

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah perencanaan (Planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Bisnis yang berkembang sangat pesat saat ini adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner tersebut, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu surabi durian.

Salah satu kuliner khas Bandung yang berada di Kota Padang adalah surabi durian. Merupakan jajanan pasar tradisional, surabi durian ini menggunakan taburan durian yang kental dan lumer serta dengan beberapa varian macam toppingnya. Surabi durian ini biasanya dijajakan pada sore hari dan

dimasak menggunakan tungku sehingga menghasilkan rasa yang khas. Dengan penyajiannya yang diberikan durian yang kental dan lumer di bagian atas surabi. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak yang terus berinovasi dengan menambahkan berbagai macam topping seperti keju durian, coklat durian, strawberry durian dan masih banyak varian topping lainnya yang bertujuan untuk mematahkan asumsi bahwa surabi adalah makanan yang terkesan rendahan, dan seiring perkembangannya, tidak hanya di sore hari saja bahkan surabi telah diujakan pada malam hari.

Asal mula surabi durian sendiri awalnya dibuat dari tepung beras, pandan, vanila, gula santan kelapa dan garam tanpa bahan pengawet. Istimewanya, tepung beras di tumbuk secara tradisuonal agar rasa gurih nya tetap terjaga. Selain dari bahan bakunya, surabi juga memiliki ciri khas dari cara dan proses memasaknya, surabi dimasak menggunakan semacam cobek kecil yang terbuat dari tanah liat, dan dimasak dengan menggunakan kayu bakar. Cara ini dipilih karena rasa surabi sehingga terasa lebih gurih. Jika dimasak dengan semacam wajan kecil dari bahan alumunium misalnya, rasanya akan berbeda dan tidak memiliki ke khasan nya tersendiri.

Secara bisnis surabi memang sangat menguntungkan karena tidak hanya sebagai makanan khas, juga dengan menjual memperkenalkan kepada masyarakat luas melestarikan unsur tradisional yang ada, selain dari segi manajemen bisnis surabi juga harus dipasarkan secara menarik. Surabi durian ini dapat disajikan untuk semua kalangan. Dengan harga terjangkau dan sajian yang menarik serta cita rasa yang lezat mampu memanjakan lidah masyarakat. Inilah yang

menjadikan bisnis ini berkembang. Persaingan dalam bisnis kuliner pun tak terelakkan.

Kepuasan konsumen ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan produk dan berkunjung kembalinya konsumen. Ketidakpuasan konsumen ditunjukkan dengan pindahannya konsumen ke tempat lain. Masalah yang sering kali dihadapi oleh Warung surabi durian dalam menghadapi persaingan adalah bagaimana untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Hal ini mendorong Warung surabi durian untuk semakin meningkatkan kualitas produk, dan menanamkan citra yang baik dibenak konsumen untuk mendapatkan minat dari konsumen dan agar semakin ramai kunjungan.

Menurut(Syarif & Widodo, 2020)Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa yang diperoleh dari perbandingan hasil kerja dengan apa yang ada dipikirkannya. Seorang pemakai jasa merasa puas atau tidaknya, bergantung pada hasil kerja dan pembandingnya hal yang ia pikirkan. Apabila hasil kerja tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka tidak akan merasa puas dan begitu sebaliknya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut(Fadila & Manurung, 2021). Semakin terpenuhi harapan- harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen.

Oxford Advanced Learner's Dictionary (**Harjati & Venesia, 2015**) mendeskripsikan kepuasan sebagai: "The good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen" dan "the act of fulfilling a need or desire", yang diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Adapun (**Harjati & Venesia, 2015**) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/pelayanan yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Seiring dengan semakin banyak bermunculan usaha Surabi Durian Bandung yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka yang perlu diperhatikan mereka adalah bagaimana menciptakan keunikan dari produk yang ditawarkan, serta memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Apabila kepuasan konsumen telah terpenuhi maka terjadilah suatu transaksi berulang-ulang secara terus menerus atau minat beli ulang, dimana konsumen merasa adanya value dari sebuah harga yang harus dibayarkan. Hal ini merupakan suatu strategi yang dapat mempertahankan konsumen dan memperoleh keuntungan yang meningkat.

Table 1.1
Data Penjualan Surabi Durian Bandung Lubuk Begalung
Bulan Januari-Mei 2021

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Perubahan	Persentase
1.	Januari	Rp. 37.500.000	-	-
2.	Februari	Rp. 31.500.000	- Rp. 6.000.000	- 19,04 %

3.	Maret	Rp. 41.250.000	+ Rp. 9.750.000	+ 23,63 %
4.	April	Rp. 52.500.000	+ Rp. 11.250.000	+ 21,42 %
5.	Mei	Rp. 43.500.000	- Rp. 9.000.000	- 20,63 %

Sumber : Buku Catatan Harian Penjual

Data di atas menunjukkan jumlah penjualan pada kedai Surabi Durian Bandung Lubuk Begalung dari bulan Januari sampai bulan Mei 2021 juga mengalami fluktuasi. Tingkat penjualan yang paling tinggi terjadi pada bulan April yaitu mencapai Rp.52.500.000, hal itu diduga kuat terjadi karena pada bulan April tersebut sedang berlangsung nya Bulan suci Ramadhan sehingga konsumen menjadi meningkat dengan cukup besar. Fenomena di atas penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penjualan yang tidak stabil sehingga usaha tidak mudah untuk mengalami penurunan penjualan secara besar dan tidak mampu mempertahankan konsistensinya.

Faktor yang tidak kalah penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang mereka beli. Menurut **(Sutrisno & Haryani, 2017)** Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut **(Dea et al., 2020)** arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal

termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut (Sari, 2021) Kualitas produk adalah suatu tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini Produk surabi durian Bandung Lubuk Begalung telah memiliki nilai saing yang kuat dengan menawarkan produk surabi dengan ciri khas yang unik dengan menggunakan durian sebagai rasa dan aroma yang cukup menarik untuk menggaet konsumennya. Terbukti dengan jelas yang dapat dilihat bahwa kedai tersebut selalu ramai dikunjungi konsumen setiap hari dan bahkan banyak yang rela mengantri cukup lama untuk menunggu pesannya dihidangkan.

Kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi. Sedangkan

harga merupakan tarif yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Selain kualitas produk, harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

(**Jaya et al., 2021**) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus dikorbankan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan (**Nurhalimah, SITI, Leonardo Budi Hasiholan, 2018**). Jika harga sangat tinggi, konsumen biasanya mengharapkan kualitas tinggi, dan persepsi aktualnya akan dipengaruhi oleh harapan ini. Jika harga terlalu tinggi, organisasi dianggap tidak peduli akan pelanggan, atau dianggap melakukan penipuan. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, pelanggan dapat meragukan kemampuan organisasi dalam hal kualitas jasa.

Surabi durian bandung di Lubuk Begalung juga merasakan ketatnya persaingan saat ini. Persaingan yang semakin ketat itu ditandai dengan banyaknya muncul kedai surabi lainnya. Maka dari itu surabi durian Bandung Lubuk Begalung ada beberapa Jenis dan harga yang ditawarkan beraneka macam dan juga dengan khas nya menggunakan durian sebagai salah satu bahan utama pembuatan produk sehingga dengan begitu akan memunculkan ciri tersendiri. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola untuk selalu berusaha menciptakan strategi-strategi baru agar mampu bersaing dan unggul dibanding kedai kompetitornya.

Dalam persaingan harga, surabi durian Bandung Lubuk Begalung mematok harga terjangkau bagi semua kalangan. Dengan kedai yang berada di pinggir jalan yang tidak memiliki toko maka pemilik usaha bisa mematok harga yang relatif terjangkau karena tidak banyak memerlukan biaya sewa toko dan sebagainya.

Lokasi adalah tempat perusahaan memasarkan jasanya kepada konsumen. Pemilihan lokasi merupakan investasi yang sangat mahal, sebab lokasi yang tepat bisa menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Dengan demikian, maka ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (**Rumastari & Sunindyo, 2019**). Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis disuatu kawasan yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat juga mudah dijangkau oleh konsumen.

Menurut (**Putranto, 2019**) suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya memiliki kesamaan atau serupa. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasyang akan datang. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Dalam menjalankan usaha, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis di suatu kawasan yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat juga mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini akan turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada usaha kuliner, strategi lokasi merupakan salah satu penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut.

Lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Surabi Durian Bandung dapat dikatakan memiliki lokasi usaha yang strategis, yaitu terletak di pusat keramaian kota yang berdekatan dengan kampus, beberapa perkantoran dan pusat aktivitas masyarakat. Letaknya yang di

pinggir jalan raya pun memudahkan konsumen untuk menemukan dan menjangkau lokasi.

Berdasarkan survei penelitian yang peneliti lihat di Surabi Durian Bandung merupakan surabi durian yang ada didaerah Lubuk Begalung. Pada survei hari Kamis tanggal 20 Mei 2021 peneliti melihat Surabi Durian hingga kini masih berusaha untuk memberikan kualitas dan mutu yang terbaik, karena hal ini merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dicapai dan terus diusahakan, agar selalu bisa bersaing dipasar, untuk memuaskan dan mencukupi kebutuhan konsumen. Mutu dan kualitas produk menjadi salah satu syarat agar produk tetap diterima oleh pasar, karena suatu produk dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginannya.

Surabi Durian Bandung saat ini menjadi mata pencarian atau bisnis yang diminati oleh beberapa orang. Sehingga untuk mencapai persaingan ketat di era modern saat ini perusahaan harus lebih giat mencari suatu hal yang bisa mempertahankan konsumen dengan memberikan nilai yang lebih kepada konsumen. Namun sebelum perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu apa yang disukai dan yang dibutuhkan oleh konsumen, perusahaan harus memikirkan bagaimana cara untuk membuat kualitas suatu produk menjadi hal penting yang diminati oleh konsumen, bagaimana caranya agar kualitas yang bagus tidak menjadikan harga lebih tinggi dan rasa tetap harus dinomor satukan, serta kecepatan dalam menyajikannya.

Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan, serta kecepatan dalam penyajiannya. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, dan memiliki tata penyajian yang menarik. Dan hal ini berkaitan dengan kemajuan jaman dan teknologinya, dimana sebagian konsumen pada era ini kerap mengabadikan foto minuman atau makanan yang mereka beli dengan mempostingnya di media sosial.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SURABI DURIAN BANDUNG DI LUBUK BEGALUNG“**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Konsumen harus menunggu cukup lama untuk mendapatkan pesannya.
2. Penjual masih menggunakan atau mempertahankan arang sebagai sumber apinya.
3. Tingkat persaingan produk semakin ketat antar sesama produsen makanan.
4. Kurangnya inovasi yang dapat menyempurnakan dan pengembangan suatu produk.
5. Belum terciptanya kinerja pemasaran yang unggul.
6. Waktu pembuatan surabi yang lumayan lama karena masih menggunakan tungku.

7. Promosi yang digunakan belum maksimal dilakukan.
8. Strategi penjualan yang kurang efektif.
9. Produk hanya dikenal oleh masyarakat sekitar dan belum terlalu dikenal luas oleh orang banyak.
10. Tempat yang sangat sempit berada dipinggir jalan.

1.3

Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan keterbatasan waktu, maka penulis membatasi permasalahan penelitian hanya pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung.

1.4

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung?
3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Surabi Durian di Lubuk Begalung.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan kepada pihak yang membutuhkan dan menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi warung Surabi Durian, penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan bagi manajemen Surabi Durian dalam merumuskan dan menentukan bagaimana strategi pelayanan yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik di masa yang akan datang.

- b. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai media untuk melatih berfikir secara ilmiah, dengan penerapan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.