

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk berasal dari setiap proses produksi yang dapat diperjualbelikan. Seiring berjalannya waktu banyak produk termasuk produk dari peternakan mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini menyebabkan banyak persaingan yang terjadi di pasaran. Zaman dkk. (2023) menjelaskan bahwa lingkungan bisnis yang lebih kompetitif mendorong para pelaku usaha untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Keunggulan dalam bersaing memberikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan. Keunggulan bersaing tersebut tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha saja melainkan kebutuhan konsumen juga dapat terpenuhi.

Konsumsi masyarakat terhadap produk peternakan pada saat ini jauh lebih tinggi. Agar masyarakat tidak merasa bosan dengan produk peternakan yang diolah hanya itu-itu saja maka muncul ide untuk berinovasi dengan mengolah produk peternakan dengan berbagai bentuk serta menambahkan dengan bahan lain. Salah satu olahan produk peternakan yaitu bakso. Bakso terbuat dari daging yang digiling kemudian ditambahkan dengan kombinasi bahan lain. Bakso tidak asing lagi di masyarakat bahkan ada yang menjadikan bakso sebagai makanan kesukaannya (Malonda dkk., 2019).

Konsumen merupakan orang yang menggunakan atau mengonsumsi setiap produk yang tersedia. Untuk memilih produk yang dibutuhkan konsumen semakin teliti sehingga produk yang dibeli tidak salah. Masing-masing konsumen memiliki selera yang berbeda dalam mengonsumsi produk seperti bakso. Konsumen lebih memilih bakso yang berkualitas untuk dikonsumsi, meskipun tidak jarang beberapa orang lebih memperhatikan harga dibanding kualitasnya. Kualitas suatu produk berperan penting dalam melakukan pembelian. Sebagian orang bahkan berani untuk mengeluarkan uang yang tidak sedikit demi mendapatkan produk yang terjamin kualitasnya (Pradana dkk., 2017).

Perkembangan usaha kuliner saat ini semakin pesat karena dibarengi kebiasaan masyarakat yang jauh lebih praktis. Masyarakat terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya termasuk kebutuhan terhadap makanan dengan mengandalkan makanan yang cepat saji sehingga banyak waktu untuk melakukan kegiatan lainnya. Salah satu bentuk makanan cepat saji yang banyak ditemui adalah kuliner bakso yang banyak ditemukan baik di rumah makan, warung, restoran hingga yang di jajakan menggunakan gerobak. Menurut Tenima dkk. (2023) bahwa bakso merupakan usaha kuliner cepat saji yang terkenal di masyarakat. Kuliner bakso telah banyak berkembang dan tersebar di berbagai tempat hingga ke pelosok Indonesia. Sehingga usaha kuliner bakso berpotensi untuk dikembangkan mengingat permintaan bakso yang meningkat karena banyak diminati di kalangan masyarakat.

Kepuasan konsumen adalah faktor penting yang berhubungan dengan keberhasilan perusahaan. Kemajuan suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh konsumennya. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Konsumen yang merasa puas dengan produk yang digunakan berdampak pada terbentuknya kepercayaan terhadap perusahaan sehingga muncul keinginan untuk membeli kembali produk dari perusahaan tersebut (Noor., 2020). Prastiwi dan Rivai (2022) menambahkan kepuasan merupakan salah satu perilaku konsumen yang perlu dicermati. Kepuasan konsumen yang tinggi berpotensi untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk yang berfungsi sebagai tolak ukur konsumen ketika sudah membeli dan menggunakannya, dengan demikian konsumen dapat menilai produk yang digunakan tersebut apakah telah sesuai dengan harapannya.

Usaha kuliner seperti bakso, kualitas produk merupakan satu hal yang sangat penting. Kualitas bakso yang baik seperti memiliki karakteristik yang empuk cenderung disukai oleh konsumen. Bakso yang berkualitas menarik konsumen untuk melakukan pembelian berulang dan kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Amrulloh dan Dahruji (2023) menjelaskan bahwa suatu produk dikatakan berhasil jika sudah memberikan solusi dan manfaat bagi penggunaannya. Hal ini dapat diketahui melalui umpan balik dari konsumen setelah menggunakan produk sehingga produsen membuat produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen.

Olahan bakso telah mengalami banyak perkembangan dengan inovasi bakso yang beragam. Banyak kalangan muda bahkan sebagian orang tua menyukai makanan pedas sehingga dibuat inovasi bakso dengan tambahan cabai rawit merah yang disebut bakso mercon. Bakso Bang Ipul Sendiri menyediakan beberapa varian menu bakso diantaranya Bakso Mercon, Bakso Kasar, Bakso Kotak, Bakso Urat, Bakso Telur, Bakso Halus, Bakso Isi Keju, Bakso Tahu dan Bakso Isi Daging. Menu yang bervariasi memudahkan konsumen untuk memilih menu yang ingin dikonsumsi. Bakso tersebut kemudian disajikan bersama kuah yang panas. Bakso disajikan dengan bahan pelengkap seperti saos, kecap, jeruk dan ketupat dan lain-lain.

Bakso merupakan salah satu kuliner yang berbahan dasar daging yang sangat familiar di masyarakat. Setiap daerah di sepanjang jalan banyak ditemukan penjual bakso. Usaha kuliner yang menjual bakso di Kota Makassar, salah satunya yaitu Warung Bakso Bang Ipul. Warung bakso ini terbilang ramai dengan rata-rata pengunjung setiap harinya sekitar 300 orang dengan jumlah penerimaan setiap harinya sekitar 8-9 juta.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bakso di Warung Bakso Bang Ipul?.

1.2 Landasan Teori

Produk olahan dari daging yang dibentuk seperti bola-bola disebut bakso. Daging giling merupakan bahan utama bakso yang ditambahkan tepung tapioka dan bumbu lainnya. Jenis daging yang sering digunakan adalah daging sapi, namun bakso juga dapat terbuat dari daging ayam, kambing, kelinci dan lainnya. Penyebutan bakso disesuaikan dengan nama jenis daging yang digunakan seperti bakso ayam, bakso kambing, bakso sapi, bakso kelinci dan sebagainya. Bakso merupakan sumber gizi bagi tubuh seperti protein, lemak, mineral dan karbohidrat tergantung dari bahan penyusun yang digunakan (Chakim dkk., 2013).

Tjiptono dan Candra dalam (Sriyanto dan Utami, 2016) menyebutkan terdapat delapan dimensi produk yang berhubungan dengan keputusan pembelian yaitu:

1. Kinerja (*Performance*), kemampuan produk.
2. Fitur (*Features*), sifat khusus atau keistimewaan produk.
3. Reliabilitas (*Reliability*), menunjukkan kehandalan produk.
4. Kesesuaian (*Conformance*), menunjukkan bahwa produk telah sesuai dengan standar perusahaan.
5. Daya tahan (*Durability*), yaitu berapa lama suatu produk dapat bertahan.
6. Estetika (*Aesthetic*), yaitu tampilan produk.
7. Kemampuan melayani (*Serviceability*), yaitu kecepatan, kemudahan dan kompetensi serta sikap pelayan.
8. Persepsi kualitas (*Perceived quality*), tanggapan terhadap kualitas produk.

Kepuasan merupakan rasa senang seseorang yang timbul karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari penilaian terhadap produk maupun jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat bagi usaha bisnis yaitu, adanya kecocokan pelanggan dengan perusahaan sehingga terciptanya pelanggan tetap serta menjadi dasar untuk menganjurkan orang lain untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut (Sasongko, 2021).

Hayati dan Sekartaji (2015) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan konsumen maka usaha bisnis perlu memberikan produk yang berkualitas dan harga yang sesuai. Konsumen akan membeli apabila mereka tertarik dan merasa produk tersebut sesuai dengan keinginan atau kebutuhan. Produk yang berkualitas dapat menciptakan kepercayaan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dan konsisten untuk melakukan pembelian berulang yang menandakan bahwa konsumen loyal terhadap produk.

Langkah penting untuk mengetahui seberapa puas konsumen dengan produk atau layanan yang diberikan adalah mengukur kepuasan konsumen, sehingga pelaku usaha bisa memperbaiki kekurangan yang ada. Menurut Tjiptono (2015) dalam Butarbutar dkk. (2021), ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran. Upaya untuk memungkinkan pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka dan memberikan saran bagi perusahaan untuk perubahan kearah yang lebih baik.
2. *Ghost/mystery shopping*. Upaya untuk mencari informasi mengenai kelebihan dan kekurangan pesaing salah satunya kinerja karyawan melalui orang lain yang dimanfaatkan untuk menyamar sebagai pembeli.
3. *Lost customer analysis*. Upaya untuk mengetahui alasan berkurangnya pelanggan dan mengapa beralih ke produk pesaing sehingga perusahaan bisa mengetahui permasalahan dan bagaimana solusinya.
4. Survei kepuasan pelanggan. Upaya untuk melakukan survei pelanggan mengenai produk dan mendapatkan *feedback* mengenai kepuasan mereka terhadap produk perusahaan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bakso di warung bakso Bang Ipul.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.
2. Bahan pertimbangan dan saran yang membangun bagi warung bakso Bang Ipul khususnya mengenai produk.
3. Penelitian ini sebagai bahan pengetahuan tambahan bagi peneliti khususnya terkait kepuasan konsumen di bidang kuliner.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat

Penelitian tentang Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Bakso di Warung Bakso Bang Ipul telah dilaksanakan pada bulan Juli-September 2024. Penelitian ini dilaksanakan di Warung Bakso Bang Ipul yang terletak di Jalan Poros Perintis Kemerdekaan KM 11. Lokasi dipilih dengan cara pemilihan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa warung bakso Bang Ipul merupakan salah satu warung bakso yang memiliki lokasi strategis yakni terletak di jalan poros serta memiliki pengunjung yang ramai dengan jumlah pengunjung rata-rata sekitar 300 orang per hari.

2.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian dengan mendeskripsikan variabel sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan yang didukung dengan data berupa angka (Susanti dkk., 2024).

2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data berupa:

1. Data kualitatif yakni data yang menggambarkan sesuatu dalam bentuk kalimat yang didapatkan dari tanggapan yang diberikan oleh konsumen.
2. Data kuantitatif yakni data berbentuk bilangan atau angka yang diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh responden dalam hal ini konsumen.

Sumber data pada penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari konsumen bakso Bang Ipul melalui wawancara dengan bantuan kuisioner.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti dan biasanya diperoleh dari berbagai literatur, sumber, dan studi kepustakaan.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek yang termasuk dalam penelitian yang mana sifat dan karakteristiknya ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan mendapatkan hasil dan kesimpulan penelitian (Amin dkk., 2023). Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli dan makan di Warung Bakso Bang Ipul. Berdasarkan hasil survei jumlah pelanggan/konsumen Warung Bakso Bang Ipul yaitu rata-rata 300 orang per hari sehingga dalam satu bulan bisa mencapai sekitar 9.000 orang.

Sampel merupakan sebagian objek populasi yang diambil untuk diteliti yang diyakini mampu mewakili semua populasi penelitian. Banyaknya sampel yang diambil tergantung besar kecilnya populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena pada populasi yang banyak mustahil bagi peneliti untuk mempelajari semua populasi tersebut sehingga diambil sampel untuk memudahkan peneliti (Parengkuan dkk., 2014). Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yakni berdasarkan pertimbangan peneliti sampel minimal telah melakukan pembelian sebanyak dua kali di Warung Bakso Bang Ipul serta memesan bakso untuk dimakan di tempat. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu;

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{9000}{1 + (9000 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{9000}{1 + 90}$$

$$n = 98,9 = 99$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 99 orang yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 100 responden dengan bantuan kuisisioner dengan ketentuan responden tersebut telah melakukan pembelian minimal dua kali di Warung Bakso Bang Ipul serta memesan untuk dimakan di tempat. Adapun skala pengukuran yang digunakan yakni skala *likert*, masing-masing penilaian mempunyai skor 1 sampai 5. Responden dapat menjawab disesuaikan dengan skala *likert* seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala *Likert*

Keterangan		Skor
Kepentingan	Kinerja	
Tidak Penting	Tidak Puas	1
Kurang Penting	Kurang Puas	2
Cukup Penting	Cukup Puas	3
Penting	Puas	4
Sangat Penting	Sangat Puas	5

2.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Observasi, yaitu mengumpulkan data dengan meninjau langsung objek yang diteliti di lapangan.
2. Wawancara, yaitu cara mengumpulkan data dengan melakukan wawancara langsung terhadap responden dengan bantuan kuisioner.
3. Studi pustaka, yaitu mengumpulkan data dengan cara mengumpulkan informasi mengenai masalah yang akan diteliti. Informasi tersebut dapat ditemukan dalam karya ilmiah, laporan-laporan penelitian, dan sumber tertulis baik tercetak maupun media elektronik.

2.6 Metode Analisis Data

1. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode untuk mengetahui hubungan antara persepsi dan prioritas konsumen dengan demikian dapat dilihat aspek-aspek yang perlu dipertahankan maupun diperbaiki karena belum memenuhi harapan konsumen (Akbar dkk., 2022). Pada penelitian ini, responden diminta untuk memberi nilai terhadap tingkat kepentingan dan kinerja Warung Bakso Bang Ipul, kemudian menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja, berikutnya menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja. Nilai rata-rata tersebut dianalisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang kemudian akan menghasilkan empat kuadran. Masing-masing sumbu mewakili kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y). Diagram kartesius yang digunakan adalah sebagai berikut:

Y (Kepentingan)

Prioritas Utama A	Pertahankan B
Prioritas Rendah C	Berlebihan D

X (Kinerja)

Adapun penjelasan masing-masing kuadran:

- A. Prioritas Utama (*Concentrate Here*). Kuadran ini mencakup unsur-unsur yang menurut konsumen sangat penting dan diharapkan namun, kinerja yang diberikan perusahaan tidak sesuai harapan. Oleh karena itu, perusahaan harus meninjau kembali kinerja pada kuadran ini dan fokus untuk memperbaikinya.
- B. Pertahankan Prestasi (*Keep Up the Good Work*). Kuadran ini memuat unsur-unsur yang menurut konsumen penting dan diharapkan sementara kinerja

perusahaan telah sesuai dengan demikian perusahaan berkewajiban mempertahankan kinerja yang telah sukses.

- C. Prioritas Rendah (*Low Priority*). Unsur-unsur pada kuadran ini memiliki prioritas rendah, artinya keberadaannya menurut konsumen tidak penting dan tidak diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan tidak perlu berfokus pada unsur-unsur tersebut.
 - D. Berlebihan (*possibly Overkill*). Kuadran ini mencakup unsur-unsur yang mendapat perhatian lebih dari perusahaan namun keberadaannya tidak diharapkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan tidak perlu berfokus pada faktor-faktor tersebut dan lebih fokus pada faktor lain yang lebih diprioritaskan.
2. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui secara menyeluruh tentang kepuasan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan (Devani dan Rizko, 2016). Akhirnya, dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Bakso Bang Ipul. Bhote (dalam Widodo dan Sutopo, 2018) menyatakan bahwa untuk menghitung keseluruhan CSI dapat digambarkan seperti pada Tabel 2. dimana rata-rata kepentingan (I) dijumlahkan untuk memperoleh nilai Y, skor (S) diperoleh dari hasil kali I dan P serta skor dijumlahkan untuk memperoleh nilai T. Selanjutnya CSI dapat diperoleh dengan perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 menunjukkan nilai maksimal skala *likert* yang digunakan sehingga rumus menghitung CSI yaitu:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan :

T= Total skor

5 = Nilai maksimal skala

Y = Total rata-rata kepentingan

Tabel 2. Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
	Skala 1-5	Skala 1-5	$S = I \times P$
Skor Total	Total I = Y		Total S = T

Setelah mendapatkan hasil perhitungan maka untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan dengan nilai kategori kepuasan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Kategori CSI

Nilai	Kategori CSI
0%-20%	Tidak Puas
21%-40%	Kurang Puas
41%-60%	Cukup Puas
61%-80%	Puas
81%-100%	Sangat Puas

2.7 Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel Penelitian

No.	Variabel	Sub Variabel
1	Kinerja (<i>Performance</i>)	1. Bakso Bang Ipul menyediakan variasi menu bakso - Bakso Mercon - Bakso Kasar - Bakso Kotak - Bakso Urat - Bakso Telur - Bakso Halus - Bakso Isi Keju - Bakso Isi Tahu - Bakso Isi Daging
2.	Keistimewaan (<i>Fitur</i>)	2. Bakso Bang Ipul menyediakan bahan pelengkap khusus seperti saus, kecap, jeruk, ketupat, lontong, burasa dan kerupuk pangsit
3	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	3. Bakso Bang Ipul memiliki cita rasa yang enak 4. Bakso Bang Ipul memiliki tekstur yang empuk 5. Bakso Bang Ipul memiliki aroma yang khas
4.	Kesesuaian (<i>Conformance to Specification</i>)	6. Harga Bakso Bang Ipul sesuai dengan porsi makanan 7. Menu yang disediakan sesuai dengan produk yang tersedia
5.	Estetika (<i>Aesthetics</i>)	8. Bakso Bang Ipul memiliki tampilan yang menarik

2.8 Konsep Operasional

Konsep operasional berisi pemahaman yang jelas tentang variabel-variabel penelitian untuk mempermudah peneliti dalam melakukan sebuah analisis. Konsep operasional pada penelitian ini yaitu:

1. Konsumen merupakan orang yang menggunakan atau memanfaatkan produk atau jasa yang tersedia. Pada penelitian ini konsumen merupakan setiap orang yang membeli produk bakso di Warung Bakso Bang Ipul.
2. Produk merupakan bakso yang dijual oleh Warung Bakso Bang Ipul.
3. Kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen setelah menggunakan atau membeli produk bakso di Warung Bakso Bang Ipul.

4. Bakso merupakan bakso yang disajikan di Warung Bakso Bang Ipul.
5. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik utama bakso yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli bakso di Warung Bakso Bang Ipul seperti variasi menu bakso yang tersedia.
6. Keistimewaan (*Fitur*) merupakan pelengkap khusus bakso seperti saus, kecap, jeruk, ketupat, lontong, burasa dan kerupuk pangsit.
7. Keandalan (*Reliability*) merupakan keandalan bakso Bang Ipul seperti cita rasa yang enak, tekstur daging yang empuk serta aroma yang khas.
8. Kesesuaian (*Conformance to Specification*) merupakan kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan seperti kesesuaian menu dengan produk yang tersedia dan kesesuaian harga dengan porsi makanan.
9. Estetika (*aesthetics*), menyangkut penampilan produk seperti tampilan bakso yang menarik.
10. Bakso Bang Ipul merupakan bakso yang tersedia di Warung Bakso Bang Ipul dengan variasi menu bakso mercon, bakso kasar, bakso kotak, bakso urat, bakso telur, bakso halus, bakso isi keju, bakso tahu dan bakso isi daging.
11. Cita rasa yang enak merupakan cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen.
12. Tekstur yang empuk merupakan tekstur bakso yang kenyal dan sesuai dengan selera konsumen.
13. Aroma yang khas merupakan aroma bakso yang sesuai dengan selera konsumen.
14. Harga merupakan harga setiap porsi bakso Bang Ipul.