

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini terus mengalami perubahan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk dan layanan. Perubahan tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin tinggi, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM tidak hanya membantu menyediakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi salah satu penggerak kegiatan ekonomi di berbagai daerah.

Salah satu bidang UMKM yang mengalami perkembangan adalah usaha kuliner. Meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai jenis makanan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Namun, peluang tersebut juga diikuti dengan semakin banyaknya usaha kuliner baru yang menawarkan produk sejenis. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami faktor yang dapat membuat pelanggan tetap memilih suatu produk dibandingkan dengan produk dari usaha lain.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kesesuaian antara harapan konsumen dengan pengalaman yang diperoleh setelah melakukan pembelian. Apabila pelanggan merasa produk yang diterima sesuai dengan harapan, maka pelanggan cenderung memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa kurang puas, maka kemungkinan pelanggan memilih produk dari usaha lain akan semakin besar.

Pada usaha kuliner, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya harga dan kualitas produk. Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian karena berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk. Konsumen akan mempertimbangkan apakah harga yang diberikan sudah sesuai dengan manfaat dan

kualitas yang diperoleh. Namun, tingkat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dapat berbeda pada setiap usaha karena dipengaruhi oleh kondisi usaha dan karakteristik konsumen.

Selain harga, kualitas produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk makanan. Pada usaha kuliner, kualitas produk dapat dilihat dari rasa, tampilan, bahan yang digunakan, kebersihan, ukuran, serta kesesuaian produk dengan pesanan pelanggan. Produk yang memiliki kualitas sesuai dengan harapan konsumen dapat memberikan pengalaman yang baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu UMKM kuliner yang berkembang di Kecamatan Bengkalis adalah Martabak Mandor. Martabak Mandor merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2018 dan menyediakan berbagai jenis martabak dengan pilihan rasa serta topping yang beragam. Selama menjalankan kegiatannya, Martabak Mandor tetap bertahan dalam persaingan bisnis kuliner dengan menawarkan berbagai variasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan awal, Martabak Mandor masih aktif menjalankan kegiatannya dan memiliki berbagai pilihan produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Keberlangsungan usaha tersebut menunjukkan adanya penerimaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Namun, keberadaan usaha dan aktivitas penjualan yang berjalan belum dapat menjelaskan secara pasti faktor apa saja yang membuat pelanggan merasa puas dan tetap memilih produk Martabak Mandor.

Untuk mengetahui gambaran produk yang ditawarkan, Martabak Mandor menyediakan berbagai pilihan martabak dengan variasi rasa, topping, dan harga yang berbeda. Berdasarkan data menu yang diperoleh dari UMKM Martabak Mandor, terdapat beberapa varian produk seperti Original, Pandan, Red Velvet, Black Forest, dan Coffee dengan pilihan topping klasik maupun premium. Variasi produk dan harga yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Variasi Menu dan Harga Martabak Mandor

No	Varian Martabak	Topping Klasik	Topping Premium
1	Original	Rp16.000	Rp23.000
2	Pandan	Rp20.000	Rp25.000
3	Red Velvet	Rp20.000	Rp25.000
4	Black Forest	Rp20.000	Rp25.000
5	Coffee	Rp20.000	Rp25.000

Sumber: Martabak Mandor

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa Martabak Mandor menawarkan variasi produk dengan rentang harga mulai dari Rp16.000 hingga Rp25.000. Adanya variasi harga tersebut memberikan pilihan bagi konsumen dalam menentukan produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pembelian. Namun, dalam persaingan usaha kuliner yang semakin meningkat, harga yang ditawarkan tidak hanya menjadi pertimbangan konsumen, tetapi juga perlu didukung oleh kualitas produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

Konsumen tidak hanya mempertimbangkan jumlah biaya yang harus dikeluarkan, tetapi juga memperhatikan kualitas produk yang diperoleh setelah melakukan pembelian. Produk dengan rasa yang sesuai, tampilan yang menarik, bahan yang baik, serta kesesuaian produk dengan harapan pelanggan dapat memberikan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor, khususnya dari aspek harga dan kualitas produk.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Kogoya, Ismail, dkk. (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. Selanjutnya, penelitian Ayunani, Varadina, dan Octavia (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai usaha martabak juga telah dilakukan oleh Habiburrahman dan Wijaya (2023) serta Widyakto, Soleh, dkk. (2023). Hasil

penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen pada usaha martabak. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk masih menjadi variabel yang relevan untuk dikaji dalam bisnis kuliner.

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak membahas hubungan antara harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan, masih terdapat perbedaan pada objek penelitian, lokasi penelitian, serta karakteristik konsumen yang diteliti. Penelitian sebelumnya dilakukan pada usaha kuliner di daerah yang berbeda, sedangkan penelitian ini berfokus pada UMKM Martabak Mandor yang berada di Kecamatan Bengkalis.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil tersebut belum tentu sama apabila diterapkan pada usaha dengan karakteristik konsumen, kondisi pasar, dan strategi usaha yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Martabak Mandor (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Bengkalis)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan Latar belakang yang telah di jabarkan sebelumnya, untuk itu penulis membuat rumusan masalah, yaitu sebagai berikut **“Bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Martabak Mandor pada masyarakat Kecamatan bengkalis?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam menganalisis pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pada UMKM Martabak Mandor Bengkalis
2. Bagi Pemilik Usaha
Hasil penelitian ini dapat membantu bisnis membuat keputusan, terutama tentang kebijakan harga dan peningkatan kualitas produk. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga bisnis dapat tetap bersaing dan berkembang
3. Bagi pihak lain
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau dasar pengembangan untuk penelitian lanjutan, terutama yang berkaitan dengan UMKM dan strategi pemasaran.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada analisis kepuasan pelanggan terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini meninjau beberapa aspek yang berkaitan dengan pemasaran, khususnya yang

berhubungan dengan harga dan indikator pemasaran yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui bagaimana peran faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan.

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini dibuat agar pembahasan lebih terarah dan tidak meluas. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel pemasaran yang berkaitan dengan harga dan indikator pemasaran terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada objek penelitian yang telah ditentukan dengan menggunakan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian.

Dengan adanya ruang lingkup dan batasan masalah ini, diharapkan penelitian dapat dilakukan secara lebih terfokus sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh faktor pemasaran, khususnya harga, terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing akan dibagi lagi sub bab yang akan dibahas secara rinci agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini ada sistematika setiap bab dan penjelasan singkatnya

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang sesuai dengan pokok pembahasan pada penelitian ini.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai berbagai metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian,

jenis dan sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengambilan data, dan pengumpulan data.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini Penulis menyajikan hasil dan pembahasan dari pengumpulan data yang berisi tentang menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Martabak Mandor

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis.