

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman globalisasi sekarang, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Hal ini menuntut setiap Perusahaan kecil maupun besar untuk dapat memaksimalkan efisiensi operasional bisnisnya agar bisa bersaing di pasar. Para pelaku usaha atau bisnis supaya harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh sebab itu para pelaku usaha dan bisnis harus bisa merancang strategi pemasaran yang kuat dan menarik untuk menciptakan kepuasan konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis

(Mei Ferra Fadillah, 2021) Perkembangan ritel di Indonesia saat ini cukup pesat dengan munculnya perusahaan ritel lokal baru. Sementara itu banyak perusahaan ritel asing mulai masuk ke Indonesia. Pesatnya perkembangan kegiatan usaha berdampak pada persaingan antar perusahaan yang memasuki pasar. Perusahaan yang menghadapi persaingan yang semakin ketat ini harus mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada dan menerapkan strategi pemasaran agar dapat bertahan dan berkembang. Semakin tingginya tingkat persaingan usaha baik global maupun lokal dalam kondisi ketidakpastian menuntut dunia usaha untuk mampu memperoleh keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan usaha.

(Nursamsiah Nasution, 2022) Dalam dunia bisnis di era globalisasi saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat yang dimana setiap pengusaha selalu memberikan yang lebih baik untuk memajukan bisnisnya. Faktor keberhasilan sebuah usaha ditengah persaingan yang ketat adalah memberi perhatian lebih

terhadap pelanggan dengan melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan. Oleh sebab itu, memberi sesuatu yang berharga dan memberikan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan produk yang ditawarkan merupakan tuntutan sebuah Perusahaan.

Kepuasan pelanggan sebagai kunci agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi faktor dalam bersaing. Dalam persaingan, sebuah Perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat menjadikan pelanggan merasa puas kepada Perusahaan, karena konsumen sudah merasakan kepuasan dan akan mendatangkan konsumen baru dengan merekomendasikan Perusahaan tersebut kepada orang lain (Febiana Fauziah Latif, 2022).

(Hendy T, 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi setiap pelaku bisnis, karena dari kepuasan pelanggan tersebut maka Perusahaan sudah berhasil dalam menjual produk maupun jasanya kepada pelanggan sehingga akan menciptakan sumber pendapatan dimasa yang akan datang. Pelanggan akan puas jika semua harapannya dapat dipenuhi oleh Perusahaan. Kepuasan pelanggan juga menjadi Sebagai tolak ukur bagi Perusahaan untuk memperbaiki jika ada yang harus dirubah.

Menurut (Fitria Sari R, 2023) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Harga merupakan faktor terpenting untuk menjadi alasan utama pelanggan menentukan maupun memilih produk maupun jasa. (Widyantara, 2019) apabila harga tidak cocok maka akan mengakibatkan sebuah Perusahaan bangkrut dan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen

dapat membeli barang tersebut. Karena bagi pelanggan, bahan pertimbangan sebelum mengambil Keputusan pembelian yaitu harga.

(Prasetio, 2012) menyatakan apabila untuk menarik lebih banyak pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan, dan menciptakan sebuah keunggulan yang baik maka strategi yang digunakan yaitu dengan menciptakan kualitas pelayanan yang baik, karena kepuasan pelanggan dinilai oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang baik.

(Yineu Nur Layaalin, 2017) Pentingnya kualitas pelayanan bagi Perusahaan merupakan salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Karena pelanggan berharap mendapatkan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Jaminan kualitas pelayanan menjadi prioritas utama bagi sebuah Perusahaan yang dapat dijadikan untuk mengukur keunggulan daya saing Perusahaan yang ditengah meningkatnya harapan pelanggan terhadap maraknya perusahaan yang setara atau sejenis.

Usaha yang tetap berkembang dan bertahan di zaman sekarang pasca Covid-19 adalah toko grosir yang menyediakan dan menjual kebutuhan sehari-hari dan sembako. Pada masa pandemic Covid-19 toko grosir banyak mengalami dampak penurunan penjualan, namun Belva Food melakukan sebuah inovasi yang dapat menarik banyak pelanggan. Frozen Food atau makanan yang beku yaitu proses mengawetkan produk makanan dengan mengubah menggunakan cara sebagian besar mengandung air dalam produk menjadi es. Frozen food di Indonesia meniru atau mengadopsi budaya dari luar yang sekarang banyak disukai oleh Masyarakat.

(Safitri et al., 2022) mengatakan bahwa masyarakat saat ini beralih ke bisnis makanan beku atau frozen food, di tingkat usaha mikro kecil menengah (UMKM) maupun rumahan, usaha frozen food menyumbang keuntungan yang signifikan. Diprediksi di tahun 2025, nilai pasar frozen food mencapai Rp 200 triliun. Adapun pada tahun 2020, nilai pasarnya mencapai Rp80 triliun dan tahun 2021 diprediksi menjadi Rp 95 triliun.

Belva food merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak dibidang makanan *frozen* yang segar dan siap untuk dikonsumsi yang berasal dari produk ayam. Belva Food merupakan salah satu unit bisnis dari Perusahaan PT. Phalosari Unggul Jaya Tembelang Jombang yang mendistribusikan dan menjual produk ayam dengan berbagai varian dan mampu memberikan jaminan bahwa produk yang diproduksi berasal dari bibit unggul, ditenak secara sehat dan bebas dari penyakit, serta pasti aman untuk dikonsumsi. Belva Food sudah berdiri selama 3 Tahun dan sudah banyak dikenal oleh Masyarakat. Belva Food Tembelang mampu menarik minat konsumen dengan beragam produk yang ditawarkan karena kualitas pelayanan yang diberikan serta produk yang dapat bersaing. Belva Food Tembelang mampu bersaing dengan banyak toko yang sejenis dan telah mampu membangun kesan positif bagi para pelanggan. Belva Food Tembelang Juga mempunyai *WhatsApp Business* yang khusus untuk melayani konsumennya. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan dalam memberikan informasi mengenai promo yang sedang berlaku di Belva Food kepada konsumennya.

Selain usaha di bidang makanan *frozen*, Belva Food juga mempunyai usaha yang berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan pangan produk hewani. Belva Food menyediakan banyak macam produk dalam berbagai bentuk varian seperti daging

ayam, telur, makanan instan, dan lain sebagainya. Salah satu unggulan produk Belva Food olahan dari daging ayam yang diolah menjadi *Nugget Ayam*. Nugget ayam ini menjadi produk unggulan dengan penjualan tertinggi di Belva Food. Hal ini sesuai dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan sangat terjangkau.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 8 Desember 2023 terhadap 5 pembeli, diketahui bahwa testimoni yang diberikan kepada Belva Food mengenai kepuasan pelanggan masih sedikit pelanggan yang merasa belum puas. Untuk kualitas pelayanan, beberapa pelanggan Belva food mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan yaitu masih cukup baik. Dan jika untuk kesesuaian harga terhadap kualitas produk, pelanggan Belva Food banyak yang suka karena harga yang diberikan terjangkau dengan kualitas produk yang setara dengan produk frozen food lainnya.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Belva Food Tembelang Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan penjelasan diatas, dengan ini peneliti menarik rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Belva Food Tembelang Jombang?
2. Apakah harga berpengaruh kepada kepuasan pelanggan Belva Food Tembelang Jombang?

3. Apakah kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Belva Food Tembelang Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Belva Food Jombang.
2. Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Belva Food Tembelang Jombang.
3. Menguji pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Belva Food Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen Belva Food Tembelang Jombang.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Belva Food Tembelang Jombang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman terhadap kualitas pelayanan, dan harga yang ditawarkan oleh toko untuk mencapai kepuasan pelanggan.

b. Bagi konsumen

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada konsumen pengguna jasa tentang kualitas pelayanan dan harga produk di Belva Food Tembelang Jombang

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan bukti dan petunjuk tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

