BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kepulauan terbesar di dunia dengan memiliki lebih dari 17.000 pulau. Dengan banyaknya pulau yang di miliki Indonesia menjadikan populasi Masyarakat Indonesia tinggi sehingga mempengaruhi angka pertumbuhan berbagai sektor di Indonesia. Sektor *industry Food and Beverage* merupakan salah satu industri sektor usaha yang berkembang dan menjanjikan karena terus mengalami peningkatan yang signifikan bahkan saat mengalami masa pandemi Covid19. Karena memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di negara ini Usaha *Food and Beverage* yang berbentuk UMKM menjadi salah satu yang menjanjikan, hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan data Kementrian Keuangan Maret 2021, mengatakan jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 61% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60% dari total investasi di Indonesia.. Dengan di buktikannya data tersebut menjelaskan bahwa UMKM di sektor *Food and Beverage* telah menyumbang bagian yang signifikan dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Tjahja, 2022). (www.bi.go.id diunduh 24 Feb 2024)

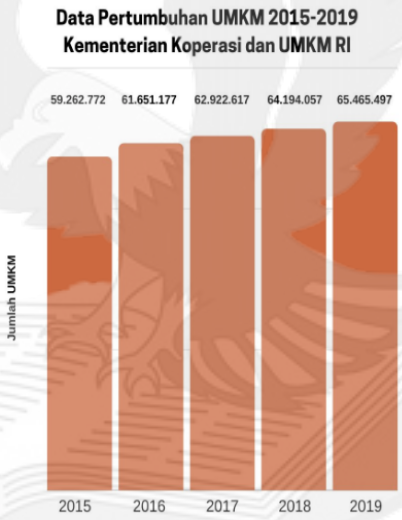
Wirausaha di indonesia mengalami kemajuan, beberapa penelitian mengatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran yang cukup penting dalam

perekonomian di suatu negara. Karena UMKM memiliki peran yang sangat krusial bagi perekonomian Indonesia maka tingkat pertumbuhannya sangatlah penting. Memiliki skala operasi yang lebih kecil dan fleksibel, UMKM sering kali dapat beradaptasi dengan lebih cepat terhadap permintaan konsumen dan perubahan pasar. UMKM bisa dikatakan menjadi tulang punggung perekonomian nasional dan menyediakan bahkan menciptakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas pekerja di Indonesia. Meningkatnya UMKM terutama di sektor *Food and Beverage* yang akhirnya dapat menyerap banyak tenaga kerja lokal dalam jumlah besar. Hal ini memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomiaan lokal.

Menurut Kepala Dinas Koperasi, banyak UMKM terutama di Surabaya selama pandemi covid-19 mengalami penurunan omset, namun ada pula yang masih stabil bahkan mengalami kenaikan omset. Sebagian besar UMKM yang terus mengalami kenaikan omset adalah UMKM di bidang kuliner. Fenomena ini disebabkan karena pola perilaku Masyarakat sudah banyak berubah karena lebih sering berada di rumah sehingga kebiasaan untuk mengonsumsi camilan menjadi aktifitas baru Masyarakat. Dengan banyak perkembangan yang ada pihak pemerintah Surabaya senantiasa mendorong UMKM untuk semakin berdaya dan maju dengan memfasilitasi pemasaran produknya, dan memdaftarkan sertifikasi Halal & BPOM, mendaftarkan hak kekayaan intelektual (detikcom, 2022) (www.detik.com/jatim/bisnis diunduh 24 Feb 2024).

Dengan ini data UMKM umumnya bermanfaat untuk mengetahui jumlah dan Tingkat pertumbuhan UMKM di Indonesia. Bagi para akademisi Data UMKM sangat penting untuk keperluan penelitian baik dalam studi Kuantitatif maupun Kualitatif.

Data tersebut sering digunakan untuk mengamati dan menganalisis tren yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan sosial. UMKM bagi pemerintah mempunyai kegunaan yang lebih penting lagi, yaitu untuk menginformasikan pengambilan Keputusan strategis terkait kebijakan publik , khususnya terkait dengan Pembangunan dan pemberdayaan ekonomi di Tingkat nasional dan daerah. Menurut kementrian koperasi dan UKM RI, pertumbuhan UMKM mengalami peningkatan selama tahun 2015 – 2019. Jumlah UMKM pada data tersebut merupakan perkiraan karena jumlah UMKM sangat banyak dan Sebagian besar belum melakukan *registrasi* usaha sehingga sulit di data (Annisa, 2023).



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019

Sumber data : Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020

UMKM memulai bisnis dari kedai atau warung untuk bisa memungkinkan pengusaha menjangkau pasar lokal dengan biaya operasional yang relative rendah. Wilayah Jawa Timur khususnya Surabaya merupakan ibukota yang sebagian besar

masyarakatnya pelaku UMKM. Salah satu Lokasi UMKM yang bisa dijangkau adalah Mall Royal Plaza Surabaya yang mayoritas pengunjung dari kalangan menengah kebawah. dengan Lokasi yang strategis. Didalam penelitian milik (Udin, 2019) yang menjadi pedoman dalam penelitian ini memiliki beberapa persamaan pendapat terkait topik – topik penelitian (Udin, 2019).

Camilan pentol adalah salah satu jajanan yang popular di Indonesia, khususnya di daerah jawa karena pentol berasal dari Bahasa jawa. Pentol adalah camilan yang di gemari berbagai kalangan usia tren ini mendorong pengusaha untuk berinovasi dalam menyajikan pentol dengan berbagai varian. Popularitas pentol terutama di pulau jawa cukup tinggi menunjukan adanya permintaan yang stabil dan berkelanjutan. Industri makanan dan minuman di Indonesia, jajanan pentol sudah mengalami perkembangan yang signifikan dan mencerminkan dinamika pasar kuliner. Pentol biasanya terbuat dari daging ayam yang telah diolah dicincang halus, kemudian dicampur dengan bumbu-bumbu seperti bawang putih, merica, garam, dan penyedap rasa. Setelah itu, adonan dicetak menjadi bulat kecil dan direbus dalam air mendidih hingga matang. Para pelaku usaha berinovasi dalam menghadirkan berbagai varian pentol dengan bertujuan untuk memenuhi selera konsumen yang terus berubah – ubah. Ada pula varian tahu baso, siomay, gorengan, tetelan. Varian seperti tahu baso juga menggunakan adonan yang sama dengan pentol namun di tambah dengan tahu goreng, begitu juga dengan varian siomay dan gorengan di tambah dengan kulit pangsit. Camilan pentol ini memiliki jenis yang hampir sama dengan bakso namun berbeda dengan bakso. Karena penyajian pentol tidak dengan kuah bakso melainkan hanya

dengan saos sambel. Keberagaman rasa dan gaya penyajian pentol juga menjadi pilihan favorit di berbagai kesempatan, mulai dari jajanan pinggir jalan hingga hidangan dalam acara-acara tertentu. Tidak bisa dilewatkan, pentol adalah jajanan unik yang patut dicoba bagi para pecinta kuliner yang ingin mencoba beragam cita rasa Indonesia. Keunikan rasa dan variasi penyajiannya menjadikan pentol sebagai bagian berharga dalam deretan jajanan khas nusantara. (liputan6.com, diunduh pada tanggal 24 Feb 2024)

Di Surabaya bisa menemukan jajanan pentol salah satunya Pentol Kepo yang sudah didirikan pada tahun 2014 di Royal Plaza Surabaya, Pentol Kepo termasuk dalam golongan UMKM. Tahun 2024 ini Pentol Kepo di salah satu mall ter-ramai di Surabaya menjadikannya pentol banyak peminatnya bahkan di semua kalangan, walaupun memiliki banyak pesaing yang ada di Royal Plaza tidak menjadikan Pentol Kepo sepi pembeli, pelanggan setia Pentol Kepo tetap memilih Pentol Kepo sebagai jajanan favorit mereka karena Pentol Kepo memiliki ciri khas yaitu varian tetelan karena tidak banyak pentol yang menyediakan tetelan dalam variannya hal ini menjadikan Pentol Kepo keunikan tersendiri. Keunikan lain dari Pentol Kepo ini di sajikan dengan saos sambel dan bumbu kacang, mengapa hal ini unik karena tidak banyak penjual pentol yang menyediakan bumbu kacang dengan cita rasa medok maka dari itu bumbu kacang menjadikannya favorit pelanggan. (Owner, wawancara 25 februari 2024)

Tantangan utama dalam industri ini adalah persaingan yang ketat dalam sektor camilan ini menjadikan diferensiasi produk dan inovasi adalah kunci untuk menarik konsumen dengan mengikuti permintaan konsumen. Ketika berbicara tentang jajanan

seperti pentol yang banyak digemari masyarakat terutama di Surabaya mungkin langsung teringat Pentol Gila sebagai pentol modern populer saat ini. Sebagai pentol yang memiliki banyak peminat, Pentol Gila menjadi pelopor makanan jenis pentol. Oleh karena itu, pentol menjadi langkah yang tepat untuk berbisnis

Tabel 1.1 Daftar brand di bidang Fnb camilan terutama Pentol tahun 2024

Noì	Nama	Tahun	Jumlah ulasan	Rating
1	Mafia Pentol	2021	486	3,6/5
2	Pentol Gila	2012	592	4,5/ 5
3	Pentol Setan	2018	193	4/5
4	Pentol Kabul	2014	9	4,1/5
5	Pentol Kepo	2014	237	4,2/5

Sumber : Data diolah, 2024

Dalam tabel l.1 terdapat 5 brand toko cemilan di bidang FnB di Surabaya yaitu Mafia Pentol, Pentol Gila, Pentol Setan, Pentol Kabul, Pentol Kepo. Dalam tabel 1.1 terlihat adanya persaingan di antara 5 brand camilan Pentol tersebut, dimana Pentol Kepo mendapatkan rating penjualan di platform GoFood terakhir yaitu 4,2/5 dan didominasi oleh Pentol Gila yang mendapatkan rating penjualan di platform GoFood terakhir 4,5/5. Maka dari itu, sangat penting bagi Pentol Kepo untuk terus mempertahankan *Food Quality, Price, Service Quality, Waiting Time,* untuk bisa mendapatkan *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Hal ini memungkinkan Pentol Kepo untuk bersaing di pasar sekaligus memberikan kenyaman dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, Pentol Kepo dapat menciptakan nilai yang

berkelanjutan, di mana pelanggan yang puas akan sukarela merekomendasikan produk Pentol Kepo kepada orang – orang yang ada di sekitarnya, memperluas kepercayaan dan memperkuat reputasi Perusahaan.

Menurut (Hidayat et al., 2020). Menyatakan bahwa definisi *Food Quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Rasa dan kualitas suatu makanan dapat mempengaruhi keinginan orang untuk membelinya kembali. Ketika makanan terasa enak dan berkualitas, orang akan cenderung ingin membelinya lagi. Adapun bukti bahwa Pentol Kepo memiliki variable *Food Quality* dibuktian dari pelanggan yang memberikan ulasan secara langsung tentang kualitas makanan dapat dilihat dengan meningkatnya pembelian di outlet Pentol Kepo. Adapun bukti ulasan baik dari pelanggan yang sudah membeli Pentol Kepo secara online dapat dilihat dari gambar dibawah. Pelanggan tersebut mengakui rasa dari Pentol Kepo dan ingin membeli kembali.

Gambar 1.2 Ulasan *Food Quality* Pentol Kepo

Sumber Data : Ulasan GoFood Pentol Kepo, 2023

Menurut (Eviatiwi, 2020) menyatakan bahwa definisi *Service Quality* adalah pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Adapun bukti bahwa Pentol Kepo memiliki variable *Service Quality*, hal ini di buktikan dengan karyawan yang ada di *Outlet* untuk melayani pelanggan.

Menurut (Angle, 2023) menyatakan bahwa definisi *Waiting Time* adalah waktu tunngu yang dibutuhkan pelanggan untuk menerima jasa atau produk yang di pesan dan dihitung sejak saat pesanan pelanggan sampai menerima produksi atau jasa. Adapun bukti bahwa Pentol Kepo memiliki variable *Waiting Time*, hal ini di buktian pada saat pelanggan memesan makanan Pentol Kepo memiliki waktu tunggu 5 – 10 menit untuk menyiapkan makanan agar makanan yang disajikan tetap *fresh*.

Menurut (Iskhakova, 2020) menyatakan bahwa definisi *Customer Satisfaction* adalah kepuasan pelanggan yang di artikan sebagai suatu bentuk perasaan *positif* yang timbul dalam diri pelanggan terhadap pelayanan yang di peroleh. *Customer Satisfaction* merupakan variable yang penting bagi Pentol Kepo, karena kepuasan pelanggan menjadi salah satu syarat penelitian ini dilakukan.

Menurut (Rojuaniah, 2020) menyatakan bahwa definisi *Customer Loyalty* mengacu pada kemampuan pelanggan untuk menjaga hubungan baik dengan perusahaan dan terus menggunakan jasa perusahaan tersebut. *Customer Loyalty* merupakan variable faktor penting bagi pentol kepo, karena loyalitas pelanggan menjadi tujuan dari penelitian ini dilakukan.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan fakta - fakta yang telah terdapat hubungan antara *Food Quality, Price, Service Quality* dan *Waiting Time* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya. Penelitian ini dibatasi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Pria dan wanita
2. Usia 18 – 60 tahun
3. Berdomisili di Surabaya
4. Pernah melakukan pembelian di Pentol Kepo secara langsung di Mall Royal Plaza Surabaya minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang dapat menjadi pokok dari masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
4. Apakah *Waiting Time* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.

5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan dan batasan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengatasi pengaruh :

1. *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
2. *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
3. *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
4. *Waiting Time* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.
5. *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Pentol Kepo di Royal Plaza Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang terlah diuraikan diatas, berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memperhatikan bahwa *Customer Satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty* dan menjadi pertimbangan bagi Pentol Kepo untuk mewujudkan strategi yang tepat.

2. Penelitian ini bisa memberikan referensi bagi penelitian lain terhadap studi pengetahuan khususnya dibidang *hospitality* dan terkhusus untuk mengenai faktor – faktor dimensi dari *Food Quality, Price, Service Quality* dan *Waiting Time* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan mengenai upaya membangun hubungan baik dengan konsumen, dan penelitian ini juga memberikan informasi dan pertimbangan bagi Pentol Kepo untuk mempertimbangkan aspek memperbaiki bisnisnya lebih baik dalam berbagai faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* yang di tinjau dari *Food Quality, Price, Service Quality* dan *Waiting Time* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan mengikuti pembahasan dari penelitian ini, maka sistematika disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini berisi tentang gambaran umum mengenai latar belakang permasalahan, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mafaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan Pustaka ini berisi pemikiran atau teori – teori yang melandasi dilakukannya penelitian. Adapun teori – teori yang akan dibahas adalah

Food Quality, Price, Service Quality, Waiting Time, Customer Loyalty, dan *Customer Satisfaction.*

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian ini berisi tentang jenis penelitian yang akan digunakan, populasi dan sample, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang analisis data dengan menampilkan berbagai data penelitian yang bersumberkan dari data isian kuesioner. Bab ini juga berisikan pembahasan terkait hasil kuesioner dalam penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bagian akhir penelitian yang meliputi : Kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi.