

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era globalisasi saat ini, khususnya Indonesia mengalami banyak perkembangan yang sangat pesat salah satunya pada aspek bidang bisnis. Dalam era ini perusahaan bisnis banyak mengalami perubahan salah satunya produk yang diciptakan selalu inovatif dan kreatif. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumennya. Di sisi lain perusahaan harus memiliki kepekaan terhadap perubahan yang terjadi dan menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Tanpa terkecuali usaha makanan dan minuman kecil maupun besar. Dengan ini perusahaan harus mampu untuk meningkatkan strategi pemasaran yang kuat guna menciptakan kepuasan konsumennya dan bisa bertahan lama di dunia persaingan bisnis.

Banyaknya bisnis yang menghasilkan produk jenis yang sama akan tetapi dari segi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas beraneka ragam. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang dapat menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan guna dapat bersaing dan unggul dengan para pesaing bisnis lainnya. Perusahaan harus mampu melakukan inovasi pada produk agar konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi setelah membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Melihat fenomena semakin berkembangnya bisnis dalam bidang kuliner banyak pelaku usaha merubah sistem usaha yaitu salah satunya dengan sistem cafetaria. Cafetaria adalah restoran yang menyajikan makanan dan minuman ringan yang pada umumnya makanan sudah jadi dengan pelayanan yang cepat. Makanan ditata di etalase atau counter panjang, tamu tinggal

memilih/mengambil makanan sesuai dengan selera. Pembayaran dilakukan di kasir yang terletak di ujung counter. Usaha kuliner ini bagian dari internal perguruan tinggi, didalam perguruan tinggi usaha ini memiliki tujuan yang bernilai tinggi dengan lebih efisiensi dalam ekonomi.

Kepuasan konsumen salah satu yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis khususnya bidang kuliner dalam menjalankan usahanya. Pada era globalisasi ini semakin banyak perusahaan mengerti pentingnya kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang akan diberikan. Menurut Mowen dan Minor (2002: 89) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa. Persaingan yang semakin ketat memaksa setiap perusahaan berusaha memberikan kepuasan pada konsumen untuk mengungguli para pesaing lainnya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu tanda keberhasilan bisnis terhadap masa depan perusahaan yang diukur dari bagaimana baiknya tanggapan pelanggan. Dengan memberikan perhatian penuh terhadap kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:140). Hal ini menjadikan kunci dari keberhasilan perusahaan, tanpa terkecuali bisnis kuliner.

Dalam islam mengajarkan bahwa setiap layanan pada setiap usaha bahwa pemilik usaha harus memberikan kualitas yang baik kepada konsumen. hal ini terdapat pada Q.S Al Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka.

Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) yaitu, kualitas produk atau barang yang diberikan pada konsumen, kualitas jasa, harga, serta faktor situasional dan personal. Pemilik usaha khususnya dalam bidang kuliner diharapkan benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Dengan ini akan menciptakan kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis kuliner, dalam menciptakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kemampuan barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dengan keinginan konsumen bahkan dapat melebihi apa yang diinginkan (Kotler dan Amstrong, 2014: 11).

Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan lagi dalam bidang kuliner yaitu penetapan harga. Menurut Tjiptono (2014: 320), penetapan harga adalah pemilihan harga yang dilakukan oleh pelaku bisnis terhadap tingkat harga yang berlaku secara umum. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Fasilitas dalam hal kuliner sangat perlu diperhatikan kerana dengan adanya fasilitas yang memadai dan dapat memberikan kenyamanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2006: 19) dalam Asep Sukmo Raharjo, fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

Menurut Sugiarto (1999), pelayanan yang baik akan menciptakan rasa loyalitas pada konsumen yang akan semakin melekat dan konsumen tidak berpaling ke perusahaan lain. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen dan akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner juga terjadi di Yogyakarta. Terdapat beraneka ragam bisnis kuliner di Yogyakarta yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan; bisnis kuliner berskala menengah seperti rumah makan, depot, dan *cafe*; sampai dengan bisnis kuliner berskala besar seperti restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner di Yogyakarta, hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu kafetaria. Salah satu usaha kuliner yang berjenis kafetaria yaitu Kafetaria UMY Unggul & Islami.

Kafetaria UMY Unggul & Islami merupakan usaha yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang terletak di gedung kembar KH. Ibrahim atau mahasiswa sering menyebutnya dengan gedung E7. Kafetaria UMY Unggul & Islami diresmikan pada tanggal 28 September 2017. Dengan adanya kafetaria ini akan memudahkan bagi dosen, mahasiswa, dan karyawan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman serta tempat istirahat yang nyaman. Karena kebutuhan tersebut berpengaruh pada konsentrasi mahasiswa saat proses belajar mengajar, dengan terpenuhinya energi maka akan menambah atau meningkatkan daya konsentrasi mahasiswa untuk memahami ilmu yang diberikan oleh dosen.

Karyawan ketika bekerja juga membutuhkan energi dari kebutuhan makanan dan minuman pada saat semuanya terpenuhi otomatis akan meningkatkan kinerja kerja mereka. Ini salah satu alasan didirikannya Kafetaria UMY Unggul & Islami.

Dengan memperhatikan kepuasan konsumen Kafetaria UMY Unggul & Islami terus melakukan pembenahan dari prasarana, bahan baku dan sumber daya manusia. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Kafetaria UMY Unggul & Islam mampu memberikan kepuasan konsumen yang sesuai harapan dari konsumen. Adapun data pemasukan Kafetaria UMY Unggul & Islami pada bulan September 2019 sampai bulan Desember 2022.

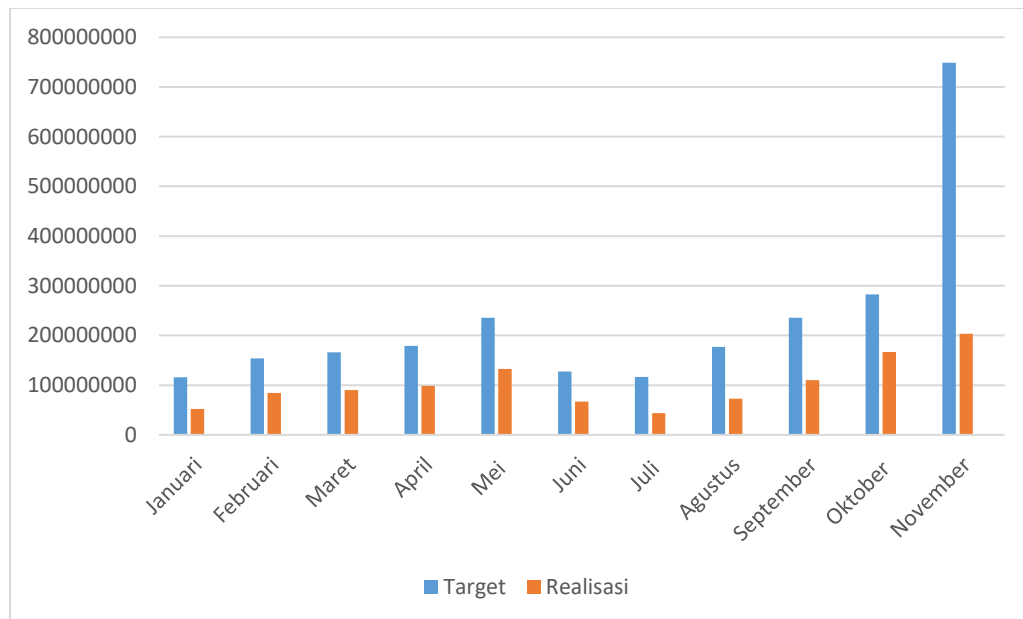
Tabel 1.1 Data Pemasukan Kafetaria UMY Unggul & Islami Bulan September – Desember 2022

Bulan	Tahun	Pemasukan (Rp)	Kaikan/Penurunan (Rp)
September	2019	14.277.731	
Oktober	2019	36.322.363	22.044.632
November	2019	51.921.324	15.598.961
Desember	2019	33.422.373	-18.498.951
Januari	2020	17.534.876	-15.887.497
Februari	2020	10.855.982	-6.678.894
Februari	2022	9.664.584	-1.191398
Maret	2022	9.369.952	-294.632
April	2022	8.649.327	-720.625
Mei	2022	7.885.471	-763.856
Agustus	2022	8.629.582	744.114
September	2022	8.951.964	322.382
Oktober	2022	9.075.862	123.898
November	2022	11.859.674	2.783.812
Desember	2022	14.785.972	2.926.298

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus UMB Boga UMY

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pemasukan pada bulan September 2019 sampai Desember 2022 mengalami fluktuasi. Pada bulan September pemasukan hanya sebesar Rp14.277.731 dikarenakan mahasiswa masuk perkuliahan pertengahan September. Bulan

berikutnya pada bulan Oktober pemasukan meningkat sebesar Rp22.044.632. Pada bulan November mengalami kenaikan tetapi pemasukan yang diperoleh menurun sebesar Rp15.598.961. Namun, pada bulan setelahnya mengalami penurunan sebesar -Rp18.498.951. Ada bulan dan tahun yang tidak tertera dari data diatas, dikarenakan pada bulan dan tahun tersebut ada kebijakan pemerintah yang mengharus seluruh sektor pendidikan ditutup dan dilakukan perkuliahan online. Kafetaria mengalami penurunan pendapatan karena sektor pendidikan masih melakukan perkuliahan online dan sedikit yang melakukan perkuliahan tatap muka langsung. Penurunan pemasukan kemungkinan terjadi oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, sehingga menyebabkan pemasukan tidak maksimal.



Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus UMB Boga UMY

Gambar 1.1 Grafik Data Target & Realisasi Pemasukan Kafetaria UMY Unggul & Islami Tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa target pemasukan dari Kafetaria UMY Unggul & Islami lebih besar dari realisasi pemasukannya. Hal ini terjadi karena bisa jadi kurang

maksimalnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, Kafetaria UMY Unggul & Islami harus berbenah lagi dengan memperhatikan kualitas produk, harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengkaji lebih dalam mengenai kualitas produk, harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kafetaria UMY Unggul & Islami”**

B. BATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti perlu melakukan pembatasan masalah terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada Kualitas Produk, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Kafetaria UMY Unggul & Islami. Alasan tersebut dipilih karena kualitas produk, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan diduga mempunyai kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen. Waktu pelaksanaan penelitian ini pada bulan Desember 2019 – April 2020

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami ?

3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang dicapai adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kafetaria UMY Unggul & Islami.

E. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini berguna sebagai sarana peneliti untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Kafetaria UMY Unggul & Islami

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk Kafeteria UMY Unggul & Islami sebagai bahan masukan dan memberikan perhatian dalam hal kualitas produk, harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen.