

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini pemerintah Indonesia terus melakukan pembangunan di segala bidang termasuk bidang perindustrian. Untuk dapat meningkatkan sektor perindustrian ini adalah dengan cara mengembangkan industri kecil, hal ini dikarenakan peranan industri kecil diakui sangat penting dalam perekonomian Nasional.

Persaingan dalam industri jasa boga khususnya perindustrian kecil dan lebih khususnya lagi dalam bidang makanan sangat ketat, dikarenakan semakin banyaknya industri makanan yang bermunculan serta setiap pelaku bisnis ini selalu meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan dalam menjalankan bisnisnya tersebut untuk memberikan kepuasan pada konsumennya. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal tersebut. Pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan dan ketidakpuasan adalah pemasaran konsumen, konsumeris dan peneliti perilaku konsumen. Pesaing yang semakin ketat dengan banyaknya produsen yang terlibat mengharuskan setiap perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa boga khususnya dalam bidang industri makanan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dewasa ini peranan dan partisipasi usaha kecil dalam pembangunan ekonomi Indonesia tidak bisa diabaikan, keberadaannya merupakan suatu kenyataan penting di Indonesia dilihat dari satuan-satuan usahanya.

**Tabel 1.1**  
**Peran UKM dalam Perekonomian di Kabupaten Bandung**  
**Pada Tahun 2009**

No	Peran	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Usaha Besar
1.	Penyerapan tenaga kerja	89,4%	10,1%	0,5%
2.	Kontribusi Total Ekspor	4,94%	9,76%	85,3%
3.	Pembentukan PDM (perusahaan dagang Modal)	40,4%	16,3%	43,3%

*Sumber : Biro Pusat Statistik (BPS) kab.Bandung*

Sektor usaha merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah untuk memperbaiki keadaan Negara Indonesia pada saat ini, ada 3 jenis klasifikasi usaha yaitu: usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil yang menaruh perhatian untuk dijadikan objek penelitian sehingga bisa mengidentifikasi dan ikut mengembangkan pikiran bagi pengembangan usaha kecil.

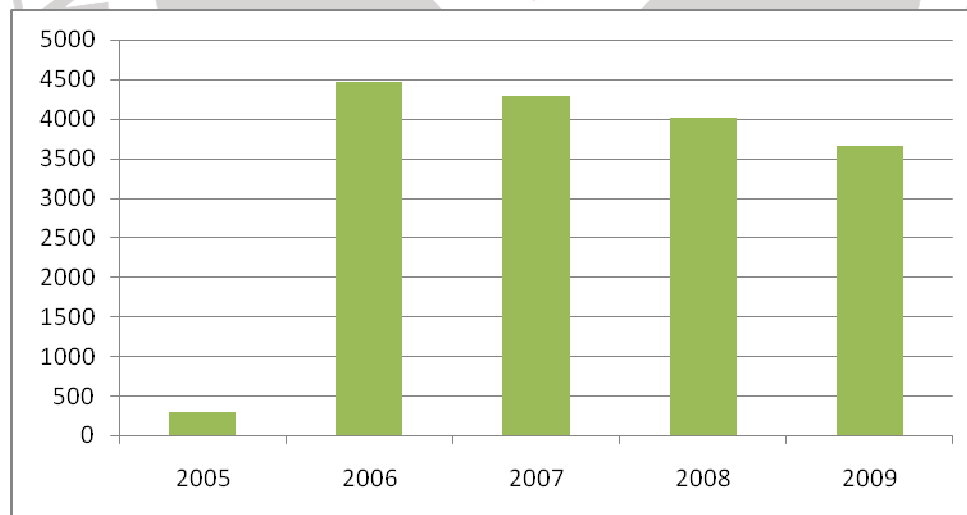
Tabel 1.2

**Data Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)  
Kabupaten Bandung Tahun 2005, 2006, 2007, 2008 dan 2009**

No	Tahun	Jumlah Usaha	Keterangan
1.	2005	281	
2.	2006	4.456	Naik
3.	2007	4.287	Turun
4.	2008	4.012	Turun
5.	2009	3.651	Turun

Grafik 1.1

**Grafik Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)  
Kabupaten Bandung Tahun 2005, 2006, 2007, 2008 dan 2009**



Dari data di atas, terlihat jelas perkembangan mikro kecil dan menengah yang mengalami kenaikan yang cukup pesat pada tahun 2005 ke tahun 2006 namun, karena makin banyaknya pesaing yang memiliki inovasi yang cukup

handal dalam pengolahan produk yang mereka pasarkan, pada tahun 2007 sampai 2009 mengalami penurunan.

Usaha kecil merupakan sarana untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha kecil merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi kemajuan dan kemakmuran rakyat.

Seperti kita ketahui usaha kecil dalam melaksanakan kegiatan usahanya banyak membutuhkan tenaga kerja yang handal dan profesional agar dapat menciptakan produk-produk yang berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Banyaknya jumlah usaha kecil tersebut merupakan kekuatan ekonomi yang sangat penting, bila dilihat dari segi perluasan kesempatan berusaha dengan meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu perlu dibina dan dikembangkan terutama di daerah Kabupaten Bandung.

Kendala-kendala tersebut juga dihadapi oleh usaha kecil yang berada di Kabupaten Bandung, disana terdapat 45 pengusaha kue dengan klasifikasi usaha yang sama. Masalah pokok yang dijumpai pada survey pendahuluan bahwa jumlah konsumen mengalami penurunan karena diduga konsumen kurang puas, penurunan jumlah konsumen dapat terlihat pada tabel survey tentang kepuasan konsumen :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Konsumen**  
**Pada Pengusaha Toko Kue di Kabupaten Bandung**  
**Bulan Oktober – Desember 2009**

No	Nama Toko	Jumlah Konsumen		
		Oktober	November	Desember
1.	Otang Soreang	1.550	930	1.240
2.	Otang Katapang	775	527	372
3.	Otang Ciwidey	930	465	403
4.	Otang Banjaran	403	310	465
5.	Otang Sayati	310	403	465
6.	Kania Sari	279	390	465
7.	1.2.6	217	150	150
8.	Cucu cake	124	90	90
9.	Abjad	310	150	90
10.	Teratai Shimphing	403	150	90
11.	Molagie	90	150	403
12.	Cherry cake	1.200	930	930
13.	RIFA	465	390	279
14.	FI & FA Cookies	465	150	90
15.	Ramona	1.200	403	465
16.	Hill's Cookies	310	310	310
17.	H. Aceng Cookies	1.200	930	465

18.	J & C Cookies	1.550	930	1.200
19.	DIVA Cookies	310	310	150
20.	Ina Cookies	930	465	150
21.	Wina	1.240	930	1.085
22.	AXI cookies	620	930	620
23.	Agrippina	930	930	930
24.	Sumber Jaya Timur	775	600	930
25.	Warna sari	930	930	930
26.	Indah Sari	930	600	775
27.	Jati Rasa	1.085	930	775
28.	Jembatan Rasa	930	1.200	930
29.	Rika Jaya	465	310	465
30.	Laos	620	620	620
<b>Jumlah</b>		<b>21.546</b>	<b>16.513</b>	<b>16.332</b>
<b>Rata – rata</b>			<b>-5.033</b>	<b>-5.214</b>
<b>Kenaikan atau Penurunan</b>				
<b>Persentase</b>			<b>-23,36%</b>	<b>-24,20%</b>

Sumber: Data Hasil Penelitian

Di lihat dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen mengalami penurunan yang signifikan. Pada bulan November mengalami penurunan jumlah konsumen sebanyak 5.033 atau rata-rata sebanyak 23,36%, sedangkan pada bulan Desember mengalami penurunan jumlah konsumen sebanyak 5.214 atau rata-ratanya 24,20%.

**Tabel 1.3**  
**Data Kepuasan Konsumen Toko Kue di Kabupaten Bandung**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase %</b>
Pengunjung yang merasa puas atau sangat puas	42	43,30%
Pengunjung yang merasa kurang puas atau tidak puas	55	56,70%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

*Sumber: data pra penelitian*

Sangat banyak pengusaha kue di kabupaten Bandung tetapi, berbagai macam cara mereka lakukan untuk menarik perhatian para konsumen sehingga banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut teori Lupiyoadi (Haerunisa, 2009:49) menyatakan bahwa :

Menentukan kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan diantaranya

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Dari kelima faktor tersebut penulis hanya mengambil 2 variabel (kualitas produk sebagai  $x_1$  dan kualitas pelayanan sebagai  $x_2$ ) yang sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh penulis, maka penulis mengambil judul skripsi ini **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk pengusaha toko kue di Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan pengusaha toko kue di Kabupaten Bandung?
3. Bagaimana kepuasan konsumen pada pengusaha toko kue di Kabupaten Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengusaha kue di Kabupaten Bandung?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat diadakannya penelitian adalah sebagai berikut:

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk pengusaha kue di Kabupaten Bandung
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada pengusaha kue di Kabupaten Bandung
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen



4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengusaha toko kue.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, diantaranya:

#### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Menambah ilmu pengetahuan mengenai masalah yang sedang diteliti, yaitu mengenai masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan atau referensi dengan ilmu manajemen pemasaran khususnya dan ilmu pengetahuan secara umum.

#### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan informasi dalam penelitian perilaku konsumen.

- b. Bagi pihak lain

Dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dan sebagai sarana informasi

bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.

