

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha kuliner memiliki perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Hal itu ditandai dengan gencarnya publikasi yang dapat dilihat pada media sosial, televisi dan internet. Sejak lima tahun belakangan ini memang tampak nyata sekali komersialisasi informasi tentang kuliner melalui berbagai media (Winarno, 2008). Publikasi di berbagai media sosial ini sangat menarik, karena memperkenalkan kekayaan budaya dan masakan khas dari berbagai suku bangsa yang mendiami kepulauan nusantara Indonesia yang kaya ini.

Kekayaan budaya Indonesia pada bidang makanan kuliner ditandai dengan beragamnya jenis masakan dengan citarasa dan sajian khas, telah hidup dan berkembang sebagai warisan budaya yang dapat dipromosikan ke tengah masyarakat secara luas, nasional dan internasional. Sejalan dengan itu muncullah pelaku usaha wisata kuliner di berbagai kawasan di Indonesia (Winarno, 2008). Salah satu wisata kuliner yang terdapat di Indonesia adalah bakso.

Bakso atau baso adalah jenis bola daging yang lazim ditemukan pada masakan Indonesia. Bakso umumnya dibuat dari campuran daging sapi giling dan tepung tapioka, akan tetapi ada juga bakso yang terbuat dari daging ayam, ikan, atau udang bahkan daging kerbau (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bakso>). Bakso terbuat dari bahan utama daging yang dilumatkan, dicampur dengan bahan lain, dibentuk bulatan-bulatan, dan selanjutnya direbus, dengan kadar daging tidak boleh kurang dari 50% (SNI 01-3818-1995).

Dalam penyajiannya, bakso umumnya disajikan panas-panas dengan kuah kaldu sapi bening, dicampur mi, bihun, taoge, tahu, terkadang telur dan ditaburi bawang goreng dan seledri. Bakso sangat populer dan dapat ditemukan di seluruh Indonesia; dari gerobak pedagang kaki lima hingga restoran besar. Berbagai jenis bakso sekarang banyak ditawarkan dalam bentuk makanan beku yang dijual di pasar swalayan ataupun mal-mal. Irisan bakso dapat juga dijadikan pelengkap

jenis makanan lain seperti mi goreng, nasi goreng, atau cap cai (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bakso>).

Bakso memegang peranan yang cukup penting dalam distribusi sumber protein hewani di Indonesia karena terbuat dari bahan utama daging (Muchtadi, 2013:87). Kepopuleran bakso sapi di Indonesia menyebabkan jumlah pengusaha bakso menjadi banyak. Tahun 2013 menurut ketua Asosiasi Pedagang Mie dan Bakso Indonesia (APMISO) terdapat 2,5 juta penjual bakso yang ada di Indonesia. Jumlah penjual bakso tersebut dibagi menjadi tiga kategori, terdiri dari penjual bakso gerobak sebanyak 70%, penjual bakso mangkal sebanyak 20%, dan penjual bakso restoran besar sebanyak 10% (Detik Finance. 2013). Beragamnya kategori penjualan bakso menunjukkan bahwa saat ini bakso tidak hanya menjadi makanan tradisional kelas bawah.

Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku usaha bakso untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Pelaku usaha dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Kotler (2005) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2008). Kepuasan konsumen tersebut dapat diwujudkan dengan menggunakan keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan.

Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya. Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa

keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Kotler (2007:15) menyatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Mantauf (2015) yang membuktikan keragaman produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan hal yang juga diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai. Kotler dan Armstrong (2008) mengemukakan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi pelaku usaha. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penelitian Riyanti (2013), Runtuwun, dkk. (2014), Mantauf (2015) dan Iriyanti, dkk (2016) membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam berhubungan dengan konsumen, salah faktor lain yang dinilai penting adalah kualitas pelayanan. Kotler (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan

berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap. Penelitian Riyanti (2013) dan Runtunuwu, dkk. (2014) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pelaku usaha harus cermat dalam pemilihan lokasi usaha. Swastha dan Irawan (2008:339) mengemukakan lokasi adalah letak toko pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi sangat penting untuk mempermudah konsumen dalam membeli dan menjadikan faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Keputusan untuk mendirikan lokasi tergantung kepada area perdagangan yang dilayani. Tjiptono (2008) menyatakan kepuasan konsumen tersebut dapat diwujudkan dengan menggunakan meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan harga yang terjangkau dan mendirikan usaha di lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen. Menurut Alma (2008:105) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian Riyanti (2013) dan Iriyanti, dkk (2016) yang membuktikan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu usaha bakso yang terdapat di Kabupaten Jember adalah Bakso Kabut Bu Juhairiyah. Warung ini berada di Jalan Rasamala Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, Jember. Penampilan Bakso yang diciptakan oleh Juhairiyah adalah sesuatu yang baru. Jika pada umumnya bakso berisi daging dan telur. Namun campuran telur tersebut berada di luar kulit bakso dan di dalamnya diisi daging sapi. Sehingga tampilan dan sensasinya pun berbeda. Bakso Kabut Juhairiyah merupakan pelopor bakso kabut di Jember. Seiring dengan semakin suksesnya bakso Kabut Juhairiyah, usaha sejenis lainnya mulai menambahkan menu bakso kabut juga, bahkan ada usaha baru yang mengunggulkan menu bakso kabut, yakni Bakso Sugeng Kabut, Bakso Kabut Bu Jaelani dan lain-lain.

Bakso Kabut Juhairiyah bukan hanya menyediakan bakso kabut, namun juga terdapat varian bakso yang lain, seperti bakso kabut jumbo, bakso kabut rudal, bakso kasar, bakso iga, dan lain-lain. Kini pelanggan Ibu Juhairiyah bukan hanya penduduk setempat, melainkan dari berbagai wilayah, mulai dari pelajar, mahasiswa, pebisnis, keluarga dan lain-lain.

Tabel 1.1. Keragaman Dan Harga Produk di Bakso Kabut Bu Juhairiyah

No	Jenis Bakso	Harga (Rp)
1	Bakso Kabut Jumbo	10.000
2	Bakso Kabut Rudal	10.000
3	Bakso Kabut Rudal Berlapis	12.500
4	Bakso Iga	10.000
5	Pentol Kasaran	10.000
6	Bakso Kabut Biasa/ Kecil	5.000
7	Bakso Telur	5.000
8	Bakso Biasa Berisi Daging	5.000
9	Pentol Beralas Tahu Jumbo	5.000

Sumber: Data sekunder tahun 2017

Berdasarkan Tabel 1.1. dapat diketahui bahwa Bakso Kabut Bu Juhairiyah menyediakan berbagai macam produk bakso, mulai dari yang berukuran sedang sampai yang berukuran besar. Bakso berukuran sedang yakni bakso kabut biasa, bakso telur, bakso biasa berisi daging dan pentol beralas tahu jumbo. Bakso berukuran besar yakni bakso kabut jumbo, bakso kabut rudal, bakso kabut rudal berlapis, bakso iga dan pentol kasaran. Harga bakso mulai dari Rp 5.000 sampai Rp 12.500, harga tersebut berbeda berdasarkan ukuran bakso. Hal ini menunjukkan bahwa Bakso Kabut Bu Juhairiyah berusaha memuaskan konsumen dengan menyediakan beragam produk, mulai dari cita rasa, ukuran dan harga. Keragaman tersebut akan membuat konsumen tertarik untuk kembali lagi mencoba satu per satu bakso yang ditawarkan.

Tabel 1.2. Penjualan Bakso Kabut Bu Juhairiyah Tahun 2016

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	8.523.500
Februari	8.002.000
Maret	8.924.800
April	8.276.000
Mei	8.307.500
Juni	4.926.200
Juli	4.003.700
Agustus	4.612.500
September	5.784.900
Oktober	7.954.400
November	7.739.100

Sumber: Data primer tahun 2017

Tabel 1.2. menunjukkan penjualan Bakso Kabut Bu Juhairiyah selama setahun terakhir. Pada bulan Januari sampai Mei 2016 penjualan Bakso Kabut Bu Juhairiyah berfluktuasi pada angka delapan jutaan rupiah. Kemudian pada bulan Juni sampai September penjualan menurun drastis sampai pada angka empat jutaan. Hal tersebut dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan, sehingga konsumen menjalankan puasa pada bulan tersebut. Selain itu pada bulan tersebut juga bertepatan dengan liburan kuliah dan sekolah, sehingga banyak mahasiswa yang kembali ke kampung halaman. Pada Bulan Oktober penjualan mulai kembali normal. Pada bulan November penjualan sedikit mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Umumnya pembeli akan memilih lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya seperti mudah di jangkau, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum atau mungkin dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain. Alma (2003:105) menyatakan bahwa memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang

Tetapi warung Bakso Kabut Bu Juhairiyah kurang memiliki lokasi strategis, karena tidak berada di pinggir jalan utama dan cukup jauh dari perkotaan. Walaupun demikian cukup sulit untuk mendapatkan tempat duduk agar

bisa menikmati Bakso Kabut Bu Juhairiyah. Pengunjungnya tak kalah ramai dengan bakso lain yang lokasinya lebih strategis. Setiap hari ada sekitar 200 - 300 pengunjung.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember?
5. Apakah keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember
4. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember
5. Menganalisis pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah, Jember

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian yang dilakukan pasti mempunyai beberapa manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan khususnya pemimpin perusahaan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Bakso Kabut Ibu Juhairiyah Jember. Sehingga Ibu Juhairiyah dapat memperkuat strategi dalam rangka mempertahankan kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti

Bagi peneliti, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi pihak Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan bagi khazanah ilmu pengetahuan, manajemen sumber daya manusia pada umumnya serta menambah khazanah perpustakaan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya