

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbisnis merupakan suatu pilihan yang sering dilakukan masyarakat untuk menghasilkan suatu keuntungan. Bisnis juga merupakan aktivitas untuk mendapatkan pendapatan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Zaroni 2017: 153). Dalam berbisnis terdapat berbagai macam bidang mulai dari kuliner, fashion, otomotif, properti dan lainnya. Salah satu bisnis yang berkontribusi tinggi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang paling mudah ditemui di lingkungan sekitar dan di semua kalangan. Hal tersebut berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia yang mencatat bahwa subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif sejumlah Rp922,00 triliun pada tahun 2018. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan dengan 16 subsektor lain di Bekraf. Deputi Riset, edukasi, dan pengembangan Bekraf RI AR Boy Berawi mengatakan bahwa kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif, dari 8,2 juta unit industri kreatif terdapat 68% yang bergerak di bidang industri kuliner (Silvia, 2018: 76).

Dunia kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dalam hal ini perkembangan yang terjadi dari berbagai macam lini makan, dari makanan ringan hingga makanan berat. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis kuliner yaitu memberikan nilai dan

kepuasan kepada pelanggan melalui kualitas produk dengan harga yang bersaing (Kotler dan Amstrong 2008: 129). Semakin meningkatnya dunia kuliner maka tawaran akan produk saat ini juga semakin banyak dan beraneka ragam. Menurut Kotler 2008 dalam teori Hierarki Kebutuhan Maslow menyebutkan makanan merupakan salah satu kebutuhan fisiologis manusia dan merupakan kebutuhan yang sifatnya paling penting. Sehingga berdasarkan alasan itulah tak jarang kuliner menjadi pilihan untuk membuka lahan bisnis.

Berdasarkan informasi yang dimuat dalam situs sindonews.com (2019), bisnis dalam sektor makanan dan minuman mampu memberikan kontribusi tertinggi dengan pertumbuhan sebesar 12,7% pada tahun 2018. Hal ini terlihat bahwa betapa tingginya peminat dalam berbisnis di bidang kuliner. Dengan tingginya peminat tersebut, maka persaingannya pun terbilang cukup ketat dari berbagai macam kalangan. Seiring meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan di bidang kuliner tersebut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Wahyuddin 2017: 87).

Dalam konsep berbisnis dinyatakan bahwa produsen tidak hanya membuat dan memasarkan produk, tetapi produsen memusatkan perhatian dan selera konsumen, produsen memperhatikan *needs* dan *want* dari konsumen. Marketing sebuah perusahaan dikatakan sukses apabila sudah memuaskan konsumen, dalam arti lain kegiatan marketing sukses sama dengan kepuasan konsumen akan produk

yang dipasarkan (Buchori Alma, 2017: 14). Keputusan pembelian yang dilakukan dengan tepat oleh konsumen akan membawa dampak pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur dari keberhasilan kegiatan suatu bisnis tersebut.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan, menurut Kotler & Armstrong (2010: 95). Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing dan bertahan hidup serta berkembang maka perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan konsumen dengan jalan memberikan efek tidak nyaman bagi konsumen yang datang, dan lama kelamaan konsumen akan beralih untuk memilih tempat lain yang dimiliki oleh pesaing. Dengan kondisi persaingan yang ketat itu, hal utama yang harus diprioritaskan oleh para pebisnis kuliner yaitu kualitas layanan, selera, harga, dan promosi agar dapat bertahan dan bersaing.

Tasikmalaya merupakan kabupaten dan kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Daerah ini terus berkembang di bidang ekonomi, terutama di bidang kuliner. Salah satu kebutuhan manusia paling mendasar adalah makanan. Maka dari itu tidak mengherankan jika bisnis *food and beverages* (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang menjadi motor bagi perekonomian suatu daerah (Leoma dan Subagio, 2014:55).

Tabel 1.1 Klasifikasi Industri Kuliner Pasar Mambo Kota Tasikmalaya

No.	Klasifikasi Produk	Komoditi	Jumlah UMKM
1.	Makanan Tradisional	Makanan	30
2.	East Asian Food	Makanan	24
3.	Sunda Food	Makanan	14
4.	Seafood	Makanan	4
5.	Olahan Tepung/Roti	Makanan	27
6.	Olahan Buah/Sayur	Makanan	12
7.	Lainnya	Makanan	21
8.	Minuman Tradisional	Minuman	3
9.	Olahan Susu	Minuman	11
10.	Minuman Olahan Soda	Minuman	6
11.	Minuman Buah/Sayur	Minuman	5
	Jumlah Makanan		132
	Jumlah Minuman		25
	Jumlah UMKM Pasar Mambo		157

Sumber: data diolah

Salah satu pusat kuliner yang menjadi tempat paling populer masyarakat Tasikmalaya yaitu Pasar Mambo. Pasar Mambo atau sebagian masyarakat menyebutnya Mambo Kuliner Night terletak di sepanjang Jalan Mayor Utara. Pasar Mambo ini beroperasi setiap hari Sabtu mulai dari pukul 4 sore hingga pukul 10 malam. Di dalam pasar mambo ini terdapat ratusan kuliner mulai dari makanan/minuman tradisional sampai makanan/minuman mancanegara, terdapat makanan/minuman olahan sampai makanan/minuman siap saji. Setiap kali Mambo Kuliner ini beroperasi, selalu banyak dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa sampai lansia. Beberapa pengunjung

yang datang tidak hanya masyarakat Tasikmalaya saja, bahkan tak jarang ada masyarakat Ciamis yang sengaja datang ke pasar mambo kuliner ini.

Di Kota Tasikmalaya sendiri, pertumbuhan tempat kuliner maupun UMKM dari tahun ketahunnya mengalami peningkatan. Terlihat juga dari semakin banyaknya kunjungan wisatawan ke Kota Tasikmalaya dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Karena semakin banyaknya kunjungan wisatawan ke Kota Tasikmalaya, maka tuntutan akan pemenuhan kebutuhan wisatawan di bidang kuliner juga mengalami peningkatan hal ini membuktikan bahwa tingkat persaingan pada bisnis kuliner di Kota Tasikmalaya semakin ketat. Perkembangan usaha kuliner di Tasikmalaya yang begitu pesat tergolong wajar, pasalnya usaha kuliner di Kota Tasikmalaya sudah ada sejak tahun 70-an dan terus berkembang, salah satunya bisnis kuliner “Raja Tteokbokki” di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

Raja Tteokbokki merupakan salah satu bisnis kuliner makanan Korea yang terbuat dari tteok (kue beras) yang dibuat dari tepung beras. Makanan ini dimasak menggunakan bumbu Gochujang dengan cita rasa pedas dan manis. Selain tteokbokki, di Raja Tteokbokki juga menyediakan aneka makanan korea lainnya seperti Kimchi, Oden, Dumpling, Gimbab, Jajangmyeon hingga Rapoki.

Kesuksesan bisnis kuliner sangat erat kaitannya dengan permintaan konsumen. Para pebisnis selalu menerapkan cara-cara terbaik untuk memuaskan konsumen dengan mempertahankan harga yang terjangkau, menurut Philip Kotler (2004). Selain harga kualitas layanan pelanggan menjadi faktor terpenting dalam memastikan bisnis ini dapat terus tumbuh dan berkembang. Kualitas pelayanan

dapat dilihat berdasarkan persepsi konsumen. Pengusaha kuliner harus menerapkan beberapa tolak ukur kualitas layanan seperti bukti fisik, empati, daya tanggap, ketergantungan, dan jaminan untuk memahami persepsi konsumen.

Kepuasan konsumen juga disebabkan oleh faktor selera. Menurut Kotler (2000) selera memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keinginan masyarakat untuk membeli suatu barang. Meningkatnya selera seseorang terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Selain selera, banyaknya variasi produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda, jika suatu perusahaan kuliner menyediakan menu yang beranekaragam atau bervariasi maka hal tersebut semakin memudahkan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas dan karena belum banyaknya yang melakukan penelitian yang menggunakan variabel selera sebagai variabel bebas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penentu Kepuasan Konsumen Produk Raja Tteokbokki (Studi Empiris di Pasar Mambo Kec. Cihideung Kota Tasikmalaya)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya?

2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Para peneliti terdahulu menggunakan beberapa variabel untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, antara lain adalah kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk. Dalam penelitian ini, peneliti memilih variabel kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini semoga dapat berguna bagi semua pihak, adapun kegunaan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam

upaya mengembalikan tingkat kepercayaan konsumen dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan juga diharapkan sebagai informasi tambahan yang bisa dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga bisa digunakan dalam memutuskan kebijakan ke depannya.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi baru untuk universitas khususnya Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai wujud penerapan ilmu-ilmu yang selama ini telah diperoleh selama kuliah yang diinginkan sebagai syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1).

4. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur untuk menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya dengan mengembangkan penelitian dengan tema yang relevan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Mambo Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini dibuat dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan dapat diselesaikan dengan matriks yang direncanakan.

Tabel 1. 2 Matriks Jadwal Penelitian

Keterangan	2021	2022																2023											
	Okt-Jan	Feb				Mar - Jun				Jul				Agu - Sep				Okt - Nov				Des				Jan			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																													
Pengumpulan Data																													
Penyusunan UP dan Bimbingan Penelitian																													
Seminar Usulan Penelitian																													
Pengolahan Data																													
Penyusunan Skripsi dan Bimbingan																													
Ujian Skripsi dan Komprehensif																													
Revisi																													