

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang telah kita ketahui bahwa manusia memiliki kebutuhan yang beraneka ragam. Dari beragam kebutuhan hidup manusia salah satunya adalah kebutuhan pangan. Kebutuhan ini dirasakan paling menonjol karena setiap manusia pastinya membutuhkan makanan untuk dapat bertahan hidup. Dapat kita lihat banyaknya pedagang makanan di setiap jalan dengan cita rasa dan jenis yang berbeda. Begitu beragamnya jenis makanan Indonesia yang tersebar di seluruh penjuru tanah air yang mana salah satunya adalah makanan khas yang berasal dari Bandung, yaitu Seblak.

Seblak merupakan salah satu contoh bisnis kuliner yang saat ini banyak diminati. Seblak sendiri merupakan makanan Indonesia yang bercita rasa gurih dan pedas, yang terbuat dari kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti telur, ayam, boga bahari atau olahan daging sapi, dimasak dengan bumbu tertentu (Sesmawati, 2017).

Seiring berjalannya waktu Seblak semakin populer yang mana dapat dilihat dari banyaknya warung atau gerai yang menyediakan seblak dengan berbagai varian dan jenis seblak yang ditawarkan yang membuktikan bahwa cita rasa yang dimiliki akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat memuaskan konsumennya. Menurut Kotler & Keller (2021), kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali serta melakukan pembelian ulang, dan dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Sebagai contoh perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan dan cita rasa yang baik pada pelanggan.

Seblak Jeletot Hasan yang berdiri sejak tahun 2011 merupakan salah satu gerai seblak yang berada di kota Palembang berlokasi di Lorong Alir, Bukit Lama, Kec. Ilir Barat I. Seblak Jeletot Hasan ini menyediakan berbagai variasi seperti pengunjung di setiap harinya. Memiliki berbagai macam varian menu yang terdiri dari Seblak Bakso, Seblak Ceker, Seblak Batagor, Seblak Sosis, dan Seblak Ayam. Sedangkan untuk kuah dari seblak itu sendiri memiliki tiga menu, yaitu Seblak Kuah Banjir, Seblak Kuah Becek, dan Seblak Kuah Basah, serta memiliki level dari 1 sampai 5.

Kesuksesan bisnis kuliner sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Pada umumnya bisnis ini selalu melakukan cara-cara terbaik untuk memuaskan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan dan cita rasa yang baik agar bisnis ini dapat bertahan dan terus berkembang. Kualitas pelayanan dapat dilihat berdasarkan persepsi pelanggan. Untuk melihat persepsi pelanggan, pengusaha kuliner harus menerapkan beberapa pendekatan dalam kualitas pelayanan seperti *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (reliabilitas) dan *assurance* (jaminan).

Selain itu, kepuasan pelanggan juga bisa disebabkan oleh faktor cita rasa, cita rasa sangat erat hubungannya dengan minat beli ulang konsumen karena jika cita rasa produk yang telah dirasakan tidak sesuai atau tidak memenuhi *standart* dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau lebih memilih produk lain karena mutu atau kualitas yang diberikan tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Kusumaningrum (2019) pengertian cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut. Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan,

maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Seblak Jeletot Hasan Ilir Barat I**”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “**Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada Seblak Jeletot Hasan diukur dari kualitas pelayanan dan cita rasa?**”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang akan dilaksanakan sebagai tempat penelitian ini adalah Warung Seblak Hasan Jeletot, Ilir Barat I.
2. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah pelanggan di Warung Seblak Hasan Jeletot, Ilir Barat I.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah ”Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Seblak Jeletot Hasan diukur dari kualitas pelayanan dan cita rasa.”

1.4.2 Manfaat Penulisan

1. Bagi peneliti Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman peneliti. Peneliti mencari informasi mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan juga cita rasa pada Seblak hasan Jeletot
2. Bagi pemilik Seblak Hasan Jeletot hasil penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan cita rasa.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Terdapat dua variabel penelitian yaitu:

1. Variabel Terikat (*Dependent variabel*)

Menurut Sugiyono (2012:59) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas". Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2012:59) Variabel bebas "merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat". Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Cita Rasa (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

1.5.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:31) Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau mendefinisikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan mencangkup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jadi untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan maka harus memperhatikan tentang kualitas pelayanan

dan juga cita rasa yang ada. Pelanggan akan merasa puas karena menginginkan Seblak Jeletot Hasan yang pedas terpenuhi dan sesuai dengan harapan.

2. Cita Rasa (XI)

Cita Rasa adalah suatu cara pemiliha makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita Rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan bau, rasa, tekstur, dan suhu. Dalam memberikan cita rasa yang baik Seblak Hasan Jeletot menggunakan bahan makanan yang masih baru, segar dan bersih. Selain itu, juga memiliki juru masak yang berpengalaman.

Indikator cita rasa sebagai berikut:

- a. Penampakan
- b. Bau/Aroma
- c. Rasa

3. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan merupakan tingkay keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kenginan pelanggan. Dalam hal ini Seblak Jeletot Hasan memberikan pelayanan yang cukup tanggap.

Indikator kualitas pelyanan adalah sebagai berikut:

- a. *Reability* (Kehandalan)
- b. *Responsive* (Ketanggapan)
- c. *Empaty* (Empati)
- d. *Assurance* (Jaminan)
- e. *Tangible* (Keberwujudan)

1.5.3 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data:

1. Data Kualitatif

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner ke pembeli Warung Seblak Hasan Jeletot yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2015). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke pembeli Warung Seblak Hasan Jeletot yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

2. Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam laporan ini, data sekunder yang peneliti peroleh berupa sejarah Warung Seblak Hasan serta penghasilan yang diperoleh.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2020:203) Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti. Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di perusahaan. Peneliti melakukan observasi langsung ke gerai Seblak Jeletot Hasan di Jl. Lorong Alir, Bukit Lama, Kec. Ilir Barat I. Palembang.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015: 72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa pembeli di Warung Seblak Hasan Jeletot yang bertujuan untuk menggali informasi yang dibutuhkan untuk penelitian. (Sugiyono, 2019: 304).

b. Kuesioner

Sugiyono (2017: 142) Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuisisioner yang berisi jawaban dari responden (pengunjung). Jenis kuisisioner yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kuisisioner tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap sudah tepat.

1.5.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan cita rasa pada Seblak Jeletot Hasan. Oleh karena itu, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Seblak Jeletot Hasan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:118), “Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.

Dalam mengetahui jumlah sampel dari suatu populasi maka dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Sugiyono (2018:87). Pada penelitian ini sampel diolah dari populasi pada tahun 2023 yang diketahui sebanyak 4.857 konsumen. Untuk tingkat pers isi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = estimasi kesalahan

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{4857}{1 + 4857(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4857}{1 + 4857 (0,01)}$$

$$n = \frac{4857}{1 + 48,57}$$

$$n = \frac{4857}{49,57}$$

$n = 97,98$ dibulatkan menjadi 98 sampel.

Dari perhitungan yang digunakan di atas diperoleh besaran sampel sebesar 98 orang. Peneliti membulatkan menjadi 100 sampel atau 100 responden.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel ini adalah Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2015:152). Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Warung Seblak Hasan Jeletot, Ilir Barat I, Palembang.

1.5.6 Analisis Data

a. Metode Kualitatif

Metode Kualitatif adalah metode yang tidak dapat diukur dalam numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Metode kualitatif dalam penelitian ini mengenai gambaran dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan cita rasa di Seblak Hasan Jeletot Ilir Barat I. Data tersebut didapatkan dari hasil jawaban responden yang ada pada

kuesioner yang disiapkan dengan beberapa penilaian berdasarkan angka koefisien sebagai acuan.

b. Metode Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio (Yusi dan Idris, 2016:108). Penulis menggunakan analisa kuantitatif sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah responden terhadap kuesioner yang diberikan. Hasil yang diperoleh dari kuesioner akan dihitung menggunakan Skala *Likert*.

Menurut Sugiyono (2019:146), Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 1.1
Skala *Likert*

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

Skala *Likert* ini digunakan untuk dijadikan pilihan jawaban kuesioner untuk responden. Hasil jawaban dari responden itu akan diolah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Dalam perhitungannya penulis menggunakan rumus *Importance Performance Analysis (Diagram Kartesius)* dengan rumus:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

X_i = Rata-rata tingkat kepuasan tingkat

Y_i = Rata-rata skor tingkat kepentingan

ΣX_i = Total skor untuk tingkat kepuasan

ΣY_i = Total skor untuk tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Setelah mendapatkan hasil perhitungan menggunakan rumus IPA dan didapatkan hasilnya, penulis lalu menghitung perbedaan antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi menggunakan rumus SERVQUAL atau Analisis GAP. Skor SERVQUAL untuk setiap pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat di hitung berdasarkan:

$$\text{SERVQUAL Score} = \text{Skor Kinerja} - \text{Skor Harapan}$$

Selanjutnya setelah didapatkan GAP antara penilaian yang diberikan pelanggan mengenai harapan dan persepsi penulis selanjutnya menggunakan Diagram Kartesius untuk mengidentifikasi area atau item dalam peningkatan kepuasan pelanggan.



Gambar 1.1 Diagram Kartesius

Sumber: Wijaya (2011)

Keterangan:

1. Kuadran A.

Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut – atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Di wilayah ini perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus agar performance dalam kuadran ini meningkat.

2. Kuadran B.

Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap penting oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi.

3. Kuadran C.

Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya persepsinya kurang istimewa.

4. Kuadran D.

Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan.