

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada dunia makanan menunjukkan kemajuan yang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi. Hal ini terlihat dari meningkatnya kompetisi di antara pelaku usaha dalam memasarkan produk yang mereka sediakan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan (1). Persaingan ini menjadi tantangan penting bagi pelaku bisnis dalam upaya memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara optimal. Pelaku usaha dituntut untuk mampu menyusun strategi yang tepat agar dapat mempertahankan keberadaan serta mendominasi persaingan pasar. Strategi tersebut dapat berfokus pada peningkatan kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, serta memberikan layanan yang optimal agar mampu mempertahankan pelanggan dan menciptakan kepuasan. Strategi tersebut menjadi perhatian utama khususnya bagi pelaku usaha kuliner yang beroperasi di daerah wisata, dimana selera dan harapan pelanggan cenderung beragam dan terus berkembang.

Kota Batu dikenal sebagai salah satu kota wisata unggulan di Indonesia dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Kondisi ini menarik banyak pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis di sektor kuliner, karena wisatawan maupun penduduk lokal menjadikan makanan dan minuman sebagai bagian dari pengalaman berwisata. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku bisnis kuliner di Kota Batu untuk menghadirkan ciri khas tersendiri dari membangun identitas usaha yang jelas agar mampu bersaing dengan usaha sejenis. Pelaku usaha juga harus menyusun strategi yang mampu menarik perhatian konsumen, memberikan pengalaman yang menyenangkan, serta membangun loyalitas. Di sisi lain, perilaku masyarakat dan wisatawan yang semakin selektif dan cerdas dalam memilih tempat makan

menjadikan bisnis kuliner seperti kafe dan restoran sebagai peluang sekaligus tantangan bagi pengusaha di Kota Batu.

Menurut Alwi dalam delapan bulan terakhir, sebanyak 39 restoran dan kafe baru resmi menjadi wajib pajak. Sehingga objek usaha kuliner yang tercatat kini mencapai 515 unit, naik dari sebelumnya 476 unit (2). Selain itu, menurut Allegra dalam kurun empat tahun terakhir, bisnis kafe dan restoran di Kota Batu tumbuh hingga 76,9 persen, dengan dominasi pertumbuhan usaha kafe yang menjamur hingga ke wilayah pelosok kota (3). Kondisi ini mencerminkan bahwa bisnis kuliner di Kota Batu tidak hanya berkembang pesat tetapi juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Pertumbuhan bisnis yang begitu cepat juga menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam kondisi persaingan tersebut, kemampuan perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha.

Kepuasan konsumen merupakan bentuk evaluasi seseorang terhadap pengalaman mengonsumsi suatu produk, yang mencerminkan apakah produk tersebut mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka (4). Untuk mencapai kondisi tersebut, perusahaan harus mampu menjaga kepercayaan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan secara berkelanjutan. Selain itu, meningkatnya jumlah pelanggan menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen, memenuhi permintaan mereka, serta memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan benar-benar mampu menciptakan kepuasan.

Kualitas produk merupakan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan, selera, dan harapan konsumen melalui kinerja dan karakteristik yang dimilikinya. Konsumen akan menilai kualitas produk berdasarkan pengalaman penggunaan, kesesuaian dengan kebutuhan, serta daya tarik produk tersebut dibandingkan dengan produk lain (4). Kualitas produk juga dapat dilihat dari

sejauh mana produk mampu menciptakan minat beli dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan demikian, baik atau buruknya kualitas suatu produk pada akhirnya ditentukan oleh persepsi konsumen, karena konsumenlah yang merasakan langsung manfaat dari produk tersebut. Bagi pelaku usaha, kualitas produk menjadi acuan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, faktor harga merupakan salah satu unsur penting dalam strategi pemasaran karena secara langsung mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam strategi pemasaran, harga tidak hanya dipandang sebagai nilai tukar atas suatu produk, tetapi juga sebagai elemen yang menentukan daya saing dan posisi perusahaan di pasar. Menurut Kotler & Keller, konsumen akan mengevaluasi harga berdasarkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh (5). Namun, pada konteks layanan makanan penilaian konsumen tidak hanya didasarkan pada nominal harga, tetapi juga pada kewajaran harga (*price fairness*), yaitu sejauh mana harga dianggap wajar dan sebanding dengan kualitas produk maupun pelayanan (6). Penetapan harga yang tepat memungkinkan perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif, menyesuaikan diri dengan kondisi pasar, serta memenuhi segmentasi konsumen yang dituju (7). Selain itu, harga sering menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum membeli, terutama saat membandingkan produk sejenis dari tempat lain. Karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan harga dengan nilai yang ditawarkan agar konsumen merasa manfaat yang diterima sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Jika harga dinilai tidak sesuai dengan kualitas produk atau layanan, hal ini dapat menurunkan kepuasan dan mengurangi minat beli ulang.

Selain itu, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai pendukung penyampaian produk, tetapi juga menjadi pembeda yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan (4). Pelayanan yang baik memberikan pengalaman positif bagi konsumen,

membangun kepercayaan, serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang rendah dapat menimbulkan kekecewaan dan menurunkan tingkat kepuasan, meskipun produk yang ditawarkan relatif baik.

Pondok Welirang Warung & Café merupakan salah satu usaha kuliner yang berlokasi di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Usaha ini memanfaatkan keunggulan panorama alam pegunungan serta menyajikan menu tradisional sebagai daya tarik utama bagi pengunjung. Letaknya yang berada di kawasan wisata membuat Pondok Welirang berpotensi menjadi pilihan strategis bagi wisatawan maupun masyarakat lokal yang ingin menikmati suasana santai sekaligus kuliner khas. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan bisnis kuliner di Kota Batu, keberadaan Pondok Welirang tidak lepas dari persaingan dengan kafe dan restoran lain yang terus bermunculan. Dalam situasi ini, kualitas produk, pelayanan, dan penetapan harga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan serta menentukan keberlanjutan usaha.

Tabel 1. 1 Ulasan Google Pondok Welirang Warung & Cafe Kota Batu

No	Bintang	Jumlah
1	5	43
2	4	17
3	3	8
4	2	21
5	1	78

Sumber : Riview Google (8)

Berdasarkan data ulasan Google pada tahun 2025, Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu memperoleh total 49 ulasan bintang 5 yang menunjukkan adanya konsumen yang merasa puas terhadap suasana, menu, ataupun pelayanan yang diberikan. Namun jumlah ulasan dengan bintang rendah juga cukup signifikan, yaitu 78 ulasan bintang 1, 21 ulasan bintang 2, dan 8 ulasan bintang 3. Kondisi ini menggambarkan bahwa meskipun terdapat konsumen yang menilai positif, masih banyak pelanggan yang menyampaikan ketidakpuasan terhadap berbagai aspek layanan. Meskipun sebagian konsumen memberikan rating tinggi, komentar dalam ulasan menunjukkan masih banyak

keluhan terkait pelayanan, kualitas menu, maupun pengalaman berkunjung secara keseluruhan.

Tabel 1. 2 Ulasan Google Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu

No	Nama Akun	Komentar
1.	Titin Lutfi	Pertama kali datang, pelayanan sangat lambat. Sistem pesan pakai kertas tapi tidak ada pulpen dan kasir kosong, staf dapur pun tidak merespons. Pesan jam 13.42, minuman baru datang 14.20, makanan belum muncul sampai 15.00 sementara pelanggan setelah saya sudah mendapat pesanan. Setelah dicek jam 15.30, ternyata kertas pesanan hilang dan harus ditulis ulang. Makanan datang 15.40, tapi nasi pecel 20 ribu tanpa lauk dan ayam gepreknya sangat keras, hanya tempe dan pisang yang masih layak.
2.	Jhoni Firdaus	Sangat disayangkan cafe dengan suasana seperti ini pelayanan sangat lama.
3.	Rani Rahmawati	View-nya bagus, tapi pelayanan makanan dan minumannya sangat lama dan tidak efisien. Pesanan sudah lebih dari dua jam belum datang, malah yang baru datang justru didahulukan. Cukup sekali saja ke sini.
4.	Abraham	Jus alpukat rasanya kurang enak dan pelayanannya lambat. Adik saya pesan Ayam Geprek tapi tidak dilayani selama satu jam. Tidak ada resepsionis, Wi-Fi dan stopkontak di lantai atas tidak berfungsi. Parkir dikenakan biaya 10 ribu tanpa karcis dan alasannya hanya "permintaan pemerintah."
5.	Dea ayu	Pelayanan sangat mengecewakan: sudah pesan lebih dulu tapi yang baru datang justru dilayani lebih cepat. Menunggu lebih dari satu jam untuk minuman dan tambahan 15 menit untuk makanan. Nasi geprek keras, nasi kering, bakso tanpa saus atau sambal meski diminta, siomay goreng lumayan, pisang goreng tepungnya tebal dan keras. Jus alpukat pahit dan lemon tea rasanya aneh seperti ada asam kunyit. Lama nunggu dan rasa tidak sepadan, cukup sekali datang.

Sumber :Riview Google (8)

Berdasarkan ulasan pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Cagar Kota Batu, ketidakpuasan utama muncul pada kualitas layanan seperti keterlambatan penyajian, sistem pemesanan yang tidak efisien, dan respons pegawai yang lambat serta kualitas produk, termasuk makanan atau minuman yang tidak sesuai ekspektasi. Beberapa keluhan juga terkait harga, terutama biaya parkir yang dianggap tidak sepadan. Fenomena ini mengindikasikan

adanya ketidaksesuaian antara penilaian bintang dengan pengalaman nyata konsumen, serta menunjukkan perlunya evaluasi terhadap kualitas pelayanan, pengelolaan harga, dan kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan fenomena yang ada penelitian ini akan berfokus pada pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Welirang Warung & Café Cangar Kota Batu. Objek penelitian ini dipilih karena memiliki daya tarik tersendiri dan menunjukkan potensi yang besar untuk dikaji dari sisi kepuasan pelanggan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui sejauh mana ketiga variabel tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis kuliner, khususnya bagi pelaku usaha di Kota Batu dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, Pondok Welirang Warung & Café Cangar mendapatkan berbagai ulasan pelanggan yang menunjukkan adanya keluhan keterlambatan penyajian pesanan, pelayanan yang kurang cepat tanggap pada konsumen, dan ketidaksesuaian harga dengan kualitas produk yang di terima konsumen. Kondisi menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pengalaman yang di terima di lapangan yang dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Permasalahan ini perlu diatasi dengan strategi yang tepat terutama dalam hal peningkatan kualitas layanan, kualitas produk dan harga yang di tawarkan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Pondok Welirang. Oleh karena itu, diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu?

3. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan pada Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu.
2. Mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu.
3. Mengetahui Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu.
4. Mengetahui Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor usaha kuliner.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen Pondok Welirang Warung & Café Kota Batu dalam menyusun strategi pelayanan, penetapan harga, dan peningkatan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha kuliner lain dalam menghadapi persaingan bisnis. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman bagi konsumen dalam

mempertimbangkan aspek pelayanan, harga dan kualitas produk sebelum melakukan pembelian guna mendapat pengalaman yang memuaskan.

