

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha kuliner merupakan usaha yang tidak akan pernah mati selama manusia masih membutuhkan makanan. Makanan pada dasarnya adalah salah satu kebutuhan pokok manusia setiap harinya, artinya yaitu manusia tidak akan pernah lepas dari kebutuhannya terhadap makanan untuk terus bertahan hidup. Namun, selain dengan untuk bertahan hidup kini seiring berjalannya zaman makanan menjadi gaya hidup juga. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pelaku bisnis kuliner yang berhasil dan berkembang dengan kreativitas dan inovasi untuk konsumen.

Salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia adalah industri kuliner. Masuknya industri kuliner ke dalam industri kreatif disebabkan oleh tingkat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku bisnis yang bekerja dalam industri kuliner ini.

Provinsi Jawa Barat merupakan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar kedua di sektor industri makanan dan minuman di Indonesia dengan presentase 16,77% setelah Provinsi Jawa Tengah yang menempati posisi pertama dengan presentase 17,56%.

Dalam kontribusi terhadap perkenomian suatu Provinsi pastinya tidak lepas dari kontribusi setiap Kabupaten/Kota. Di Jawa Barat terdapat 27 (dua puluh tujuh) Kabupaten/Kota, setiap Kabupaten/Kota. Diantara 27 Kabupaten/Kota di Jawa Barat, terdapat juga 27 (dua puluh tujuh) Kabupaten/Kota yang memiliki jumlah pelaku usaha industri kreatif.

Berikut ini peneliti sajikan tabel perkembangan jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2021-2023 berikut ini.

Tabel 1.1
Dua Puluh Tujuh Kabupaten/Kota dengan Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat Tahun 2021-2023

No.	Kabupaten / Kota	Tahun				
		2021	Kenaikan	2022	Kenaikan	2023
1	Kab. Bogor	50.634	6.27%	53.767	7.88%	57.094
2	Kab. Sukabumi	36.317	6.74%	38.564	8.00%	40.950
3	Kab. Cianjur	33.861	6.56%	35.956	6.23%	38.181
4	Kab. Bandung	47.695	9.80%	50.646	8.89%	53.780
5	Kab. Garut	34.986	9.06%	37.151	9.34%	39.449
6	Kab. Tasikmalaya	25.390	6.68%	26.961	6.62%	28.630
7	Kab. Ciamis	18.863	7.17%	20.030	10.72%	21.269
8	Kab. Kuningan	12.810	10.40%	13.602	10.68%	14.444
9	Kab. Cirebon	34.103	6.82%	36.213	7.51%	38.454
10	Kab. Majalengka	21.174	6.19%	22.485	5.83%	23.876
11	Kab. Sumedang	15.688	7.72%	16.659	7.19%	17.689
12	Kab. Indramayu	25.792	10.20%	27.388	6.20%	29.083
13	Kab. Subang	22.921	5.83%	24.339	7.17%	25.845
14	Kab. Purwakarta	11.779	11.32%	12.507	8.62%	13.281
15	Kab. Karawang	31.538	7.53%	33.490	7.89%	35.562
16	Kabupaten Bekasi	31.192	5.86%	33.122	7.23%	35.172
17	Kab. Bandung Barat	21.100	8.79%	22.405	9.43%	23.791
18	Kab. Pangandaran	8.140	9.93%	8.643	6.93%	9.178
19	Kota Bogor	11.665	6.80%	12.387	11.31%	13.153
20	Kota Sukabumi	5.397	7.20%	5.731	6.81%	6.086
21	Kota Bandung	46.434	8.62%	49.307	10.68%	52.358
22	Kota Cirebon	5.430	7.51%	5.766	6.82%	6.123
23	Kota Bekasi	27.414	6.60%	29.110	6.60%	30.911
24	Kota Depok	21.923	6.93%	23.280	7.29%	24.720
25	Kota Cimahi	7.683	6,17%	8.158	5,58%	8.663
26	Kota Tasikmalaya	12.301	6.42%	13.062	9.48%	13.870
27	Kota Banjar	3.496	8.36%	4.504	7.24%	5.634

Sumber : Open Data Jawa Barat.

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat 27 (dua puluh tujuh) Kabupaten/Kota dengan jumlah pelaku usaha UKM di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Bogor menduduki peringkat teratas dengan jumlah 57.094 pada tahun 2023. Sedangkan

Kota Cimahi memiliki jumlah pelaku usaha 8.663 yang pada tahun 2022 dengan presentase kenaikannya lebih rendah yaitu 5,58% dibandingkan dengan tahun 2021 yaitu 6,17% yang artinya Kota Cimahi mengalami perkembangan UKM yang masih kalah dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lainnya. Hal tersebut menjadi alasan bagi peneliti terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Kota Cimahi.

Meskipun presentase pertumbuhan atau peningkatan jumlah pelaku usaha tidak signifikan, UKM di Kota Cimahi tetap menjadi salah satu bisnis yang diminati masyarakat. Hal ini tentunya membuat para pemilik usaha UKM di Kota Cimahi harus berinovasi untuk mengembangkan bisnis mereka agar dapat bertahan dalam persaingan.

Ekonomi kreatif digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Perkembangan industri kreatif telah diatur oleh Negara di dalam UU. No. 3 Tahun 2014 yang mengatur tentang perindustrian.

Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri kreatif yang berada di Kota Cimahi memiliki beberapa macam macam perbedaan. Pada setiap subsektor industri kreatif tentunya memiliki Produk Domestik Regional Bruto atau PDRB yang berbeda pula antara subsektor satu dengan subsektor yang lainnya.

Perputaran bisnis UKM di Kota Cimahi sejauh ini berhasil memberikan kontribusi kepada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) industri kreatif. Berikut terdapat data mengenai kontribusi subsektor industri kreatif di Kota Cimahi tahun 2021 sampai tahun 2023 pada halaman selanjutnya.

Tabel 1.2
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif pada PDRB Kota Cimahi
Tahun 2021 -2023

No	Industri Kreatif	2021	%	2022	%	2023	%
		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB	
1	Film, Animasi dan Video	15.864.710.000	46.58%	17.964.710.000	46.31%	18.525.850.000	45.74%
2	Kerajinan	5.285.840.000	15.11%	5.667.200.000	15.43%	6.267.800.000	15.48%
3	<i>Fashion</i>	4.402.880.000	12.26%	4.637.080.000	12.85%	5.206.480.000	12.86%
4	Kuliner	2.227.640.000	6.10%	2.320.160.000	6.50%	2.563.940.000	6.33%
5	Penerbitan dan Percetakan	1.470.950.000	4.28%	1.515.000.000	4.29%	1.732.800.000	4.28%
6	Desain Produk	1.306.950.000	3.92%	1.456.610.000	3.81%	1.783.830.000	4.40%
7	Periklanan	1.067.670.000	2.99%	1.140.930.000	3.12%	1.248.320.000	3.08%
8	Fotografi	726.630.000	2.26%	705.450.000	2.12%	774.340.000	1.91%
9	Layanan Komputer	508.720.000	1.56%	584.800.000	1.49%	653.350.000	1.61%
10	Televisi dan Radio	424.590.000	1.33%	523.930.000	1.28%	617.560.000	1.52%
11	Aplikasi	353.810.000	0.92%	378.890.000	1.03%	420.910.000	1.04%
12	Desain Interior	345.270.000	0.96%	362.570.000	1.01%	397.390.000	0.98%
13	Seni Pertunjukan	345.270.000	0.06%	362.570.000	0.06%	397.390.000	0.06%
14	Game Developer	66.970.000	0.21%	69.220.000	0.20%	76.580.000	0.19%
15	Musik	55.820.000	0.16%	64.620.000	0.16%	72.670.000	0.18%
16	Permainan Interaktif	21.500.000	0.31%	22.440.000	0.34%	23.940.000	0.33%
	Jumlah	34.244.470.000	100.00%	37.538.210.000	100.00%	40.499.390.000	100.00%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cimahi.

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat 16 subsektor industri kreatif yang ada pada departemen perdagangan yang berkontribusi terhadap pendapatan daerah di Kota Cimahi pada tahun 2021 sampai dengan 2023.

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Cimahi tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 didominasi oleh 3 (tiga) subsektor industri kreatif, yaitu industri film animasi dan video, industri kerajinan, dan industri fashion. Dalam hal ini industri kuliner bukan termasuk tiga besar kontribusi terhadap PDRB Kota Cimahi.

Dilihat dari Tabel 1.2 kontribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terbesar terdapat pada industri film, animasi dan video dengan presentase yaitu sebesar 45,74% , diikuti oleh industri kerajinan yaitu dengan presentase sebesar 15,48% dan industri fashion sebesar 12,86%.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa industri kuliner belum termasuk subsektor industri kreatif yang mendominasi atas distribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Cimahi. Kontribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang terdapat industri kuliner yaitu sebesar 6.33% dilihat dari presentasinya industri kuliner di Kota Cimahi cenderung mengalami penurunan di tahun sebelumnya. Alasan inilah yang membuat peneliti terdorong untuk menjadikan industri kuliner sebagai permasalahan yang akan diteliti.

Industri kuliner di Kota Cimahi terus berusaha berkembang dan memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah. Walau bukan sebagai subsektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB Kota Cimahi namun tetap memberikan peluang banyak untuk pelaku usaha yang berperan penting dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif dengan membuka dan mengembangkan usaha di bidang kuliner.

Kota Cimahi pada umumnya mempunyai peluang yang tinggi untuk para pelaku usaha agar bisa mengembangkan bisnis kuliner, dikategorikan bahwa kuliner sebagai industri yang abadi karena bisnis kuliner berkaitan dengan kebutuhan pangan sehari-hari masyarakat. Semakin tingginya peluang usaha di industri kuliner maka seharusnya perkembangan pelaku usaha bisa semakin tinggi. Hal ini karena disebabkan oleh pangsa pasar yang tinggi menyebabkan industri kuliner kehilangan jati dirinya dan persaingan yang semakin ketat di industri lainnya.

Dilihat dari banyaknya pelaku usaha kuliner tidak terlepas dari kepadatan penduduk di Kota Cimahi. Kepadatan penduduk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha.

Peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya maka secara tidak langsung meningkat pula kebutuhan hidup yang harus dipenuhi terutama kebutuhan primer pangan. Ketika penduduk Kota Cimahi harus memenuhi kebutuhan pangan, maka kondisi tersebut merupakan kesempatan bagi pelaku usaha yang mengembangkan bisnisnya.

Berikut peneliti sajikan data mengenai laju pertumbuhan penduduk Kota Cimahi tahun 2020 sampai dengan 2023:

Tabel 1.3
Proyeksi dan Laju Pertumbuhan Penduduk
di Kota Cimahi Tahun 2019 - 2023

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun
2019	543.048	
		1,04%
2020	568.400	
		1,46%

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun
2021	571.632	
		0,57%
2022	595.235	
		1,97%
2023	604.304	
		1,50%

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Cimahi.

Berdasarkan Tabel 1.3 bahwa jumlah penduduk Kota Cimahi terus meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2023 meskipun peningkatannya tidak terlalu besar. Namun sekecil apapun kenaikan tersebut tentunya akan berdampak pada perusahaan yang menjual barang atau jasa. Jumlah penduduk Kota Cimahi yang terus meningkat setiap tahunnya menunjukkan semakin banyak pelaku usaha yang akan menyerap produk.

Kepadatan penduduk ini juga merupakan pentunjuk bahwa perkembangan bisnis kuliner di Kota Cimahi bisa sangat mempunyai potensial karena selama manusia membutuhkan makanan maka bisnis kuliner akan terus berkembang karena konsumen akan mencari untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan.

Tabel 1.4
Jumlah Usaha Kuliner di Kota Cimahi 2021 - 2023

Jenis Usaha	Tahun				
	2021	Kenaikan	2022	Kenaikan	2023
Restoran	70	21,43%	86	18,60%	98
Rumah Makan	55	18,18%	60	8,33%	84
Pujasera	0	0,00	0	0,00	0
Cafe	30	23,33%	45	33,33%	51
Pub (bar)	0	0,00	0	0,00	0
Jasa Boga	50	8,00%	48	-4,17%	35
Bakery	27	24,44%	37	27,03%	51
Jumlah	215		250		279

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cimahi

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa industri kuliner di Kota Cimahi mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa bisnis kuliner di Kota Cimahi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun salah satu usaha kuliner mengalami penurunan yaitu usaha jasa boga dimana pada tahun 2023 hanya memiliki jumlah usaha mencapai 35 dengan penurunan presentase sebesar 4.17%.

Persaingan yang semakin kompetitif memicu para pelaku usaha untuk merebut atau menguasai pangsa pasar dengan membuat produk dan jasa yang baru. Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki pengetahuan untuk kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan produk dan jasa yang akan dibeli dan menjadi fokus utama mereka saat membuat keputusan.

Standar kualitas menu, standar pelayanan, dan penampilan karyawan adalah sebuah perbedaan mendasar antara jenis bisnis jasa makanan dan minuman. Seperti di rumah makan, di dalam rumah makan ini memiliki dapur khusus untuk memasak karena tujuan utamanya yaitu mengelola bahan baku yang mentah menjadi makanan siap saji atau menjadi bahan jadi.

Dengan demikian makanan dapat dihidangkan langsung ketika sudah matang, sehingga pelayan dapat mengantarkan pesanan. Berbeda pula dengan restoran waralaba, jenis ini didominasi oleh restoran siap saji seperti Pizza Hut, McDonald's, Richeese Factory, dan Burger King.

Kafe juga merupakan tempat yang nyaman untuk berbincang dan bersantai di mana pelanggan dapat memesan makanan dan minuman yang tersedia. Kafe biasanya didominasi oleh penyajian makanan dan minuman yang bersifat ringan

dan sederhana, jika dilihat dari segi biaya kafe biasanya lebih murah atau mungkin lebih atau dapat dijangkau oleh banyak kalangan seperti mulai dari remaja hingga orang tua.

Pusat penjualan makanan dan minuman atau disebut pujasera, yaitu sebuah tempat makan yang terdiri dari gerai-gerai makanan dan minuman dengan aneka yang variatif, pelanggan bisa memilih banyak jenis makanan dan minuman yang sangat variatif dalam satu tempat.

Jenis yang terakhir yaitu jasa boga atau *catering* jenis ini tidak adanya tempat beroperasi seperti kelima jenis lainnya namun disini bentuknya melayani pemesanan makanan dan minuman dalam jumlah banyak dan biasanya melayani pemesanan untuk acara seperti pesta dan lain lain.

Berikut peneliti sajikan jumlah usaha jasa boga di beberapa wilayah Kota Cimahi dari tahun 2021 hingga 2023:

Tabel 1.5
Jumlah Catering di beberapa Wilayah di Kota Cimahi
Tahun 2021 – 2023

No	Wilayah	Tahun		
		2021	2022	2023
1	Cimahi Tengah	10	9	5
2	Cimahi Utara	20	19	10
3	Cimahi Selatan	20	20	20
Total		50	48	35

Sumber : Dinas Perdagangan dan Koperasi Kota Cimahi

Berdasarkan data pada Tabel 1.5 pada tahun 2021 hingga 2023 terdapat beberapa jasa boga yang tersebar di wilayah Kota Cimahi. Menurut data, jumlah

jasa boga di Cimahi Selatan merupakan terbanyak yaitu 20 *catering* dan konsisten setiap tahunnya tidak berkurang maupun menambah. Cimahi Tengah memiliki jumlah *catering* paling sedikit, pada tahun 2021 terdapat 10 *catering* dan tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 9 *catering* sedangkan tahun 2023 mengalami penurunan yang banyak menjadi hanya 5 *catering*.

Tabel 1.6
Data Omset Jasa Boga *Catering* di Wilayah Cimahi Tengah 2023

BULAN	JUMLAH OMSET				
	SEIDA CAHYA	ITA'S KUKER SNACK AND CATERING	UMIRA KITCHEN	PENI CATERING	DAPUR SAMI
Januari	25.740.560	35.780.000	39.750.000	29.158.000	32.987.000
Februari	29.720.660	45.450.000	45.700.000	27.231.000	39.100.000
Maret	30.663.200	46.982.690	50.260.500	21.268.000	34.410.000
April	37.996.000	50.549.700	65.970.500	34.679.000	45.150.000
Mei	30.450.500	43.037.890	52.790.000	40.030.000	44.820.000
Juni	40.549.000	48.317.800	56.942.000	44.025.000	48.642.000
Juli	40.659.000	42.946.100	60.672.000	40.672.500	53.890.000
Agustus	57.556.000	35.000.500	76.984.000	55.613.000	61.450.000
September	63.650.000	33.494.000	76.900.000	53.067.500	73.139.000
Oktober	72.986.000	30.779.000	62.160.000	60.250.800	79.600.300
November	70.983.000	28.521.500	55.890.000	66.620.000	53.218.000
Desember	91.890.555	19.650.500	76.983.000	63.976.000	79.456.000
Jumlah	563.123.810	460.509.680	721.002.000	536.590.800	645.862.300

Sumber : Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi.

Berdasarkan Tabel 1.6 dapat terlihat 5 *catering* berdasarkan omset tahun 2023 yang ada di wilayah Cimahi Tengah. Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat omset yang rendah yaitu pada Ita's Kuker Snack and Catering sebanyak 460.509.680, sedangkan untuk omset tertinggi terdapat pada Umira Kitchen sebanyak 721.002.000. Dilihat dari data tersebut menunjukkan bahwa Ita's Kuker Snack and Catering kalah bersaing dengan jasa boga *catering* yang berada di sekitarnya, namun meskipun begitu hal tersebut tidak membuat Ita's Kuker Snack and Catering tidak bisa bersaing dengan jasa boga *catering* lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti Ita's Kuker Snack and Catering sebagai objek penelitian ini.

Ita's Kuker Snack and Catering ini merupakan salah satu jasa boga di kota Cimahi, produk yang dihasilkan beragam yaitu; aneka snack, cake, pastry, roti, olahan makanan berat berupa nasi box, buffet, tumpeng dan masih banyak lagi. Jasa boga ini cocok untuk menjadi penyedia makanan dan minuman untuk suatu acara formal maupun non-formal.

Secara kepemilikan usaha ini adalah milik perorangan. Sebagai pemilik Rita Mulyati berupaya menjaga usaha ini untuk kepuasan seluruh pelanggan, baik sisi kualitas dan kuantitas produk dan jasa. Berkaitan dengan data yang terlampir peneliti merasa tertarik ingin melakukan penelitian dan wawancara dengan pemilik Ita's Kuker Snack and Catering.

Salah satu hasil wawancara dengan pemilik, didapat pula jumlah omset yang dimiliki oleh Ita's Kuker Snack and Catering tahun 2019 hingga 2023 di halaman selanjutnya.

Tabel 1.7
Data Omset Per-Tahun Ita's Kuker Snack and Catering
Tahun 2018 - 2023

NO	TAHUN	JUMLAH OMSET	%
1	2019	720.650.500	↑6,95%
2	2020	700.760.000	↓2,84%
3	2021	630.525.800	↓11,14%
4	2022	563.951.600	↓11,80%
5	2023	460.509.680	↓22,46%

Sumber : Ita's Kuker Snack and Catering

Berdasarkan Tabel 1.7 dapat dilihat bahwa jumlah omset pertahun selama dua tahun yaitu tahun 2018 dan 2019 memiliki kenaikan, namun di tahun 2020 hingga 2023 omset pertahun Ita's Kuker Snack and Catering mengalami penurunan berturut-turut. Hal ini memperlihatkan adanya masalah, penurunan jumlah omset ini tentu mempengaruhi jumlah penjualan dan akan berdampak pada keuntungan yang diterima oleh pelaku usaha.

Berdasarkan dengan Tabel 1.7 apabila dapat disimpulkan terdapat penurunan jumlah omset pada Ita's Kuker Snack and Catering, pendapatan yang diperoleh oleh Ita's Kuker Snack and Catering cenderung menurun karena banyaknya pelaku usaha yang sejenis dibidang Jasa Boga yang tersebar di Kota Cimahi dan strategi pemasaran yang diterapkan dinilai kurang menarik bagi konsumen

Untuk mengetahui lebih detail kondisi yang terjadi didalam Ita's Kuker Snack and Catering, peneliti sajikan data keluhan yang peneliti peroleh yang diduga menyebabkan turunnya jumlah penjualan pada halaman selanjutnya.

Tabel 1.8
Data Jumlah Keluhan Konsumen Ita's Kuker Snack and Catering Tahun 2023

No	Bulan	Total Keluhan
1	Januari	30
2	Februari	23
3	Maret	47
4	April	63
5	Mei	47
6	Juni	30
7	Juli	59
8	Agustus	51
9	September	50
10	Oktober	52
11	November	60
12	Desember	62
Jumlah		574

Sumber : Ita's Kuker Snack and Catering

Berdasarkan Tabel 1.8 menunjukkan bahwa keluhan dari konsumen Ita's Kuker Snack and Catering tersebut dapat mempengaruhi secara langsung pada penurunan jumlah penjualan. Ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk dan jasa akan menyebabkan konsumen tersebut akan merasa kecewa terhadap kinerja yang telah diberikan karena tidak sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen Ita's Kuker Snack and Catering selama 1 tahun terakhir.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa keluhan dari konsumen Ita's Kuker Snack and Catering dapat memengaruhi kepuasan secara langsung pada penurunan volume penjualan. Dengan keluhan tersebut, Ita's Kuker Snack and Catering harus memperbaikinya agar produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen bisa sesuai dengan harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dan membuat konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Karena kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, selain itu memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas dengan produk atau jasa ketika kebutuhannya berhasil terpenuhi. Artinya kepuasan menjadi salah satu faktor kunci dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Jika konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan tentu konsumen akan merekomendasikan produk yang dibelinya pada teman, keluarga atau kerabat dekatnya dan juga konsumen akan percaya dengan perusahaan yang akan memberikan kenyamanan bagi konsumennya. Hal ini berarti kepuasan menjadi salah satu faktor kunci bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

Disinilah kinerja pemasaran digunakan untuk mengukur prestasi sebuah produk. Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengetahui prestasi pasar dari produk atau jasa nya, sebagai cermin keberhasilan usaha di dunia bisnis.

Berkaitan dengan hal tersebut untuk mengetahui lebih lanjut maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan (pra-survei) dengan cara menyebarkan kusioner kepada 30 konsumen Ita's Kuker Snack and Catering mengenai variabel kinerja pemasaran yang akan peneliti sajikan.

Berikut ini data hasil penelitian pendahuluan terkait kinerja pemasaran terhadap 30 konsumen Ita's Kuker Snack and Catering :

Tabel 1.9
Penelitian Pendahuluan Kinerja Pemasaran Ita's Kuker Snack and Catering Tahun 2023

No	Pernyataan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Keputusan Pembelian								
1	Membeli produk di Ita's Kuker Snack and Catering adalah keputusan yang sangat tepat	5	10	10	5	-	3.5	Baik
2	Membeli produk di Ita's Kuker Snack and Catering karena sesuai dengan kebutuhan	8	7	15	-	-	3.7	Baik
3	Pencarian informasi pada beberapa Jasa Boga di Cimahi dan memilih Ita's Kuker Snack and Catering	10	5	9	6	-	3.6	Baik
Skor Rata-rata Keputusan Pembelian							3.5	
Kepuasan Konsumen								
1	Pelayanan yang diberikan Ita's Kuker Snack and Catering memuaskan	2	4	7	15	-	2.5	Kurang Baik
2	Produk yang ditawarkan di Ita's Kuker Snack and Catering memuaskan	2	4	7	12	3	2.4	Kurang Baik
Skor Rata-rata Kepuasan Konsumen							2.7	
Loyalitas Konsumen								
1	Melakukan pembelian ulang di Ita's Kuker	11	7	7	4	1	3.7	Baik

No	Pernyataan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
	Snack and Catering							
2	Merekomendasi kepada kerabat, atau keluarga untuk membeli produk di Ita's Kuker Snack and Catering	10	10	2	7	1	3.7	Baik
Skor Rata-rata Loyalitas Konsumen							3.2	
Skor Rata-rata							3.3	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada Tabel 1.9 yang peneliti sajikan di atas berdasarkan hasil penelitian pendahuluan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan yang telah peneliti lakukan kepada 30 responden yang pernah membeli produk Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi mengenai keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Tabel 1.9 diatas yang diberi warna kuning diindikasikan bermasalah. Kepuasan konsumen yang mendapati nilai rata – rata paling terendah diantara keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Nilai rata – rata terkecil yaitu berada di kepuasan konsumen 2,7 dibandingkan dengan variabel keputusan pembelian dengan nilai 3,5 dan variabel loyalitas konsumen dengan jumlah nilai 3,2. Hal ini menunjukkan kepuasan menjadi salah satu faktor kunci bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya.

Memuaskan konsumen merupakan kewajiban bagi pelaku usaha selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Salah satu strategi

yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran.

Menurut (Sumartini & Tias, 2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadap volume penjualan sehingga kepuasan konsumen yang baik akan dapat meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Senada dengan teori menurut (Tjiptono, 2019: 130) bahwa bauran pemasaran dapat berpengaruh terhadap terciptanya kepuasan konsumen, dan bauran pemasaran merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk atau jasa untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumen.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan (Tjiptono, 2019: 45). Jerome McCarthy merumuskan Konsep Bauran Pemasaran menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*). Yang kemudian diperluas dan ditambahkan tiga unsur lainnya sehingga bauran pemasaran menjadi 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence*).

Dengan hal tersebut peneliti juga telah melakukan penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran yang disebarkan kepada 30 responden konsumen Ita's

Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi untuk mengetahui permasalahan pada variabel nya pada halaman selanjutnya.

Tabel 1.10
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran Ita's Kuker Snack And Catering Tahun 2023

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Product								
1	Produk Ita's Kuker Snack and Catering memiliki tingkat masa berlaku produk yang baik. (<i>Durability</i>)	2	4	6	11	7	2.4	Kurang Baik
2	Produk yang disajikan Ita's Kuker Snack and Catering memiliki rasa yang sesuai dengan selera (<i>Serviceability</i>)	3	3	5	9	10	2.3	Kurang Baik
3	Produk yang diberikan Ita's Kuker Snack and Catering sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. (<i>Conformance Quality</i>)	2	2	6	12	8	2.2	Kurang Baik
4	Kualitas Produk Ita's Kuker Snack and Catering memiliki reputasi yang baik dimata konsumen (<i>Perceived Quality</i>)	1	3	11	7	8	2.4	Kurang Baik
Rata-rata Product						2.3		

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Price								
1	Harga produk lebih murah dibandingkan produk pesaing.	3	3	12	7	5	2.7	Kurang Baik
2	Harga yang diberikan Ita's Kuker Snack and Catering sesuai dengan kualitas pelayanan.	3	1	10	10	6	2.5	Kurang Baik
3	Harga yang diberikan Ita's Kuker Snack and Catering sesuai dengan manfaatnya.	4	0	13	7	6	2.6	Kurang Baik
4	Itas kuker Snack and Catering memiliki harga yang terjangkau.	2	2	8	10	8	2.3	Kurang Baik
Rata-rata Price						2.6		
Place								
1	Lokasi Ita's Kuker Snack and Catering sangat strategis dan mudah dijangkau	7	14	5	4	0	3,8	Baik
2	Ita's Kuker Snack and Catering memiliki tempat parkir yang memadai	9	13	5	4	0	4,0	Sangat Baik
3	Ita's Kuker Snack and Catering memiliki lingkungan yang baik, segar dan bersih.	8	11	8	0	3	3.7	Baik

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
4	Lokasi Ita's Kuger Snack and Catering dapat terlihat dengan jelas	6	20	2	2	0	4.0	Sangat Baik
Rata-rata Place						3.8		
Promotion								
Public Relations								
1	Ita's Kuger Snack and Catering memberikan informasi tentang dalam bentuk <i>sponsorship</i> mampu menarik minat saya.	6	23	1	0	0	4,1	Sangat Baik
Advertising								
2	Iklan (brosur, poster) yang di pakai Ita's Kuger Snack and Catering menarik Perhatian saya.	5	11	10	3	1	3,5	Baik
Sales Promotion								
3	Ita's Kuger Snack and Catering melakukan promosi penjualan (kupon, potongan harga, paket harga) yang sangat menarik.	15	7	5	1	2	4.0	Sangat Baik
Personal Selling								
4	Admin Ita's Kuger Snack and Catering memberikan penjelasan detail	8	12	5	3	2	3.7	Baik

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
	mengenai produk dan layanan secara langsung.							
Direct Marketing								
5	Ita's Kuker Snack and Catering selalu melakukan promosi yang dikirim pada fitur <i>Broadcast Messenger</i> .	4	9	10	5	2	3.2	Cukup Baik
Social Media								
6	Promosi yang dilakukan Ita's Kuker Snack and Catering pada <i>Social Media</i> (Instagram, Facebook, dll) sangat menarik.	7	9	7	5	2	3.4	Baik
Event								
7	Mengetahui Ita's Kuker Snack and Catering melalui sebuah event yang di selenggarakan.	9	10	7	1	3	3.7	Baik
Word Of Mouth								
8	Informasi mengenai Ita's Kuker Snack and Catering di dapatkan atas rekomendasi teman dan kerabat.	10	8	9	3	0	3.9	Baik
Rata-rata Promotion						3.6		
People								
1	Karyawan Ita's Kuker Snack and Catering dapat	5	8	14	3	0	3,5	Baik

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
	melakukan tugasnya dengan sangat handal penuh keahlian.							
2	Karyawan Ita's Kuger Snack and Catering selalu bersikap ramah, baik, dan sopan.	1	12	10	8	1	3,3	Baik
3	Karyawan Ita's Kuger Snack and Catering sudah memenuhi syarat yang ditetapkan.	8	8	7	5	2	3.5	Baik
4	Karyawan Ita's Kuger Snack and Catering mampu memberikan informasi dengan jelas.	9	5	9	6	1	3.5	Baik
Rata-rata People						3.4		
Process								
1	Proses pemesanan di Ita's Kuger Snack and Catering sangat cepat dan mudah.	7	12	8	2	1	3,7	Baik
2	Proses pengiriman pesanan Ita's Kuger Snack and Catering tepat waktu.	11	9	7	3	0	3,8	Baik
3	Berbagai metode pembayaran di Ita's Kuger Snack and Catering sangat lengkap.	15	9	5	1	0	4.2	Sangat Baik

No	Pernyataan	Jawaban					Rata – rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
4	Proses respon karyawan Ita's Kuker Snack and Catering kepada pelanggan sangat cepat dan tanggap.	7	9	8	4	2	3.5	Baik
Rata-rata Process						3.8		
Physical Evidence								
1	Suasana dapur Ita's Kuker Snack and Catering bersih, terang, luas, dan aman.	7	12	8	3	0	3,7	Baik
2	Fasilitas yang disediakan Ita's Kuker Snack and Catering dalam kondisi baik, bersih dan lengkap.	11	9	7	3	0	3,8	Baik
Rata-rata Physical Evidence						3.7		
Skor Rata-rata						3.3		

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 1.10 di atas merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi. Dari hasil penelitian tersebut yang diberi tanda kunding diindikasikan yang paling bermasalah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa dapat permasalahan dari variabel kualitas produk dan harga. Berdasarkan penelitian pendahuluan tersebut dapat diketahui yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen pada Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi yaitu kualitas produk dan harga.

Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen bahkan mampu melebihi harapan konsumen. Kualitas produk merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pelaku usaha. Kualitas produk memiliki arti penting bagi nilai konsumen. Produk perlu disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasar produk berhasil. Kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen (Tjiptono, 2019: 134).

Pada hasil penelitian pendahuluan Ita's Kuker Snack and Catering dengan pernyataan "Ita's Kuker Snack and Catering menyajikan produk yang berkualitas memenuhi standar." dengan nilai rata-rata 2,4 lalu pernyataan "Ita's Kuker Snack and Catering menawarkan produk yang berbeda dari pesaing" dengan nilai rata-rata 2,3 lalu pernyataan "Produk yang diberikan Ita's Kuker Snack and Catering sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan" dengan nilai rata-rata 2,2 pernyataan terakhir yaitu "Ita's Kuker Snack and Catering memiliki beberapa variasi produk" dengan nilai rata-rata 2,4.

Empat pernyataan tersebut mendapatkan kategori kurang baik. Kategori kurang baik menunjukkan bahwa adanya masalah pada topic tersebut. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Hamzah & Ariesta (2022) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Mengenai variabel harga dengan pernyataan "harga produk lebih murah dibandingkan dengan produk pesaing" dengan nilai rata-rata 2,7 pernyataan "harga sesuai dengan kualitas pelayanan" dengan nilai rata 2,5 pernyataan "Harga yang

diberikan Ita's Kuker Snack and Catering sesuai dengan manfaatnya” dengan nilai rata-rata 2.6 pernyataan terakhir “Itas kuker Snack and Catering memiliki harga yang terjangkau” dengan nilai rata-rata 2.3.

Empat pernyataan tersebut mendapat kategori kurang baik. Berdasarkan pernyataan tersebut terindikasi masalah pada topic tersebut. Harga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha, karena harga merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Andjar R & Haerudin (2020) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pengaruh kualitas produk dan harga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Jarot Alfauzan dan Yudhi Koesworodjati (2024) pada Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan perolehan data yang telah peneliti temukan dan fenomena yang ada menunjukkan bahwa adanya permasalahan pada Kepuasan Konsumen di Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen yaitu kualitas produk dan harga pada Ita's Kuker Snack and Catering ini masih belum dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk menjadikan permasalahan yang terjadi menjadi sebagai topik penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Konsumen ITA'S KUKER SNACK AND CATERING CIMAHI)”**

1.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Dimana terdapat fenomena masalah dalam Variabel tersebut. Peneliti meneliti fenomena tersebut dan membuat identifikasi masalah serta merumuskan permasalahan-permasalahan yang ada di latar belakang penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka dapat ditarik identifikasi masalah yang menimbulkan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut.

1. Kota Cimahi merupakan kota dengan pertumbuhan presentase paling kecil pada jumlah UMKM yang ada di Provinsi Jawa Barat
2. Jumlah pelaku usaha subsektor kuliner merupakan subsektor yang masih kalah dibanding dengan tiga subsektor yang berkontribusi tinggi terhadap PDRB Kota Cimahi.
3. Jenis industri kuliner berdasarkan jenis usaha jasa boga mengalami penurunan presentase dibandingkan jenis usaha lainnya.
4. Presentase jasa boga di daerah Cimahi Tengah mengalami penurunan.
5. Ita's Kuker Snack and Catering mendapatkan omset penjualan terendah jasa boga yang ada di daerah Cimahi Tengah
6. Terdapat keluhan konsumen Ita's Kuker Snack and Catering yang menyebabkan rendahnya tingkat kepuasan konsumen.

7. Kepuasan Konsumen Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi masih rendah
8. Kualitas Produk pada Ita's Kuker Snack and Catering belum sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
9. Harga pada Ita's Kuker Snack and Catering tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan serta harga lebih tinggi dibandingkan produk pesaing.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diajukan maka permasalahan yang ingin diteliti peneliti adalah sebagai berikut.

- 1 Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi
- 2 Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi.
- 3 Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kepuasan Konsumen Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi.
- 4 Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi
2. Tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi
3. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan konsumen terhadap Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bukan hanya bagi peneliti, akan tetapi diharapkan akan menambah ilmu bagi mereka juga diharapkan akan memiliki kegunaan sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk membantu memberikan sumbangan wawasan serta pengetahuan. Penelitian ini diharapkan berguna secara teoritis dan dibutuhkan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini yang telah dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi praktis bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Peneliti :
 - a. Peneliti mengetahui perkembangan industri kreatif subsektor kuliner di Kota Cimahi

- b. Peneliti berharap dapat lebih mengetahui ilmu pengetahuan pemasaran yang luas dan mendalam khususnya terkait dengan topic penelitian yang diangkat yaitu mengenai Kualitas Produk dan Harga dan dapat mengaplikasikan teori dan konsep pemasaran yang diangkat dalam topic penelitian dalam kehidupan sehari-hari.
 - c. Peneliti dapat mengetahui hal-hal yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi.
2. Bagi Perusahaan :
- a. Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi pelaku usaha sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam Kualitas Produk dan Harga Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi.
 - b. Dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan dalam melakukan kebijakan strategi pemasaran menyangkut Kualitas Produk dan Harga Ita's Kuker Snack and Catering Kota Cimahi.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menangani masalah yang akan dihadapi berkaitan dengan Kepuasan Konsumen terhadap Ita's Kuker Snack and Catering di Kota Cimahi
3. Bagi Pihak Lain :
- a. Sebagai masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sejenis.
 - b. Sebagai referensi penelitian-penelitian lain yang sejenis.

- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian imiah yang akan dilakukan oleh peneliti lain.