

BAB 1

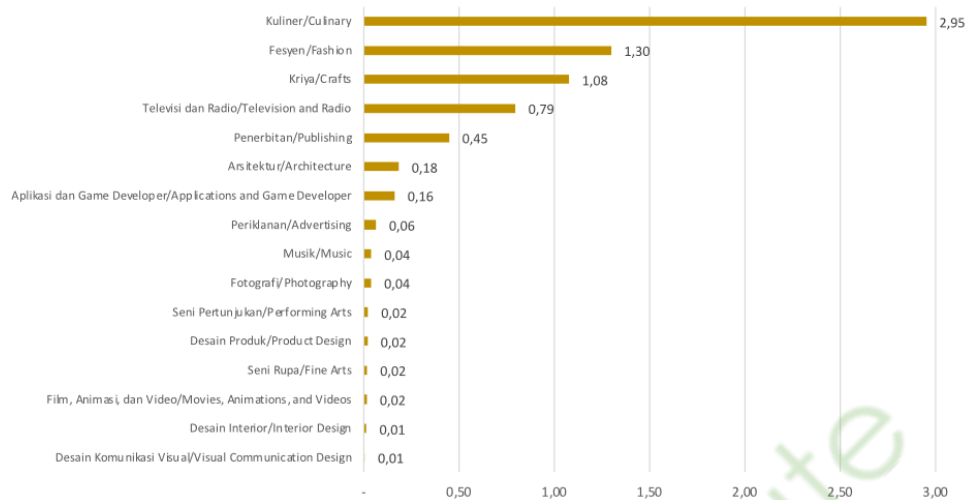
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang sangat pesat menjadikan perkembangan dunia bisnis pun semakin meningkat. Dunia bisnis sangat diminati sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Pesaing bisnis yang bermunculan dan mencoba untuk berinovasi dengan menciptakan produk baru yang unik dan kreatif. Oleh sebab itu para pelaku bisnis yang ingin memulai suatu usaha harus mengetahui keinginan atau kebutuhan konsumen agar tepat sasaran (Akeyodia, 2019).

Bisnis di Indonesia terus berkembang hingga kini adalah bisnis kuliner. Pada tahun 2011, Kemenparekraf telah memasukkan kuliner sebagai salah satu subsektor dalam ekonomi kreatif. Seni kuliner pada dasarnya terkait erat dengan proses penyiapan dan pemasakan makanan, suatu kegiatan dasar manusia untuk memenuhi kebutuhan mereka. Istilah "kuliner" mulai menjadi topik pembicaraan yang populer di Indonesia sejak tahun 2005, setelah acara televisi mengenai wisata kuliner menampilkan tempat makan unik atau yang sudah terkenal dan menjadi favorit di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut buku "Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025" Diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2014, "Kuliner" didefinisikan sebagai kegiatan menyiapkan, mengolah, dan menyajikan makanan dan minuman yang menggabungkan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal. Faktor ini sangat penting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai makanan, menarik minat konsumen dan memberikan pengalaman yang menyenangkan (Regitha, 2017).

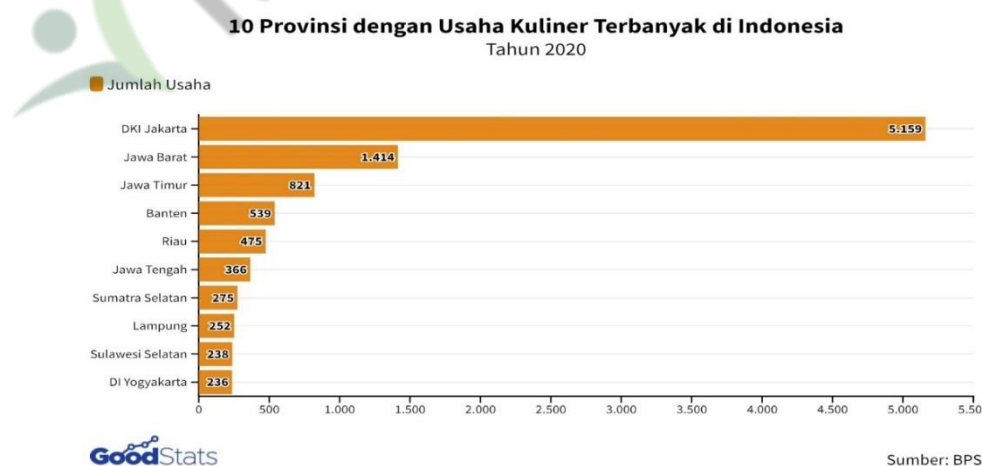
Selama periode tahun 2014-2020, subsektor kuliner merupakan subsektor yang memberikan kontribusi nilai tertinggi terhadap PDB ekonomi kreatif. Kontribusi industri kreatif terhadap PDB subsektor kuliner pada tahun 2020 sebesar Rp 455,44 triliun (Hidayah et al., 2021).



Gambar 1. 1 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif per Sub-Sektor terhadap PDB Nasional (%), 2020

Sumber: Kemenparekraf, 2021

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa konsep subsektor kuliner pada tahun 2020 memiliki kontribusi tertinggi terhadap PDB Nasional sebesar 2,95%. (Hidayah et al., 2021) Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat 11.223 tempat makan di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 (71,65%) merupakan usaha rumah makan atau rumah makan, 269 (2,40%) usaha catering, dan sisanya sebanyak 2.912 usaha (25,95%) termasuk dalam kategori lainnya (Angelia, 2022).



Gambar 1. 2 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak Tahun 2020

Sumber: Goodstats, 2022

Pada gambar 1.2. menunjukkan DKI Jakarta menduduki peringkat pertama sebagai provinsi makanan dan minuman terhangat di Indonesia dengan total 5.159 usaha di tahun 2020, DKI Jakarta jauh lebih tinggi dari provinsi lainnya (Angelia, 2022). Bisnis kuliner adalah bisnis yang dapat dijalankan oleh siapapun dan sangat mudah karena pada dasarnya kuliner ini berhubungan dengan makanan yang merupakan kebutuhan primer setiap orang . Salah satu usaha kuliner makanan yang terus diminati dan tidak pernah sepi pembeli adalah pecel lele. Pecel Lele merupakan kuliner paling merakyat yang digemari masyarakat di Indonesia. (Sushmita, 2022). Makanan pecel lele sangat familiar dengan warung tenda pinggir jalan hingga restoran di berbagai kota besar. Pecel lele merupakan makanan khas Jawa Timur yang terdiri dari ikan lele yang digoreng dilengkapi dengan sambal khas jawa beserta lalapan, tahu dan juga tempe.



Gambar 1. 3 Makanan Pecel lele

Sumber: Endues.tv, 2023

Gambar 1.3 merupakan hidangan pecel lele yang tidak sesuai dengan namanya. Dimana pecel lele ini tidak ada pecelnya melainkan hidangan yang dipecek atau pecak lele. pecak sendiri merupakan teknik atau cara penyajian masakan khas Jawa Timur. Cara menyajikan masakan ala pecak adalah dengan menekan atau dipenyet dan menyajikannya dengan sambal di atasnya. Sejarah nama pecel lele ini dimulai saat diperdagangkan di Jakarta. Terdapat makanan khas Jakarta yang bernama pecak. Pecak Jakarta berbeda dengan pecek Jawa Timur. Di Jakarta, pecak adalah ikan

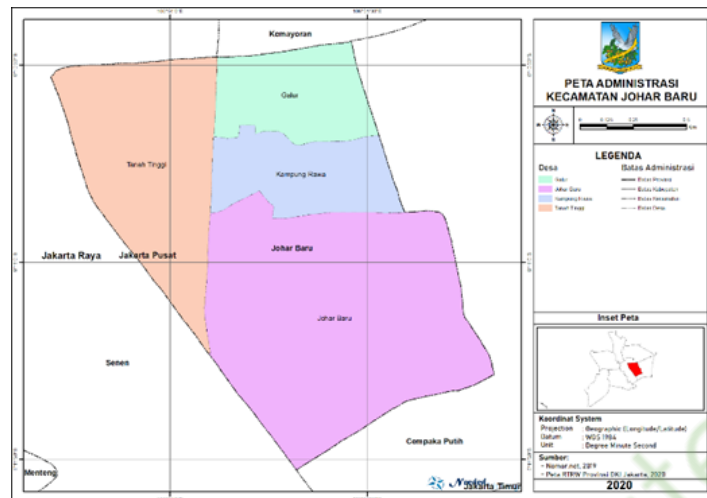
air tawar yang digoreng atau dibakar yang direndam dalam kuah santan yang dicampur dengan bumbu cabai dan kemiri . Kemiripan penamaan inilah yang menyebabkan masakan pecak lele khas Jawa Timur berganti nama menjadi pecel lele (Widiyarti, 2022).



Gambar 1. 4 Warung Pecel lele Daerah Johar Baru

Sumber: Gambar Diambil Peneliti, 2022

Selain nama yang unik, dapat dilihat pada gambar 1.4. bahwa gambar tersebut menunjukkan warung pecel lele yang ikonik dengan desain spanduknya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang melintas di jalan. Spanduknya tentu tidak sama, namun komposisi yang digunakan bisa dibilang sama. Dilihat dari gambar hewan yang ditonjolkan seperti lele, ayam, burung dara dan bebek. Komposisi gambar dan warna yang konsisten pada setiap spanduk dapat membantu warung pecel lele menciptakan citra merek yang konsisten dan mudah dikenali. Pada perkembangannya, warung pecel lele menambahkan menu ayam goreng yang dapat memperluas pilihan menunya sehingga dapat mempertahankan pelanggan setia dan menarik pelanggan Baru. Hal ini dapat ditandai dengan banyaknya warung pecel Lele di berbagai daerah, dengan menu yang sama tetapi tetap ramai pengunjungnya. Terutama warung pecel lele Daerah Johar Baru, Jakarta Pusat.



Gambar 1. 5 Peta Kecamatan Johar Baru

Sumber: Neededthing, 2020

Pada gambar 1.5 Daerah Johar Baru terdapat empat kelurahan yaitu Galur, Kampung Rawa, Johar Baru, dan Tanah Tinggi. Peneliti melakukan pra-survei di kecamatan Johar Baru yang terdapat 43 warung pecel lele yang saling berdekatan dengan warung pecel lele lainnya. Maraknya bisnis pecel lele yang dikembangkan di berbagai tempat memaksa para pelakunya untuk melakukan persaingan ketat agar dapat bertahan. Persaingan yang ketat ini membuat pedagang pecel lele di Johar Baru justru tidak memperhatikan kebersihan untuk para pelanggan pecel lele. Dalam bisnis kuliner, pelanggan atau konsumen memiliki peran yang sangat penting karena mereka dapat menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis tersebut. Untuk mencapai hal tersebut, para pelaku usaha akan berupaya memenangkan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, dengan tujuan membuat mereka merasa puas saat makan di warung pecel lele.

Kepuasan dapat diartikan sebagai Perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan. Pelanggan mungkin tidak puas jika kinerja produk di bawah harapan mereka. Pelanggan akan puas jika kinerja produk sesuai dengan harapannya. Namun, jika kinerja produk Anda melebihi ekspektasi, pelanggan Anda akan sangat senang atau merasakan kepuasan maksimal. Kepuasan konsumen, oleh karena itu, terjadi ketika konsumen merasa bahwa kebutuhan

dan keinginan mereka telah terpenuhi seperti yang diharapkan. Jadi, Kepuasan konsumen adalah tingkat kebahagiaan atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen setelah membeli atau menggunakan produk atau layanan tertentu. Hal ini sangat penting bagi bisnis karena kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas mereka terhadap merek dan kemungkinan Mereka merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus fokus pada memenuhi atau melebihi harapan mereka. Secara keseluruhan, memastikan kepuasan konsumen dalam suatu bisnis kuliner akan membantu dalam Free fight competition sehingga membuat pelanggan merasa puas sehingga pelanggan pun memiliki kemungkinan untuk datang kembali (Siadari, 2019).

Para pebisnis perlu memperhatikan dari segala aspek, salah satunya memastikan bahwa kualitas produk mereka tetap terjaga dan konsisten. Kualitas produk menjadi perhatian utama untuk menciptakan makanan yang selalu berkualitas dan terus meningkatkan produknya. Kepuasan konsumen tergantung pada hasil evaluasi mereka terhadap kualitas makanan yang mereka nikmati. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Rasa, aroma, konsistensi, kesegaran, penampilan, kematangan, dan variasi makanan merupakan faktor-faktor yang berperan dalam mempengaruhi kualitas produk makanan.

Penulis telah melakukan pra-survei ke beberapa pelanggan pecel lele. Berikut pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada narasumber:

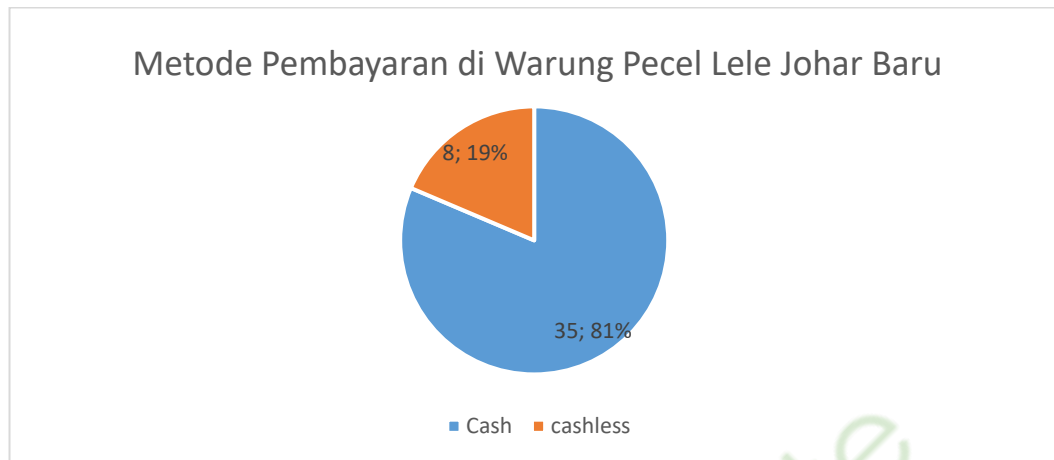
1. Apakah anda menyukai pecel lele?
2. Apa yang anda sukai dari pecel lele ?
3. Mengapa anda menyukainya?

Tabel 1. 1 Review Pelanggan Warung Pecel Lele

No.	Sumber	Nama	komentar
1.	Review wawancara	Aprilisia Berlin	“Saya menyukai pecel lele karena sambalnya. Sambalnya itu enak kaya punya ciri khas tersendiri di setiap warung pecel lele”
1.	Review wawancara	Nugrahaning Tyas	“Saya suka pecel lele karena sambalnya. Sambal unik dan enak”

2.	Review wawancara	Thaddeus Liu Sianturi	“Saya suka makan di warung pecel lele, tapi biasanya yang saya pesan itu ayamnya. Yang saya suka dari makan di warung pecel lele itu yang pasti sambelnya. Sambalnya kaya bikin nagih”
3.	Review wawancara	Ardisa Putri	Dwi “Pastinya saya suka pecel lele karena sambalnya. Yang saya suka dari sambalnya yang pedas dengan aroma terasi membuatnya semakin nikmat”
4.	Review google, 2020	12_Fairuz Zahran	“Tempatnya enak ramai murah ramah lagi terus kursinya lumayan banyak kebanyakan pada bawa pulang kalau makan di sana ayamnya di geprek kalo bawa pulang gak sambalnya mantep bgt kol goreng selalu juara sih”

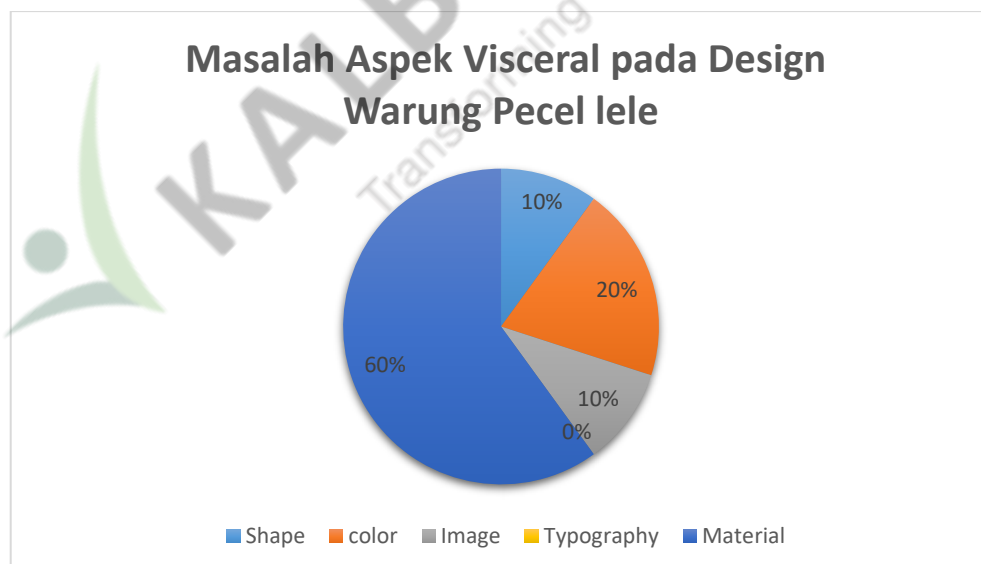
Pada tabel 1.1 merupakan tanggapan para pelanggan warung pecel lele. Secara garis besar pecel lele terkenal karena rasa sambalnya yang enak menjadi ciri khas di setiap warung pecel lele. Koki tidak hanya memiliki keahlian dalam mengolah dan memasak, tetapi juga memahami bahan dan karakteristiknya. Hidangan harus disajikan dengan selera yang baik. Rasa itu relatif, tapi makanan yang enak bisa menjadi penentu penting kualitas makanan. Pada rasa tekstur dan aroma dihubungkan sebagai kesegaran dari makanan. Pada makanan di warung pecel lele, ikan lele dan ayam yang Baru dan sudah lama dimasak dapat mudah dilihat perbedaannya. Maka dari kriteria utama dalam memilih produk yang ditawarkan oleh konsumen adalah kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen dan mampu bersaing kepada kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Selain memperbaiki kualitas produk, pebisnis juga dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman konsumen. Pelayanan yang baik perlu memperhatikan kemudahan dalam sistem pembayaran. Saat ini, sistem pembayaran telah mengadopsi teknologi cashless atau non-tunai. Melalui cashless transaction ini, kepuasan konsumen dapat ditingkatkan. Seiring perkembangan cashless, jenis transaksi ini telah menjadi gaya hidup dalam kehidupan ekonomi masyarakat.



Gambar 1. 6 Survey Trancantion cashless Pecel Lele di Johar Baru

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Gambar 1.6 adalah hasil tabel diperoleh saat survei di Kecamatan Johar Baru sampai bulan Desember 2022. terdapat 43 warung pecel lele, 35 diantaranya menggunakan pembayaran cash dan 8 warung pecel lele lainnya menggunakan *cashless transaction*. Adanya layanan *cashless transaction* dapat mempermudah transaksi dikalangan masyarakat terutama pada warung pecel lele Johar Baru.



Gambar 1. 7. Pra- survei masalah pada aspek visceral

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Pada gambar 1.7. Merupakan aspek visceral yang mengacu pada pengalaman atau respons emosional yang muncul secara alami dan tidak disadari dalam diri seseorang terhadap suatu situasi atau stimulus. Aspek ini berkaitan dengan perasaan, insting, dan intuisi yang ada di dalam diri manusia. Sehingga data diatas menjelaskan bahwa permasalahan terbanyak yang terdapat di warung pecel lele terdapat pada materialnya yaitu sebesar 60% . Material pada warung pecel lele ini seperti terpalnya yang kurang aman, misalnya tertiuip angin dan bocor ketika hujan. Selain itu, letak pecel lele yang tidak strategis seperti di samping got yang menunjukkan rendahnya kebersihan dan kerapian di warung pecel lele sehingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap warung. Persepsi pelanggan dapat membentuk kepuasan konsumen di warung pecel lele dan mempengaruhi faktor emosional, yang merupakan salah satu tujuan dari *emotional design* . Ketika pelanggan merasa nyaman dan senang dengan suasana, tampilan, dan suasana hati yang diciptakan oleh warung pecel lele, mereka cenderung akan merasa lebih puas dengan pengalaman makan mereka di warung tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi secara positif faktor emosional pelanggan, seperti kepuasan, loyalitas, dan niat untuk kembali ke warung tersebut.

Dalam *emotional design* , tujuannya adalah untuk menciptakan pengalaman yang positif dan membentuk emosi positif pada pelanggan. Hal ini dilakukan dengan menciptakan suasana hati, suasana yang nyaman, tampilan yang menarik, dan lain sebagainya, sehingga dapat mempengaruhi emosi dan kepuasan konsumen. Jika warung pecel lele dapat menciptakan pengalaman yang positif dan memuaskan bagi pelanggan, maka mereka dapat meningkatkan faktor emosional dan menciptakan pengalaman makan yang tak terlupakan bagi pelanggan (Octa, 2021).

Terdapat beberapa penelitian yang dijadikan sebagai sumber atau landasan penelitian ini salah satunya penelitian dari Rustiana dan Kurniawan (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen Martabak Alim. Hasil survey yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Martabak Alim Serang cabang Cibarusah lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh Desy Permatasari dan Tri Harsini Wahyuningsih (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan konsumen Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil fenomena, permasalahan dan peneliti terdahulu yang muncul dan sudah dibahas, maka peneliti ingin meneliti dengan tujuan menggali informasi lebih dalam mengenai faktor – faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian pada usaha pecel lele di Johar Baru, Jakarta, maka dengan ini peneliti ingin menulis penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CASHLESS TRANSACTION*, DAN *EMOTIONAL DESIGN* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PECEL LELE DAERAH JOHAR BARU, JAKARTA”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah *cashless transaction* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah *emotional design* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah pengaruh kualitas produk, *cashless transaction* dan *emotional design* berpengaruh signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen di warung pecel lele?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah peneliti merasa perlu untuk membatasi permasalahan yang ada agar penulis lebih terarah dan tidak meluas. Maka dari itu pembahasan yang akan dijelaskan penulis perlu memberikan batasan-batasan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang disajikan mengenai kualitas produk, *cashless transaction* dan *emotional design* terhadap kepuasan konsumen pada warung pecel lele.
2. Dalam penelitian warung pecel lele ini hanya dilakukan di Jakarta pusat, Kecamatan Johar Baru khususnya di Kelurahan Galur, Tanah Tinggi, Kampung Rawa, dan Johar Baru.
3. Periode penelitian dilakukan hanya pada bulan Februari – Juli 2023.
4. Periode pengumpulan data hanya dilakukan pada bulan Mei – Juni 2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan diketahui adalah mengenai pengaruh kualitas produk, *cashless transaction*, dan *emotional design* terhadap kepuasan konsumen pada warung pecel lele Daerah Johar Baru, dalam hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *cashless transaction* terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *emotional design* produk terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk, *cashless transaction* dan *emotional design* berpengaruh signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen di warung pecel lele.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan, terutama mahasiswa, praktisi, dan masyarakat pada umumnya. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara akademis maupun praktis:

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Serta dapat memberi manfaat dalam mengembangkan wawasan bagi para akademis tentang kualitas produk, *cash-less transaction* dan *emotional design* terhadap kepuasan konsumen. menjadi suatu bahan rujukan untuk mahasiswa Kalbis Institute. Selain itu juga dapat menambah wawasan bagi pembacanya.

2. Manfaat Praktis

Bagi pihak manajemen, penelitian yang telah dibuat diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan memberikan pemahaman yang bermanfaat untuk memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan dan mampu meningkatkan pencapaian target perusahaan khususnya pada warung pecel lele terutama dalam menghadapi persaingan secara meningkat dan stabilitas dalam bisnis.

1.6 Sistematika Penulis

Agar dapat memberikan gambaran secara komprehensif tentang penulisan dan penyusunan skripsi, maka skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan struktur penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan teori dari beberapa pakar ilmiah yang menjadi dasar konseptual tentang variabel-variabel yang diteliti.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan teknik pengolahan data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil pengujian data berdasarkan metode, analisis dari data yang telah diuji, dan pembahasan data yang telah diolah menjadi informasi yang relevan untuk memecahkan permasalahan tentang pengaruh kualitas produk, cashless transaction, dan *emotional design* terhadap kepuasan konsumen pada warung pecel lele di Daerah Johar Baru, Jakarta.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Saran juga diberikan sebagai rekomendasi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya terkait kepuasan konsumen pada bisnis warung pecel lele.

