Sederhana”. Pendirian bisnis dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun, yang diimbangi dengan kebutuhan masyarakat akan pangan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang membawa segala sesuatunya kearah yang lebih praktis. Adanya perubahan pola konsumsi ditunjukkan oleh kecenderungan masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi makanan dan minuman cepat saji. Tidak dipungkiri lagi saat ini banyak masyarakat yang menyukai kemudahan dan kenyamanan dengan adanya makanan dan minuman cepat saji, sehingga jasa catering sangat membantu dalam hal itu. Melihat adanya peluang bisnis tersebut membuat Ibu Hj. Kanthi haryati Suparno untuk membangun bisnis catering. Perlu waktu dan tidak mudah, dengan kegigihan dan pantang menyerah, Kang Bagong Catering mulai dipercaya oleh masyarakat sekitar untuk melayani konsumen dalam jasa catering. Seiring berjalannya waktu Kang Bagong Catering mulai dikenal dan mulai dipercaya untuk melayani konsumen dalam jasa catering untuk wilayah semarang dan sekitarnya.

Setiap produsen selalu berusaha agar produk yang telah dihasilkannya dapat dibeli oleh konsumen dengan tingkat akhir dengan harga yang memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Dengan melalui produk yang dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan perusahaannya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap perusahaan harus memikirkan kegiatan pemasarannya, jauh sebelum produk dihasilkan sampai produk tersebut dinikmati oleh konsumen.

Kang Bagong Catering dalam kegiatannya menggunakan strategi bauran pemasaran 4P. Menurut Kotler dan Keller (dalam Hasrina: 2017) bauran pemasaran terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Produk-produk dari Kang Bagong Catering sendiri beraneka macam mulai dari makanan, minuman, dan snack. Untuk makanan terdapat beberapa aneka makanan mulai dari prasmanan dengan pilihan beberapa paket menu, selain menu prasmanan ada juga menu pondokan dengan dua pilihan jenis menu yaitu cita rasa nusantara dan cita rasa manca. Untuk minuman ada beberapa variasi menu seperti aneka es dan aneka wedang, selain menu makanan dan minuman yang bervariasi diatas juga tersedia aneka snack dengan dua variasi rasa yaitu pedas dan manis. Nasi dus dengan variasi menu serta ukuran sesuai kebutuhan, dan *coffee break*.

Harga dari produk-produk Kang Bagong Catering pun bervariasi disesuaikan dengan kemampuan konsumen, harga yang berbeda-beda itu terdapat pada menu prasmanan, nasi dus, dan *coffee break*, masing-masing terdiri dari paket A, paket B, paket C, dan paket D. Kang Bagong Catering berlokasi di Jalan Sriwidodo Utara No. 105-108 Purwoyoso, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Sedangkan untuk kegiatan promosinya Kang Bagong Catering melakukan promosi dari mulut ke mulut, melalui *website* dan sosial media, selain melakukan promosi dari mulut ke mulut, melalui *website* dan juga sosial media, Kang Bagong Catering juga sering mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan oleh beberapa lembaga tertentu.

Kang Bagong Catering termasuk salah satu usaha catering yang cukup unggul di Kabupaten Semarang, hal ini tercermin dari cakupan pangsa pasar Kang

Bagong Catering yang cukup luas meliputi Demak, Jepara, Kudus, Pati, Rembang, Blora, Juwana, Purwodadi, Kendal, Tegal, Boyolali, dan Yogyakarta. Berikut adalah data cakupan daerah pangsa pasar Kang Bagong Catering:

Tabel 1. 1
Data Pangsa Pasar Kang Bagong Catering

Tahun	Wilayah Pangsa Pasar
2003-2005	Pati, Juwana
2006-2009	Jepara, Kendal
2010-2012	Kudus, Demak
2013-2016	Tegal, Rembang, blora
2017-2019	Purwodadi, Boyolali, Yogyakarta

Sumber Kang Bagong Catering (2019)

Tabel diatas menjelaskan bahwa Kang Bagong Catering mulai mengembangkan pangsa pasarnya yaitu mulai tahun 2003-2005, adapun wilayahnya adalah Pati dan Juwana, tahun berikutnya pada 2006-2009, Kang Bagong Catering mulai merambah cakupannya ke wilayah Jepara dan Kendal. Pada tahun 2010-2012, Kang Bagong Catering mulai dipercaya untuk melayani di wilayah Kudus dan Demak, juga di wilayah Tegal, Rembang, dan Blora pada tahun 2013-2016. Pada awal tahun 2017-2019 Kang Bagong Catering memperluas pangsa pasarnya ke wilayah Purwodadi, Boyolali, dan Yogyakarta. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kang bagong catering memiliki pangsa pasar yang cukup luas dibeberapa kota di Indonesia.

Berdasarkan potensi Kang Bagong Catering yang cukup baik, sebagai salah satu catering yang sudah besar dan terkenal, sangatlah penting untuk memberikan perhatian khusus terkait kualitas produk, harga, dan kualitas layanan agar tetap mampu bersaing dengan para pesaing dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Bagi perusahaan yang khususnya bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing, menurut Ratnasari dan Aksa (2011) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang diterima. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan, pelayanan yang berkualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan dan bahkan hal ini juga dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, karena ada kemungkinan bagi perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan baru. Karena pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka rasakan cenderung akan menceritakan pengalaman mereka atas produk dan jasa yang mereka rasakan kepada rekan maupun keluarganya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANG BAGONG CATERING”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.

1.3. Tujuan penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Kang Bagong Catering.

1.4. Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti

Peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan, khususnya dalam bidang pemasaran. Selain itu, peneliti juga memperoleh informasi lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Perusahaan memperoleh informasi untuk mendorong perusahaan agar memberikan kualitas produk yang memiliki fungsi, harga yang sesuai dengan kualitasnya, dan kualitas layanan yang optimal.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih untuk wawasan yang lebih positif terkait kualitas produk, harga, kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Diharapkan menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam manajemen pemasaran.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab yang masing-masing akan diurutkan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang yang memuat fenomena dan alasan pemilihan topik penelitian/permasalahan yang

dihadapi, rumusan masalah yang berisi pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data, tujuan yang berisi maksud yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan, kegunaan penelitian yang akan diperoleh setelah penelitian berhasil dilakukan, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan tentang landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga berisi tentang ringkasan dari penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan hipotesis yang berisi jawaban sementara dari rumusan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel yang menjelaskan indikator-indikator yang membentuk masing-masing variabel, populasi dan sampel penelitian yang menjelaskan populasi yang akan diteliti dan penentuan jumlah sampel yang akan diambil, teknik pengambilan sampel yang menjelaskan cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil bagian dari populasi untuk digunakan sebagai sampel yang representatif, jenis dan sumber data yang berisi deskripsi tentang

jenis data dari variabel-variabel dalam penelitian, metode pengumpulan data yaitu metode pengambilan dan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data, metode analisis data yaitu proses pengolahan data yang diterapkan serta pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai deskripsi obyek penelitian yaitu membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis data berisi penjelasan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan, serta pembahasan yang akan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan teori yang relevan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari dua bagian yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan. Saran berisi usulan-usulan yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian.