

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita tahu, zaman terus berubah. Di masa lalu, segala kegiatan bisnis dilaksanakan secara manual dan teknologi yang dipakai masih kuno. Namun, di masa sekarang, segala kegiatan bisnis semakin terdigitalisasi dengan banyak bermunculan bisnis daring yang memakai sistem informasi dan teknologi terkemuka seperti *online shop*, aplikasi antar penumpang atau makanan melalui Gojek dan Grab, metode pembayaran melalui dompet digital seperti OVO, sistem *Point Of Sales* (POS) di kasir, media sosial untuk promosi bisnis seperti Instagram, dan lain sebagainya. Tentunya, semua hal ini tidak terlepas dari kemajuan dalam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang mempermudah segala aspek kehidupan manusia, khususnya dalam urusan bisnis dan perekonomian saat ini.

Oleh sebab itu, para pelaku bisnis atau pengusaha harus terus beradaptasi mengikuti perubahan zaman dan membekali dirinya dengan pengetahuan dan keahlian memanfaatkan sistem informasi. Dengan begitu, para pengusaha dapat mempertahankan tingkat penjualannya dan pendapatannya semaksimal mungkin karena bukan cuman bergantung pada para pembeli untuk datang ke bisnis toko *offline*, namun omzet yang didapat juga datang dari bisnis *online*-nya baik dari Tokopedia, Lazada, Shopee, dll. Ditambah lagi, penjualan semakin meningkat jika menjalin mitra bisnis dengan Gojek dan Grab. Alhasil, keberlangsungan bisnisnya akan lebih terjamin di era digital ini dan terus ada untuk generasi mendatang.

Apalagi, di masa globalisasi sekarang ini, persaingan yang dialami tiap perusahaan terasa semakin ketat dengan terus bertambahnya banyak produk baru serupa dalam kategori sama baik dari lokal maupun dari internasional. Saking banyaknya produk yang serupa, tiap orang mulai membanding-bandingkan produk mana yang harus mereka pilih, khususnya dari segi kualitas produk. Agar perusahaan dapat lebih unggul dalam persaingan melawan kompetitor, ia harus bisa memenangkan hati calon pelanggan dan membuatnya puas. Caranya yaitu dengan menawarkan produk berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disertai dengan memberikan kualitas pelayanan yang sangat bagus mulai dari sebelum penjualan, saat penjualan di kasir, hingga sesudah penjualan.

Untuk kualitas produk, perusahaan harus mampu menghasilkan produk berkualitas bagus. Sebagai catatan, produk yang berkualitas bagus memiliki spesifikasi produk yang benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan untuk produk tersebut (Purnama, 2006 dalam Windarti & Ibrahim, 2017). Sebaliknya, produk yang berkualitas kurang bagus justru lebih menuruti keinginan kehendak perusahaan, tidak diproduksi dengan teliti atau adanya kecacatan produk, dan melanggar hampir sebagian aturan di dalam standar kualitas yang telah ditetapkan di negaranya. Oleh karena itu, agar kualitas produk tetap bagus, penjagaan kualitas (*quality control*) masing-masing produk juga perlu diterapkan. Dengan begitu, produk tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat membuatnya laris di pasaran ketimbang produk kompetitor.

Lebih lanjut, Tjiptono (2008) dalam Windarti dan Ibrahim (2017) menjelaskan bahwa kualitas produk dapat ditinjau dari delapan hal yakni hasil

produk, ciri-ciri tambahan atau fitur, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kegunaan (*serviceability*), estetika, dan kualitas yang dirasakan. Apabila kualitas dari produk tidak dijaga dengan baik, pelanggan akan kecewa dan tidak mau membeli lagi untuk kedua kalinya.

Tidak sampai di situ saja, pelanggan pun menilai dari jasa yang diberikan yaitu kualitas pelayanan karyawan dalam menangani keluhan dan peka terhadap kebutuhan pelanggan demi mencapai atau melampaui ekspektasi pelanggan. Dalam hal ini, di dalam jurnal Sutriananda (2018), ada pernyataan Lupiyoadi (2006) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dapat dinilai dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Perusahaan dengan kualitas pelayanan yang jelek dapat menuai banyak kritikan pedas dan ulasan yang terkesan buruk bagi para calon pelanggan meskipun produk atau jasa yang dipasarkan bermutu tinggi.

Dari kedua faktor di atas yang menyebabkan puas tidaknya pelanggan, kita tidak boleh meremehkan kedua hal tersebut. Hal ini karena sedikit kesalahan saja dalam kualitas produk maupun pelayanan karyawan perusahaan dapat membuat pelanggan merasa tidak puas secara keseluruhan, tidak berniat datang lagi untuk pembelian selanjutnya, dan menyebarkan ulasan buruk yang akan merusak citra merek dari suatu produk atau jasa yang ditawarkannya. Beberapa hal ini menjadi sebagian patokan dalam mengukur kualitas pelayanan seperti pernyataan Tjiptono (2014) dalam Zulkifli dan Laili (2021).

Untuk perusahaan yang akan dikaji perihal masalah di atas, penulis memilih bisnis wirausaha kuliner Umami Snack n Pastry. Usaha ini khusus dalam menjual

gorengan dan kue-kue cemilan yang terkenal dengan kue lobak goreng khasnya sejak tahun 2015. Lokasinya berada di Jalan Sutomo No. 151, Sei Rengas I, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Masalahnya ialah porsi sambal yang diberikan masih kurang cukup sehingga menurunkan kualitas produk Umami dan pelanggan tidak puas. Juga, dikarenakan pelanggan Umami kebanyakan memesan secara *online* via aplikasi Grab dan Gojek, karyawan Umami tidak begitu bisa memberikan pelayanan maksimal sesuai keinginan pelanggan yang membuat sebagian pelanggan juga tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Bahkan, ketidakpuasan pelanggan Umami dapat ditunjukkan dari fenomena tingkat penjualan Umami dalam kurun lima tahun terakhir dari tahun 2017 sampai 2021 seperti dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1. 1 Data Penjualan Umami Snack n Pastry dari Tahun 2017–2021**

Tahun	Volume Penjualan (Loyang)	Persentase (%)
2017	1.512	-
2018	1.621	7,209
2019	1.778	9,685
2020	1.394	-21,597
2021	1.487	6,671

Sumber: Umami Snack n Pastry (2022)

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1. 1, ada terjadi peningkatan total volume penjualan selama tahun 2017 hingga 2019 secara signifikan. Hal ini bisa ditandai dari 1.512 loyang yang sukses terjual pada 2017 bertambah menjadi 1.621 loyang pada 2018 (naik sebesar 7,209%), lalu menjadi 1.778 loyang pada 2019 (naik sebesar 9,685%). Namun, selama tahun 2020, tingkat penjualan Umami menurun drastis menjadi 1.394 loyang (turun sebesar 21,597%) akibat pandemi COVID-19 yang membuat warga Medan berkarantina di rumah aja dan berhemat.

Setelah itu, setahun kemudian setelah pandemi di tahun 2020, meskipun pandemi masih belum berakhir usai, penjualan Umami sudah mulai membaik dan memberikan tanda-tanda pemulihan yang mana ada sebanyak 1.487 loyang yang terjual (naik sebesar 6,671% dari tahun 2020). Walaupun demikian, Umami tetap saja tidak boleh puas diri dan merasa senang dulu karena kenaikan tersebut masih lebih rendah daripada kenaikan di tahun-tahun sebelumnya. Jika tidak diberikan perhatian penuh, persentase kenaikan untuk prediksi penjualan di tahun selanjutnya bisa saja semakin kecil.

Berhubungan dengan itu, ada beberapa alasan mengapa penjualan Umami bisa menurun pada tahun lalu, tepatnya pada rentang tahun 2020 ke 2021. Pertama, Umami masih kurang bagus dalam memenuhi kebutuhan pelanggan khususnya dari segi kualitas produk. Hal ini terbukti dari adanya satu ulasan di Google Review Umami mengenai porsi sambal yang didapatnya tidak sepadan dengan porsi kue lobak yang banyak dipesannya saat itu.



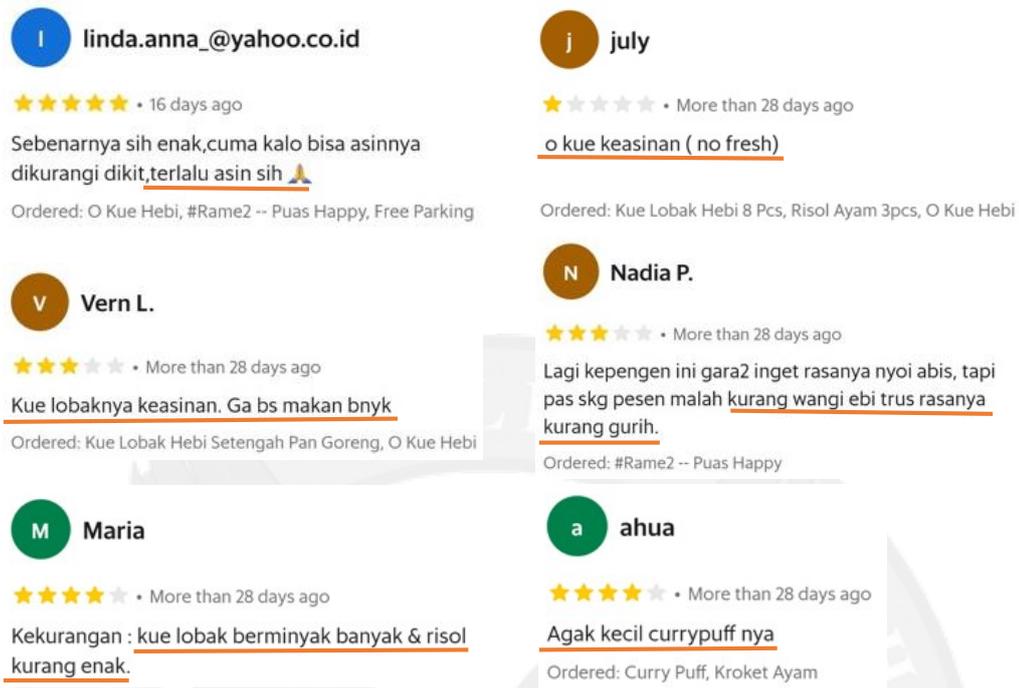
**Gambar 1. 1 Ulasan Kualitas Produk Umami Snack n Pastry di Google Review**  
Sumber: Google Review (2022)

Pada Gambar 1. 1, kita bisa melihat ulasan yang dikirim seseorang bernama Hanjo setahun yang lalu. Ia menceritakan pengalaman pribadinya ketika memesan kue lobak Umami yang mana ia kurang puas dengan porsi sambalocol yang diterimanya karena kurang cukup banyak baginya. Tampak dari foto yang diunggahnya, ada dua kotak kue lobak goreng dengan satu sambalocol saja.

Untungnya, keluhan ini sudah ditanggapi oleh pihak Umami dengan baik dengan meminta maaf dan memberi keterangan jelas untuk membeli ekstra sambal untuk pembelian berikutnya. Walau demikian, keluhan kualitas produk seperti ini tetap tidak boleh dianggap sepele. Hal ini bukan hanya karena bintang tiga dari lima yang diberikannya menurunkan citra merek Umami sendiri di Google Review, namun juga kesan buruk dari ulasan itu berdampak kepada para calon pelanggan yang mana mereka berpikir bakal bernasib serupa dalam hal porsi sambal.

Selain dari Google Review, penulis juga menemukan banyak sekali bukti ulasan buruk di GrabFood Umami dalam hal kualitas produknya. Ini akan menjadi fenomena masalah utama yang perlu segera diatasi Umami seperti berikut ini.

<p><b>N</b> Nana</p> <p>★★★★☆ • 5 days ago</p> <p>Tolong dong harga sudah dinaikkan Jangan pake Tepung murah terasa banget bau tengik jadi kecewa saya beli mahal2 gitu. Mending harga naik daripada rasanya jadi gini ya kak</p> <p>Ordered: Kue Lobak Hebi 8 Pcs</p>	<p><b>S</b> Stephanie</p> <p>★★★★☆ • 18 days ago</p> <p>Pesanan yang seafood, tp masa <u>cm dikasi udang 3pcs, g ada bakso2 lainnya. Kecewa</u></p> <p>Ordered: Char Koay Kak kangkung belacan Seafood Single</p>
<p><b>S</b> Sumi</p> <p>★★★★☆ • 10 days ago</p> <p><u>Lobak ny tidak enak. Banyak tepung drpd lobakny. Sngt tercium skli aroma tepung. Tlg dperbaiki</u></p> <p>Ordered: Kue Lobak Vege 1/2pan Non Goreng</p>	<p><b>R</b> Risna W.</p> <p>★★★☆☆ • More than 28 days ago</p> <p><u>Di goreng kuenya hancur. Kecewa sekali.jd ga berani psn lg.tlg di perbaiki kualitasnya ya</u></p> <p>Ordered: Kue Lobak Hebi Setengah Pan Non Goreng</p>



**Gambar 1. 2 Ulasan Kualitas Produk Umami Snack n Pastry di GrabFood**  
Sumber: GrabFood Umami Snack n Pastry (2022)

Dari Gambar 1.2, kebanyakan pelanggan Umami mengomentari kue lobak hebinya yaitu Nana yang menyebutkan kue Umami memakai tepung murahan sehingga bau tengik, Linda dan Vern mengatakan bahwa kuenya terlalu asin, Nadia dengan kue lobak hebinya kurang wangi hebi dan rasa kurang gurih, serta Maria yang kecewa dengan kuenya yang terlalu berminyak. Sementara, sisanya mengulas menu lainnya seperti Sumi dan Risna yang mengatakan kue lobak non gorengnya terlalu banyak tepung dan langsung hancur pas digoreng, Stephanie dengan jumlah udang dan bakso yang sedikit dari *Char Koay Kak Seafood*, Ahua yang merasa kue *curry puff* kekecilan, Maria menyebutkan risol kurang enak, serta July yang menganggap kue keladi Umami terasa tidak segar dan keasinan.

Dari sekian banyak ulasan GrabFood di atas, para pelanggan tersebut merasa kecewa dan meminta tolong agar Umami dapat memperbaiki kualitas makanannya dari segi rasa, tekstur, komposisi, banyak isian, dan ukuran porsi.

Bukan dari ulasan saja, ketidakpuasan pelanggan Umami terhadap kualitas produknya bisa diketahui dari fenomena jumlah komplain yang fluktuatif selama lima bulan terakhir pada tahun 2022 sekarang seperti pada tabel berikut ini.

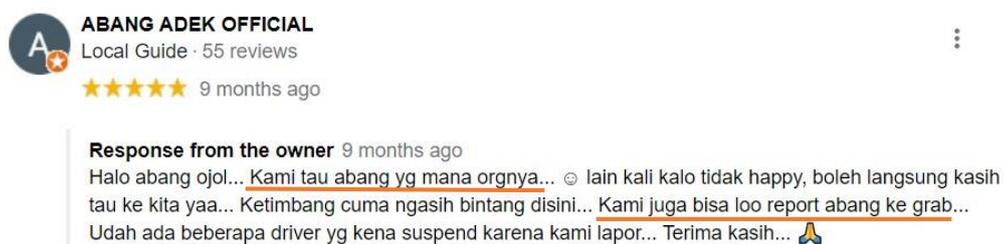
**Tabel 1. 2 Data Komplain Kualitas Produk Umami Snack n Pastry pada Tahun 2022**

Bulan	Jumlah Komplain	Total Kumulatif
Januari	2	2
Februari	4	6
Maret	3	9
April	2	11
Mei	3	14

Sumber: Umami Snack n Pastry (2022)

Berdasarkan data komplain pada Tabel 1. 2, ada terjadi peningkatan total jumlah komplain dari bulan Januari (2 keluhan) ke Februari (4 keluhan), lalu menurun pada Maret (3 keluhan) dan April (2 keluhan), dan terakhir meningkat lagi pada Mei (3 keluhan). Secara keseluruhan, ada sebanyak 14 keluhan kualitas produk selama lima bulan terakhir ini. Bila Umami tidak mau muncul lagi keluhan mengenai kue-kuenya di bulan berikutnya, Umami perlu memperbaiki kualitas produknya dan mempertahankan standar yang memenuhi harapan pelanggan.

Selanjutnya, keluhan lain juga datang dari Google Review. Namun kali ini, pelanggan lain memberikan komentar mengenai kualitas pelayanan di Umami Snack n Pastry yang bisa dilihat pada gambar berikut ini.



**ABANG ADEK OFFICIAL**  
Local Guide · 55 reviews  
★★★★★ 9 months ago

**Response from the owner** 9 months ago  
Halo abang ojol... Kami tau abang yg mana orgnya... © lain kali kalo tidak happy, boleh langsung kasih tau ke kita yaa... Ketimbang cuma ngasih bintang disini... Kami juga bisa loo report abang ke grab... Udah ada beberapa driver yg kena suspend karena kami lapor... Terima kasih... 🙏



**Gambar 1. 3 Ulasan Kualitas Pelayanan Umami Snack n Pastry di Google Review**  
Sumber: Google Review (2022)

Berdasarkan Gambar 1. 3, kebanyakan ulasan buruk mengenai kualitas pelayanan Umami tercerminkan dari kedua komentar abang ojek *online* (ojol) yang menjadi wakil bagi pelanggan Umami yang memesan *online*. Hal ini karena kue Umami hanya dapat dipesan secara bungkus pulang (*takeaway*). Ulasan pertama datang dari Abang Adek Official yang hanya memberi lima bintang tanpa penjelasan apa pun, namun Umami membalasnya dengan respon yang cukup kasar. Pemilik Umami malah ingin melaporkan abang Grab tersebut agar kena *suspend* atau diskors beberapa hari dari pekerjaannya. Alhasil, para calon pelanggan jadi terusik saat membacanya dan kasihan ke abang ojolnya karena sudah diancam.

Di samping itu, ada juga abang ojol lainnya bernama Ahmad Efendi di Google Review Umami yang mengungkapkan amarahnya terhadap pelayanan tidak memuaskannya di Umami. Menurutnya, ia tidak dikasih masuk dan tidak diberikan

kursi duduk untuk menunggu. Dengan kata lain, Umami kurang cekatan dalam menyelesaikan pesanan walau sudah dari tadi masuk sebelum abangnya sampai ke sana. Di sisi lain, abangnya juga tidak sabaran seperti abang ojol lainnya yang sudah lama bekerja dan terbiasa menunggu lama. Parahnya lagi, Umami tidak meminta maaf dan justru mengancam abang tersebut untuk diadukan ke kantor Gojek. Hal ini mungkin wajar dan respon jujur yang penuh emosi marah dari pemilik Umami untuk abang ojol. Namun sekali lagi, para calon pelanggan dapat menilai ketidakramahan Umami berdasarkan balasan tersebut.

Di samping ulasan tersebut, ketidakpuasan akan kualitas pelayanan Umami bisa ditandai dari fenomena jumlah komplain yang meningkat selama lima bulan terakhir pada tahun 2022 sekarang seperti dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1. 3 Data Komplain Kualitas Produk Umami Snack n Pastry pada Tahun 2022**

Bulan	Jumlah Komplain	Total Kumulatif
Januari	0	0
Februari	1	1
Maret	0	1
April	0	1
Mei	2	3

Sumber: Umami Snack n Pastry (2022)

Berdasarkan Tabel 1. 3, ada terjadi peningkatan komplain dari satu keluhan pada Februari menjadi dua keluhan pada Mei. Sejauh ini, sudah ada sebanyak 3 keluhan kualitas pelayanan selama lima bulan terakhir ini dan perlu segera diatasi.

Dari kedua kunci permasalahan restoran Umami yang telah diungkap di atas, penulis berkeinginan membantu Umami dalam menangani kasusnya. Inilah mengapa penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Umami Snack n Pastry, Medan”**.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi pada pembahasan tentang pengaruh “Kualitas Produk” dan “Kualitas Pelayanan” terhadap “Kepuasan Pelanggan” di restoran Umami Snack n Pastry, Medan karena batasan waktu, anggaran dana, dan sumber daya yang dimiliki penulis. Sampel akan terbatas pada pelanggan yang pernah berbelanja di Umami Snack n Pastry minimal dua kali dalam setahun. Indikator kualitas produk akan terbatas pada hasil produk, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika (Tjiptono, 2008 di dalam Windarti & Ibrahim, 2017). Indikator kualitas pelayanan akan terbatas pada ketanggapan, kehandalan, dan jaminan (Lupiyoadi, 2006 di dalam Satriananda, 2018). Sementara, indikator kepuasan pelanggan akan terbatas pada konfirmasi harapan, niat beli ulang, dan beri rekomendasi (Tjiptono, 2014 di dalam Zulkifli & Laili, 2021).

## 1.3 Rumusan Masalah

Dalam studi penelitian ini, permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Umami Snack n Pastry?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Umami Snack n Pastry?
3. Adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Umami Snack n Pastry?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulis dalam melakukan studi penelitian ini yakni tertera dalam beberapa poin seperti di bawah ini.

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Umami Snack n Pastry, Medan.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Umami Snack n Pastry, Medan.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Umami Snack n Pastry, Medan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Tentunya, hasil penelitian ini akan memberikan banyak manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagaimana disebutkan pada poin-poin berikut ini.

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penjelasan dan informasi yang diberikan dalam penelitian ini akan membantu pembaca untuk memahami teori yang sedang dipelajari khususnya berkaitan dengan kajian ilmu manajemen di bidang pemasaran. Selain itu, pembaca juga akan mendapatkan pengetahuan dan wawasan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

#### a) Untuk Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat membantu Umami Snack n Pastry dalam menyelesaikan masalah kepuasan pelanggan dengan memahami pentingnya menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Kualitas produk harus dijaga agar tekstur dan cita rasa makanan tetap terkesan lezat, porsinya pas, dan desain kotak bungkus tetap menarik dari waktu ke waktu. Juga, kualitas pelayanan yang diberikan harus ramah, tanggap, dan menawarkan solusi terbaik untuk menangani setiap keluhan pelanggan. Dengan begitu, perusahaan mampu membuat para pelanggannya puas, mereka kemungkinan besar akan datang lagi, dan laba perusahaan pun ikut naik.

#### b) Untuk Pihak / Peneliti Lain

Penulis juga berharap penelitian ini dapat membantu para peneliti selanjutnya untuk menggunakan informasi yang dibahas dan temuan yang ditampilkan sebagai referensi dan bahan pembelajaran tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di industri kuliner, khususnya di restoran atau di café.

#### c) Untuk Penulis

Kajian penelitian ini juga memberikan manfaat bagi penulis sendiri dengan mengetahui lebih dalam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yang dipraktikkan secara langsung di suatu restoran, serta dapat mengaplikasikannya dalam situasi kehidupan nyata di masa mendatang.