

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri berpengaruh terhadap kehidupan manusia, antara lain pada sektor ekonomi. Di lain pihak, bertambahnya jumlah perusahaan terutama perusahaan sejenis akan mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan khususnya bagian pemasaran harus memberikan perhatian khusus terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Strategi atau cara untuk mewujudkan tujuan suatu perusahaan antara lain adalah mengidentifikasi mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen atau segmen pasar sasaran. Dengan harapan konsumen merasa puas dengan cara yang efektif serta efisien dibandingkan kompetitor (Sinaga, 2021).

Kemajuan dalam masyarakat modern seringkali berjalan seiring dengan perbaikan mobilitas sosial dan aktivitas profesional aktif yang mengarah pada pertumbuhan orang menghabiskan waktu jauh dari rumah. Oleh karena itu mereka berpikir dan bertindak secara simpel dalam rangka memenuhi semua kebutuhannya. Salah satu contohnya yaitu membeli makanan serta minuman di luar rumah. Banyak perempuan pekerja yang tidak mempunyai waktu banyak di rumah karena disibukkan dengan pekerjaan kantor atau bekerja, yang akhirnya menyulitkan ibu rumah tangga untuk menyelesaikan tugas-tugasnya seperti memasak untuk makanan keluarga.

Oleh karena itu, bagi pekerja akan lebih banyak membeli makan di warung ataupun restoran dibandingkan makan di rumah. Kelebihan makanan di warung makan banyak tersedia alternatif pilihan menu sesuai dengan keinginan mereka.

Selain banyak jenis makanan, juga bisa mencari restoran dengan suasana tenang dan nyaman. Setiap orang mempunyai cara masing-masing dalam menikmati suatu hidangan atau santapan piring. Hal ini dapat dicapai dengan memilih restoran yang bagus dengan pelayanan mewah mengharapkan kepuasan pelanggan setelah menghabiskan banyak uang di restoran yang agak mewah karena stigma dan persepsi yang diterima orang tersebut dari lingkungan atau pengalamannya.

Selain itu, sebagian orang merasa memilih restoran biasa namun puas dengan rasa makanan yang disantapnya. Pangan merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi. Persaingan di industri restoran juga sangat ketat. Industri ini berkembang pesat dan memiliki banyak ruang untuk pengembangan usaha. Sudah banyak pelaku usaha yang mendapatkan keuntungan dari industri kuliner. Tetapi, banyak pelaku usaha khususnya kuliner yang harus gulung tikar karena sistem manajemen dan pemasaran produknya tidak tepat serta kualitas produk dan pelayanannya tidak berkualitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila pelaku usaha menginginkan kemenangan dalam persaingan usaha harus didukung dengan suatu strategi dalam memasarkan produknya kepada konsumen secara tepat dan melakukan hubungan serta menjaga komunikasi yang baik.

Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu sumber informasi yang sangat penting bagi manajemen guna meningkatkan pelayanan. UMKM bisa menjamin kepuasan konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas, kebersihan, kualitas tinggi, dan pelayanan yang prima. Tingkat kepuasan seorang konsumen dalam memakai produk akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Jadi, ketika konsumen merasa terpuaskan dalam memakai produk maka berdampak positif bagi perusahaan karena merupakan sinyal bahwa

mereka akan membeli kembali produk tersebut. Namun jika sebaliknya, konsumen hampir pasti akan melakukan hal yang sama untuk memutuskan tidak membeli produk tersebut atau beralih ke produk lain yang sejenis.

Bermula dari banyaknya permintaan dan beragamnya makanan khas daerah di Indonesia, menyebabkan berkembangnya bisnis kuliner. Di sisi lain, persaingan menyebabkan pengusaha kuliner harus bersaing mendapatkan keuntungan dengan pengusaha lokal dan asing, karena banyak pemilik usaha warung makan atau restoran di Indonesia adalah orang asing. Hal tersebut harus menjadi motivasi tantangan bagi pemilik warung makan lokal untuk dapat bersaing dalam merebut hati konsumen, sehingga perlu melakukan berbagai strategi atau cara agar konsumen tidak beralih ke produk lain yang sejenis. Pengusaha perlu melihat pangsa pasar secara tepat sebelum melakukan pengembangan produk dengan tujuan untuk memahami target pasar dari produk yang dijualnya.

Usaha kuliner sebagai kegiatan yang berhubungan dengan makanan, seharusnya menawarkan sesuatu yang istimewa untuk menarik lebih banyak perhatian konsumen. Hal tersebut akan tercapai dengan menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan fitur unik yang memungkinkan mereka menikmati manfaat apabila membeli produk tersebut. Pada umumnya konsumen akan mempunyai penilaian antara merasa puas dan tidak puas terhadap produk tersebut dengan cara membandingkan kinerja produk dengan harapan konsumen.

Inovasi produk yang diperkenalkan oleh pelaku usaha kuliner harus dapat membedakannya dengan pelaku lain, meskipun memiliki produk dasar yang sama. Di bidang kuliner misalnya, jenis makanan yang sama bisa mendapatkan keuntungan dari inovasi kecil berkat tambahan khasiatnya. Atribut sekunder yang disebutkan di

sini adalah produk non-esensial yang digunakan selain produk utama. Meski hanya sekedar atribut tambahan, namun kehadirannya dapat mempengaruhi kualitas produk dan membedakannya.

Bahan tambahan merupakan salah satu contoh keunikan dalam bidang kuliner. Tambahan umum pada nasi pecel termasuk rempeyek dan tempe. Anda dapat memvariasikan atribut lebih lanjut dengan menambahkan jenis bumbu seperti udang, daging dan lainnya. Pada umumnya, lauk nasi pecel adalah tempe, rempeyek dan kerupuk. Tetapi, ada pula yang memilih nasi pecel dengan lauk telur goreng, telur ceplok, babat goreng, ikan lele dan lauk lainnya. Itu semua tergantung selera masing-masing dari konsumen dalam memilih lauk. Sekalipun tidak mengubah komposisi produk utama, namun dapat mempengaruhi kualitasnya dan juga menjadi unsur pembeda dari yang lain.

Kota Ponorogo salah satu kota yang menawarkan banyak jenis makanan dan minuman khas. Salah satu dari jenis makanan tersebut yaitu nasi pecel. Tidak heran jika nasi pecel menjadi makanan yang tersebar luas di semua daerah, tetapi setiap masakan menghadirkan perbedaan yang secara umum bisa diartikan khas. Salah satunya yaitu Warung nasi pecel Tajug di Jalan Puntodewo Desa Tajug Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo yang selalu ramai dikunjungi konsumen. Warung ini menjual menu nasi pecel pedes. Warung pecel ini menjual nasi pecel yang mempunyai ciri khas dan berbeda dengan nasi pecel yang lain terletak pada sambal kacangnya yang teksturnya sangat kental serta mempunyai rasa yang khas yaitu daun jeruk. Selain itu juga tersedia dengan berbagai jenis lauk pauk yang sangat lengkap dan banyak pilihan..

Warung nasi pecel pedes Tajug menyediakan nasi pecel khas Ponorogo. Adapun pilihan lauknya tersedia tempe, pia-pia atau bakwan sayur, lenthos, dan gerih atau ikan asin. Yang membedakannya dengan warung nasi pecel lainnya adalah tempenya. Tempe di warung Mbah Temi diproduksi sendiri. Bentuknya persegi panjang namun umumnya lebih tipis dibandingkan tempe yang dibungkus daun pada umumnya. Rasanya asin, pedas, dan tekstur renyah mengingatkan pada keripik tempe. Di kota Ponorogo, warung pecel ini satu-satunya warung pecel yang menjual tempe dengan rasa tersebut.

Persepsi pembeli terhadap warung nasi pecel Tajug sudah kelihatan dari jumlah pembeli pada setiap harinya karena tidak pernah mengalami penurunan dan hampir tidak ada keluhan dari konsumen terkait dengan pelayanannya. Tetapi yang terjadi malah sebaliknya, apabila hari minggu atau pada hari libur nasional warung nasi pecel tersebut mengalami peningkatan konsumen dibandingkan pada hari-hari biasa sehingga konsumen harus bersabar karena pelayanan menjadi agak terlambat. Kondisi warung pada hari libur mengakibatkan karyawan cukup keteteran dan kewalahan dalam melayani lonjakan konsumen.

Pada kondisi normal, warung nasi pecel pedes Tajug Mbah Temi tersebut cukup ramai setiap harinya dan hampir tidak pernah sepi dari pelanggan. Mayoritas pembelinya adalah karyawan dan pegawai kantor bukan masyarakat biasa pada umumnya. Warung nasi pedas Pecel Mbah Temi terletak di pinggiran kota. Namun aksesnya cukup mudah karena berada di pinggir jalan. Warung nasi pecel ini merupakan nasi pecel andalan dan menjadi prioritas bagi masyarakat Ponorogo, khususnya para pekerja kantoran. Selain itu, tempat parkir yang luas dan memadai serta tempat yang bersih menjadi pilihan utama konsumen yang memutuskan untuk

melakukan pembelian ulang. Suasana di dalam warung selalu ramai dan tidak pernah membosankan. Hanya saja penjualnya terkenal galak. Namun hal ini tidak menyurutkan niat konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi malah justru pembelinya semakin banyak.

Tujuan dari setiap usaha yang menjual makanan adalah selalu melayani dan memuaskan setiap pelanggan sesuai dengan harapan mereka. Namun, setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda terhadap pelayanan tersebut. Contohnya ada sebagian konsumen yang mempunyai keinginan berbanding terbalik dengan apa yang diberikan warung tersebut. Subakti, Darwin, dan Ari (2018) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan persepsi yaitu proses yang melaluinya seseorang mengatur serta menyimpulkan pengalaman inderanya untuk memahami lingkungan sekitarnya. Ketika seseorang sudah termotivasi, mereka siap mengambil tindakan. Hal tersebut sering terjadi pada tiap-tiap industri makanan baik yang skala besar ataupun kecil. Lupiyoadi (2018) menyatakan bahwa kepuasan merupakan tingkatan perasaan di mana seseorang mengatakan hasil setelah membandingkan antara kinerja dari suatu produk atau jasa yang didapatkan dengan harapan.

Jenis produk dengan berbagai macam keunikan dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Persepsi dan keunikan produk menjadi faktor penting bagi produsen karena akan mengakibatkan konsumen melakukan pembelian kembali dan direkomendasikan kepada orang lain. Word Of Mouth (WOM) menurut Poerwanto dan Zakaria (2018) yaitu media informasi yang bisa dipercaya sebagai alat komunikasi, sebab kejadiannya berawal dari konsumen yang pernah mengkonsumsi suatu produk atau memakai jasa dari suatu perusahaan, dan mendapatkan suatu

kepuasan kemudian memberi rekomendasi terhadap orang lain berkaitan dengan pengalaman yang dirasakannya.

Nilai dalam hal ini adalah harga yang ditetapkan untuk bubur nasi tersebut. Harganya relatif mahal dibandingkan harga pecel pada umumnya. Harga adalah hal yang sangat penting dalam penjualan. Tidak sedikit perusahaan yang gagal karena menetapkan harga yang tidak mencerminkan kualitas dan jenis produk. Agar konsumen dapat membeli suatu barang, maka harga harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi pembeli. Persepsi harga sangat diperhitungkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian karena tinggi rendahnya harga mempengaruhi jumlah pembelian terhadap produk tersebut.

Walton (2016) menyatakan bahwa persepsi harga, keunikan produk serta rekomendasi yang disampaikan orang lain secara langsung secara personal akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Hal tersebut adalah salah satu faktor yang kurang menjadi perhatian perusahaan sehingga menyebabkan konsumen mempertimbangkan kembali untuk memakai produk dan merasakan ketidakpuasan setelah melakukan pembelian atau memakai produk ataupun jasa tersebut.

Hasil survey pendahuluan di warung nasi pecel pedes Tajug, bahwa yang menjadi kendala adalah persepsi konsumen terhadap harga yang mahal sehingga pembelinya hanya pekerja kantoran. Hal ini akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. UMKM seperti warung nasi pecel pedes Tajug pun sadar akan hal tersebut. Banyak UKM serupa yang bermunculan, setiap pelaku usaha pasti mempunyai ciri dan karakteristik sendiri. Oleh sebab itu, memahami terhadap faktor yang bisa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sangat penting dengan tujuan memuaskan konsumen agar mereka tetap loyal dan tidak pindah ke warung pecel

yang lain. Produk yang berkualitas, keunikan produk, tempat usaha, rekomendasi dan harga akan dapat berpengaruh pada kepuasan pembeli.

Oleh karena itu, peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh Persepsi, Keunikan Produk, dan *Word Of Mouth* (WOM) Nasi Pecel Pedes Tajug Terhadap Kepuasan Konsumen”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug?
2. Apakah keunikan produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug?
3. Apakah WOM mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug?
4. Apakah persepsi, keunikan produk dan *Word Of Mouth* (WOM) secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap kepuasan konsumen nasi pecel pedes Tajug.
- b. Untuk menganalisis pengaruh keunikan produk terhadap kepuasan konsumen Nasi Pecel Pedes Tajug.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan konsumen Nasi Pecel Pedes Tajug.
- d. Untuk menganalisis pengaruh persepsi, keunikan produk, dan WOM terhadap kepuasan konsumen Nasi Pecel Pedes Tajug.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Sebagai informasi bagi manajemen UMKM khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen khususnya dalam penentuan harga serta membuat ciri khas produk agar dapat direkomendasikan oleh orang lain.

b. Manfaat Praktis

Menambah referensi dan wawasan peneliti terkait dengan pengaruh persepsi, keunikan produk, dan *WOM* terhadap kepuasan konsumen Nasi Pecel Pedes Tajug.

