

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Yogyakarta adalah salah satu kota yang terkenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, dan juga sebagai kota yang beragam akan wisata dan budayanya. Kota ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Yogyakarta. Usaha yang berkembang di Yogyakarta ini juga sangat beragam salah satu yang banyak ditemui yaitu kuliner. Usaha kuliner kini menjadi usaha yang sangat pesat perkembangannya, begitu beragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner di setiap titik kota Yogyakarta.

Banyak usaha-usaha yang bermunculan mengakibatkan adanya peningkatan jumlah usaha yang sejenis dan menyebabkan persaingan semakin ketat. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat memahami apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggannya. Dengan memahami apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, akan memberikan masukan-masukan penting untuk perusahaan dalam merancang strategi pemasaran agar bisa menciptakan adanya kepuasan bagi pelanggannya dan bisa bertahan lama dan terus maju dalam persaingan di pasar.

Kepentingan konsumen sebagai wujud perhatian dari perusahaan dapat dilihat dengan cara apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan serta adanya kepuasan pelayanan kepada konsumen. Hal ini dapat menjadikan salah

satu factor kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Oleh sebab itu, perusahaan harus memberikan sesuatu yang bernilai tinggi dan hal-hal yang berkesan kepada konsumen. Maka dapat diberikan dengan cara memberikan kepuasan kualitas pelayanan atau kinerja yang sesuai dengan jasa dan kualitas produk yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). 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 yang dinyatakan (Kotler & Amstrong, 2002). Dengan adanya pelayanan yang baik, maka tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima konsumen dari produk-produk yang terjual.

Selain adanya kualitas pelayanan, salah satu faktor penting lainnya dalam kepuasan konsumen adalah harga. Untuk menentukan harga yang cocok bagi konsumen, perusahaan dapat melakukan riset yang mendalam terlebih dahulu agar dapat menentukan harga yang sesuai dengan produk yang dijual, sehingga transaksi penjualan perusahaan dapat dilakukan secara lancar. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih (Swasta & Irawan, 2000).

Konsumen menggunakan harga untuk bahan pertimbangannya dalam menentukan dan memilih produk-produk yang ingin dibeli atau tidak, pembelian dilakukan konsumen dilihat dari seberapa besar kebutuhan akan produk dan sesuai kemampuan daya beli konsumen. Dalam penentuan dan penetapan harga jual suatu produk harus tepat, sehingga harga tersebut dapat diterima konsumen tanpa mengabaikan kualitas produk.

Lokasi juga menjadi salah satu factor utama yang memicu keberhasilan dalam penjualan pada suatu produk. Dengan pemilihan lokasi yang tepat, maka akan memberikan keuntungan pada perusahaan dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis. .Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2008). Disamping itu pula, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal (Laksana, 2008).

Selain adanya kualitas pelayanan, harga dan lokasi, kualitas produk juga menjadi salah satu factor dalam mengukur kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya. Kualitas terdiri dari keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikan dari yang sudah ada ( Kotler, 2000). Kualitas mempunyai arti yang sangat penting bagi konsumen dalam keputusan pembeliannya terhadap suatu produk. Apabila kualitas produk yang dihasilkan

baik maka konsumen akan cenderung untuk melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tersebut tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen maka akan mengalihkan pembelian berikutnya pada produk lain yang sejenis. Pengaruh kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas produk, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga menjadi lebih tinggi dan sering kali biaya yang lebih murah (Tjiptono, 2016).

Salah satu perguruan tinggi ternama dan menjadi salah satu perguruan tinggi swasta (PTS) terbaik peringkat kedua nasional di awal tahun 2020 ini menurut 4ICU Uni-Rank yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), juga memiliki usaha yang beragam. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mempunyai salah satu tujuan umum yaitu menyediakan sumberdaya dan potensi universitas yang di akses oleh perguruan tinggi, lembaga-lembaga pemerintah swasta, dan juga masyarakat luas untuk mendukung upaya-upaya pengembangan salah satunya yaitu ekonomi.

Dengan beragamnya usaha yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, menjadikan jawaban untuk mewujudkan tujuan tersebut. Usaha yang dimiliki telah berkembang cukup baik. Unit usaha Universitas Muhammadiyah Yogyakarta disebut dengan UMAT (Multi Amal Usaha Terpadu) yang bertujuan untuk mendapatkan *income generating* di luar SPP mahasiswa. Beberapa usaha yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu, BMT UMY, Sewa Gedung, Tirta UMY, Boga UMY, Klinik

Pratama, Autocare, UMY Pertokoan, Apartemen, UTCC UMY, Teching Creative, LTC, Armada, Apotek UMY, Fotocopy, Wisma Mentari, dan Bedukmutu UMY.

Usaha pada bidang kuliner menjadi salah satu usaha yang sangat pesat perkembangannya, maka menjadi daya tarik bagi penulis untuk meneliti salah satu usaha Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu UMB Boga, dimana pada usaha ini menyajikan beragam kuliner. UMB Boga terbagi lagi menjadi tiga, yang mana diantaranya yaitu, Plaza Boga UMY, Kantin Unggul & Islami, yang terakhir Kantin Muda Mendunia. Disini penulis memilih Plaza Boga UMY sebagai tujuan khusus penelitian dari usaha UMB Boga.

Plaza Boga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) sudah berdiri sejak enam tahun yang lalu pada tanggal 1 Juni 2013. Sebelum dijadikan sebagai Plaza Boga UMY, lokasi tersebut merupakan pusat dari adanya unit-unit UKM kampus (*Student Center*) sebelum dipindahkan ke Gedung Mustafa Kemal Pasha. Berdirinya Plaza Boga UMY sebagai *foodcourt* kampus berawal dari keprihatinan kondisi kantin kampus yang sebelumnya bisa dikatakan tidak begitu layak. Ada sekitar kurang lebih 20 outlet yang terdiri dari beragam penjual makanan dan minuman. Kisaran harga makanan dan minuman yang dijual berkisar dari harga Rp.1500 hingga Rp.21000.

Menu-menu yang disajikan pada Plaza Boga UMY pun bervariasi tiap outletnya. Plaza Boga UMY juga menerima kerjasama bagi Mahasiswa yang

ingin menitipkan dagangannya untuk dijual. Plaza Boga UMY biasa menjadi tempat referensi yang tepat buat para mahasiswa yang ingin mencari makanan dan minuman. Lokasinya yang terbilang begitu strategis berada di bawah Lapangan Bintang UMY dan tepat di tengah-tengah Universitas, yang dapat dijangkau kalangan mahasiswa, karyawan universitas, maupun tamu universitas. Terkadang, Plaza Boga UMY dijadikan sebagai tempat berlangsungnya suatu acara yang diadakan oleh mahasiswa, hal ini menjadikan salah satu cara untuk mempromosikan dan menanamkan benak para konsumen tentang adanya keberadaan kantin ini.

Plaza Boga UMY memiliki cara distribusi makanan untuk sampai ke tangan konsumen tersendiri yaitu dengan menggunakan meja dorong dan menjajakan makanannya ke setiap fakultas namun hal ini sudah tidak dilakukan lagi semenjak berdirinya kantin-kantin baru di setiap fakultas, namun tidak menutup kemungkinan Plaza Boga UMY menjadi sepi, bahkan setiap hari nya Plaza Boga UMY selalu terisi dengan keramaian mahasiswa yang berdatangan untuk makan dan minum karena tempatnya yang cukup nyaman. Menu makanan pada Plaza Boga UMY bermacam-macam, mulai dari ayam geprek, nasi goreng, soto, batagor dan lain sebagainya. Tentu saja hal-hal tersebut juga diimbangi dengan kualitas rasa tentunya, pelayanan, harga, kebersihan tempat, dan juga tata ruang yang sedemikian rupa beserta lancarnya koneksi internet yang membuat hal tersebut menjadi daya tarik bagi kalangan mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas kuliah mereka ataupun hanya sekedar untuk bersantai saja.

Kantin ini dapat berkembang tentu tidak terlepas dari produk-produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, produk dan pelayanan ini lah yang akan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan Plaza Boga UMY. Kantin ini harus mengerti apa yang diinginkan ataupun adanya harapan konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, agar tercipta kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kepuasan konsumen dapat di ukur berdasarkan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi. Adanya kepuasan konsumen pada kenyamanan, pelayanan yang ada di kantin ini, akan berdampak baik diantaranya, tercipta komunikasi dari mulut ke mulut yang positif pada Plaza Boga UMY.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa perusahaan harus memiliki intelektual untuk mengembangkan suatu produk dari segi kualitas, harga, pelayanan, bentuk maupun manfaatnya, agar konsumen merasa tertarik dan puas terhadap produk yang ditawarkan. Namun harus tetap mengutamakan nilai islam. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah QS. Yunus: 100, yang berbunyi :

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۗ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى  
الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya: “Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan kemakmuran kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya”. Dari ayat tersebut dijelaskan, Allah menganjurkan

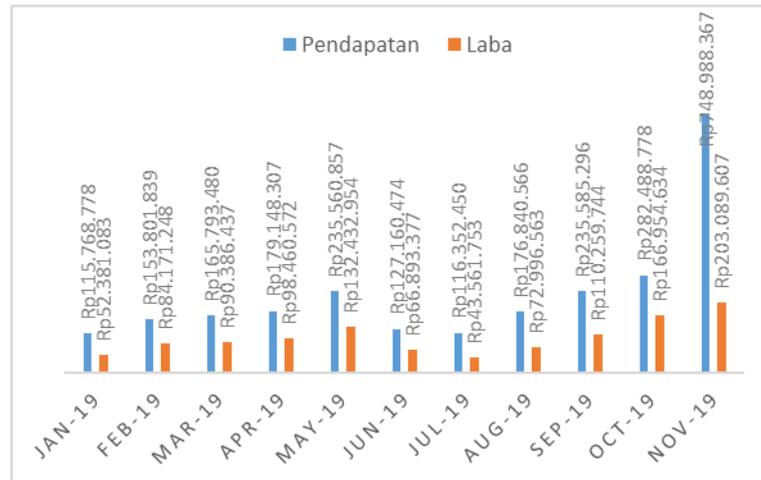
umatnya untuk menggunakan akalannya dalam melakukan segala hal aktivitas yang dilakukan sesuai syariat islam. Dan Allah akan menimpakan kemakmuran apabila umatnya tidak menggunakan akalannya dalam melakukan aktivitas yang sesuai dengan syariat islam.

Dalam al-Quran dijelaskan bahwa pada dasarnya hukum jual beli adalah halal. Sebagaimana sesuai dengan yang disebutkan dalam firman Allah QS. Al-Baqarah: 275, yang berbunyi :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>ع</sup>

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”. Dari ayat tersebut dijelaskan Allah menghalalkan jual beli, namun dalam ajaran islam juga mengatur etika etika jual beli dan rukun serta syarat-syaratnya. Hal tersebut bermaksud agar proses jual beli yang terjadi dalam kehidupan masyarakat tidak mengurangi unsur-unsur kehalalan dan sahnya jual-beli dalam islam. Adapun etika yang dimaksud adalah hendaknya perdagangan yang dilakukan memperdagangkan barang-barang yang diperbolehkan bukan dari barang-barang yang diharamkan dari islam.

Berikut merupakan data pendapatan dan laba dari PT. UMB Boga pada bulan Januari hingga November pada tahun 2019

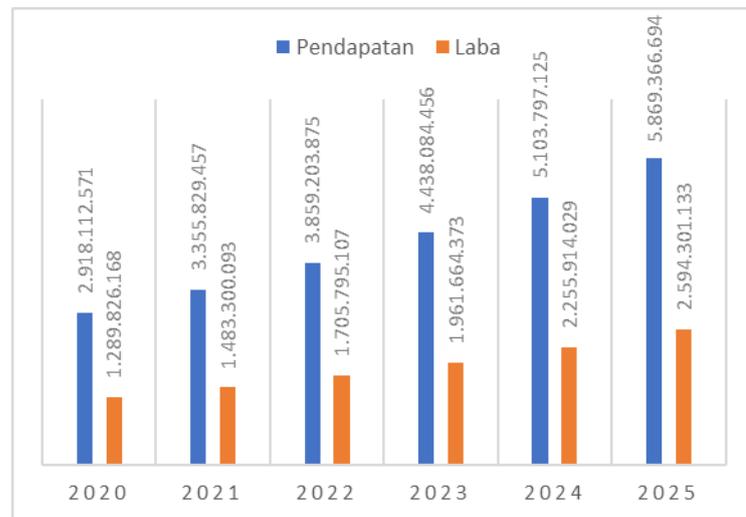


Sumber : PT. UMB Boga

**Gambar 1.1**

Data pendapatan dan laba Plaza Boga UMY

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada bulan November jumlah pendapatan dan laba pada plaza boga UMY mengalami kenaikan dengan jumlah pendapatan sebesar Rp.748.988.367 dan jumlah laba sebesar Rp.203.089.607. Pada bulan November pendapatan dan laba mendapatkan jumlah tertinggi, sedangkan jumlah pendapatan dan laba terendah berada pada bulan Januari dengan jumlah pendapatan sebesar Rp.115.768.778 dan jumlah laba sebesar Rp.52.381.083. Total keseluruhan dari Januari hingga November pada pendapatan adalah Rp.2.537.489.192 dan pada laba adalah Rp.1.121.587.972.



Sumber : PT. UMB Boga

**Gambar 1.2**

Data Target Capaian UMB Boga 5 tahun kedepan (2020-2025)

Berdasarkan pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa Plaza Boga UMY menargetkan pendapatan dan laba setiap tahunnya. Dilihat dari tahun 2020 hingga 2025 pendapatan dan laba yang ditargetkan plaza boga tiap tahunnya mengalami kenaikan. Nilai gap yang diperoleh dapat dilihat pada gambar 1.1 antara pendapatan dan laba tertinggi yaitu pada tahun 2019 bulan November dan gap terendah pada tahun 2019 bulan Januari.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Plaza Boga UMY dapat merealisasikan target yang telah diperkirakan untuk tahun 2020 hingga 2025 dan dapat melihat apakah plaza boga UMY sudah berkembang dengan baik, sesuai dengan target pendapatan yang telah ditetapkan. Apakah konsumen sudah puas dengan kualitas pelayanan, produk dan harga yang diberikan, dan dilihat dari letak lokasi apakah sudah cocok dan nyaman atau tidak. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk

melakukan penelitian berjudul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Plaza Boga Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*”.

Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan juga lokasi terhadap kepuasan pembelian pada pelanggan Plaza Boga UMY. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variable dependen yaitu kepuasan pelanggan dan variable independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas perlu adanya pembatasan masalah agar ruang lingkup penelitian ini menjadi lebih jelas. Penulis membatasi masalah pada

- a. Periode pengamatan atau penelitian yaitu Januari 2019 hingga Desember 2019.
- b. Waktu pengambilan data yaitu Maret - Mei 2020.
- c. Tempat penelitian yaitu universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- d. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa, dosen atau karyawan Universitas Muhammadiyah yang pernah berbelanja di plaza boga UMY.
- e. Penelitian yang dilakukan terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi sebagai variabel independen, serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY?

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan adanya permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan penulis melakukan penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen Plaza Boga UMY

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Akademis

- a. Sebagai penambah acuan referensi bagi penulis lain untuk memberikan bahan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut atau yang akan datang.
- b. Memperoleh pengetahuan mengenai tentang faktor-faktor dalam kepuasan konsumen kantin Plaza Boga UMY dibandingkan dengan kepuasan konsumen kantin atau rumah makan lainnya.
- c. Dapat menambah referensi mengenai kepuasan konsumen secara khusus tentang pelayanan plaza boga yang disajikan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi dan koleksi bacaan sehingga dapat digunakan sebagai sarana dalam menambah ilmu pengetahuan

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi dan sumber informasi mengenai factor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen lebih memilih berbelanja di kantin Plaza Boga UMY.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi dan mendapat gelar (S1) pada program studi ekonomi, FEB UMY.