

# I. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Di Indonesia sekarang banyak beragam jenis industri yang semakin modern, yang salah satunya industri kuliner. Industri kuliner akhir-akhir ini berkembang dengan sangat pesat, dikarenakan industri dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan dasar setiap manusia, yaitu makanan dan minuman. Perkembangan industri ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi, serta gaya hidup masyarakat (Permatasari, 2020).

Perkembangan industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat. Di Indonesia perkembangan industri kuliner berdasarkan data dari badan Ekonomi dan Kreatif (BEKRAF) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,69% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp.1.134,9 triliun pada tahun 2020. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. Bahkan, industri makanan dan minuman tetap bisa tumbuh sebesar 0,22% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa industri kuliner mempunyai potensi besar di Indonesia untuk meningkatkan dan mengembangkan industri kuliner (Trihendrawan, 2020).

Meningkatkan dan mengembangkan industri kuliner di Indonesia, membuat para pelaku usaha harus memperhatikan faktor penting agar bisnis tersebut terus menerus berkembang dengan baik terutama dalam industri kuliner makanan, salah satunya yaitu makanan yang sudah sangat terkenal dikalangan masyarakat adalah seblak. Dalam perkembangannya seblak menjadi makanan

yang banyak digemari masyarakat Indonesia, dengan hal ini para pelaku usaha harus dapat menciptakan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi hal yang paling utama bagi setiap pelaku usaha, bagi pelaku usaha tanpa adanya konsumen perusahaan sulit untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya (Saputra et al, 2020).

Adanya konsumen menjadikan peluang bagi pebisnis yang berorientasi pada usaha kuliner untuk berlomba-lomba mendirikan bisnis usaha makanan untuk memenuhi keinginan konsumen. Masing-masing dari pengusaha makanan kuliner menawarkan menu dengan ciri khas masing-masing serta menampilkan keunggulan produknya. Setiap pengusaha tentunya mengharapkan agar konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang dilakukan perusahaan agar, perusahaan juga dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Dengan itu persaingan yang semakin ketat ditandai dengan adanya banyak bisnis kuliner yang menghasilkan produk yang sama, oleh karena itu perlu diketahui oleh pelaku usaha tentang harga yang relatif murah lokasi yang terjangkau dan kualitas produk yang baik (Agestina et al, 2019).

Menurut Lupiyoadi, (2011) kualitas produk yang baik akan memberikan nilai pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas suatu produk dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli dan akan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian suatu produk dalam hal itu kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Armstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan,

kemudahan pengoperasian, perbaikan, dan atribut berharga lainnya yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsi, hal itu termasuk total lainnya. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang berdasarkan keunggulan produk sudah layak diperjuangkan sesuai harapan dari konsumen (Mulyajho, 2015).

Produk juga menjadi salah satu penilaian dari masyarakat untuk melakukan pembelian dalam suatu produk misalnya produk makanan dengan itu apakah produk tersebut bersih, masih fresh atau tidak karena kualitas produk merupakan salah satu unsur penilaian terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang barang. Konsumen tentunya memiliki harapan akan produk yang berkualitas. Kualitas produk sangat penting dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama. Melihat posisi diatas, maka para pembisnis berkewajiban memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkan, apa yang menjadi seleranya, dan bagaimana cara konsumen berperilaku dan mengambil keputusan. Diharapkan dari pemahaman mendalam terhadap konsumen, maka perusahaan akan memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan agar mau membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Pada umumnya, konsumen akan cenderung memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah dengan itu harga juga menentukan suatu kepuasan konsumennya (Aris, 2019).

Harga merupakan jumlah dari semua nilai-nilai yang konsumen bayar untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Selain itu, adanya lokasi yang strategis juga akan memudahkan pelanggan untuk mencari produk yang dibutuhkan maupun diinginkan, sehingga pelanggan akan merasa puas. Menurut Stanton (2006) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang lainnya ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen, sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi penjualan secara lancar. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih (Dahlioni *et al*, 2021).

Konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian produk-produk atau tidak, kapan sebaiknya pembelian dilakukan serta berapa besar kebutuhan akan produk yang dibeli sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Suatu produk harus tepat dalam penentuan dan penetapan harga jualnya sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk tersebut. Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang bersaing merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru menunjukkan indikator kualitas dan dapat

dirancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument persaingan yang menentukan. Oleh sebab itu harga yang ditawarkan penjual relatif berbeda-beda sesuai dengan suatu kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu juga adanya lokasi yang strategis juga akan memudahkan konsumen untuk mencari produk yang dibutuhkan maupun diinginkan, sehingga konsumen akan merasa puas (Hanifudin *et al*, 2017).

Menurut Nugroho dan Paramita, (2009) lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke dalam pasar. Disamping itu, keputusan untuk pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadang kala sulit dilakukan dan sangat. Dengan adanya pemilihan lokasi yang benar akan memberikan keuntungan.

Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi akan ditempatkan. Hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis dan juga dapat memberikan kepuasan konsumen dalam suatu lokasi yang dituju (Utami, 2012).

Kepuasan konsumen apabila konsumen merasa kualitas produk, harga dan juga lokasi yang ditawarkan masih tidak puas maka hal tersebut dapat merugikan. Oleh sebab itu kepuasan konsumen itu tergantung dengan apa yang ditawarkan produsen. Sehingga dengan Semakin pesatnya perkembangan bisnis kuliner saat ini menjadi ancaman adanya persaingan bisnis dibidang yang sama. Sehingga banyak pelaku usaha mendirikan bisnis tersebut di Indonesia, salah satunya adalah bisnis kuliner di Kabupaten Ogan Komering Ulu mengalami perkembangan yang baik. Salah satu bisnis usaha kuliner di Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu Seblak. Seblak adalah makanan khas dan kekinian yang berasal dari bandung, jawa barat terbuat dari kerupuk yang dimasak dengan sayuran bersamaan telur dan lainnya bercita pedas. Seblak makin populer di tahun 2000, seblak dimakan, menggunakan varian bumbu dan rasa pedas. Dalam perkembangannya seblak menjadi makanan yang bisa dinikmati oleh banyak orang.

Seblak di Kabupaten Ogan Komering Ulu saat ini banyak di gemari dari berbagai kalangan masyarakat terutama di kalangan anak muda, karena seblak identik dengan rasanya yang pedas dimana sebagian besar orang indonesia gemar menyantap kuliner dengan rasa yang pedas, hal tersebut menjadi santapan favorit dari berbagai kalangan masyarakat terutama dikalangan anak muda dan menjadi daya tarik khususnya pecinta makanan pedas. Dengan persaingan yang kompetitif, menjadi permasalahan bagi produsen seblak di Kabupaten Ogan Komering Ulu dimana harus mampu menciptakan strategi dalam hal kebijakan penetapan harga, kualitas produk dan juga lokasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini

dapat menimbulkan dampak positif bagi produsen seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu agar mampu lebih unggul terhadap pesaing lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan Penelitian yang berjudul “Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang menarik untuk diangkat dan diteliti yaitu:

1. Bagaimana Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu?
2. Bagaimana Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Terhadap Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu?

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu.
2. Untuk merumuskan strategi meningkatkan kepuasan konsumen terhadap Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Sedangkan kegunaan penelitian ini :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Baturaja.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pelaku usaha setempat.
3. Serta sebagai bahan penelitian sejenis.