

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lanskap bisnis digital bertumbuhkembang, tingkat persaingan antar pelaku usaha, baik di tingkat nasional maupun global semakin meningkat secara signifikan. Memasuki era globalisasi yang sarat dengan dinamika persaingan, setiap perusahaan dituntut untuk secara konsisten mempertahankan serta meningkatkan mutu produk yang ditawarkan. Hal ini menjadi strategi utama agar tetap kompetitif dan tidak tertinggal oleh perusahaan lain yang telah memiliki keunggulan kompetitif lebih tinggi (Ayuniah, 2017).

Persaingan dalam ranah kuliner juga harus turut bersaing dalam menjaga kualitas produknya supaya tidak kalah dengan produk-produk makanan baru seperti makanan ringan yang sering kali menarik minat kalangan muda. Makanan ringan, sering disebut kudapan atau camilan, adalah jenis konsumsi yang tidak tergolong dalam menu utama seperti sarapan, makan malam, maupun makan siang. Biasanya, makanan ini dikonsumsi dengan maksud menunda rasa lapar dalam jangka pendek, menambah asupan energi, atau semata-mata dinikmati karena cita rasanya yang menggugah selera. Makanan ringan saat ini telah menjadi elemen yang tak terpisahkan dari aktivitas harian masyarakat, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Cemilan disukai oleh anak-anak maupun orang dewasa. Ketertarikan terhadap makanan ringan yang sangat besar didorong oleh karakteristik produk tersebut yang sesuai dengan perkembangan zaman sekarang, yaitu praktis dan siap saji. (Setiawati, 2023). Salah satu makanan ringan yang dikonsumsi adalah kulit pangsit.

Kulit pangsit, atau yang dikenal juga dengan nama wonton, merupakan hidangan yang dibuat dengan cara membungkus daging cincang menggunakan lembaran tipis dari campuran tepung terigu, air, dan garam. Kulit adonan tersebut dibuat lentur agar mudah dibentuk sesuai keinginan. Makanan ini berasal dari budaya Tionghoa dan memiliki nilai simbolis karena isinya mencerminkan makna budaya tertentu. Oleh karena itu, kulit pangsit sering dijadikan hidangan istimewa

saat perayaan Festival Musim Semi, karena dipercaya membawa harapan akan kehidupan yang lebih baik serta keberuntungan dalam hal keuangan (Wiratri, 2017).

Di Indonesia, kulit pangsit menjadi sangat terkenal dan digunakan dalam berbagai jenis hidangan seperti pelengkap mie, bakso, atau makanan ringan lainnya. Kulit pangsit adalah bahan makanan yang terbuat dari tepung terigu yang bisa digunakan untuk membungkus beragam jenis isian. Di Provinsi Jawa Timur sendiri tepung terigu merupakan salah satu kebutuhan penting bagi pangan rumah tangga. Tepung terigu masih menjadi salah satu kebutuhan pokok yang banyak digunakan di kehidupan rumah tangga sehari-hari. Berdasarkan informasi dari BPS Provinsi Jawa Timur tahun 2023, terlihat bahwa konsumsi gandum baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan mengalami tren peningkatan selama lima tahun terakhir (2018–2022). Meskipun demikian, tingkat konsumsi terigu di daerah pedesaan tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan di wilayah perkotaan.

Tabel 1. Konsumsi Pangan Terigu Provinsi Jawa Timur (2018-2022)

Konsumsi Pangan Terigu Provinsi Jawa Timur (2018-2022)			
Konsumsi Pangan Terigu (PerKapita)/ Hari			
Tahun	Perkotaan	Pedesaan	Perkotaan+Pedesaan
	Banyaknya (Kg)	Banyaknya (Kg)	Banyaknya (Kg)
2018	0,13	0,14	0,27
2019	0,13	0,15	0,28
2020	0,14	0,17	0,31
2021	0,17	0,18	0,35
2022	0,16	0,19	0,35

Sumber: Susesnas September 2022

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat konsumsi terhadap terigu di Jawa Timur wilayah pedesaan lebih tinggi dibandingkan di perkotaan. Kondisi ini juga membuka peluang besar bagi banyak perusahaan untuk bersaing dalam industri makanan atau kuliner yang memanfaatkan tepung terigu, khususnya di wilayah Blitar. Jumlah pelaku usaha di sektor makanan yang terus bertambah menyebabkan tingkat persaingan antar perusahaan menjadi semakin intens.

Salah satu perusahaan yang ada di Blitar yang memproduksi kulit pangsit adalah UD. Tunggal Jaya Kesamben. Perusahaan ini terletak di Dusun Tuwuhrejo, Desa Kesamben, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur.

Perusahaan ini telah memproduksi kulit pangsit sejak lama, tidak hanya kulit pangsit saja perusahaan ini juga memproduksi mie pangsit. Namun dengan berjalannya waktu muncul banyaknya pesaing baru yang lebih diminati oleh kalangan masyarakat, sehingga UD Tunggal Jaya Kesamben harus memiliki strategi untuk tetap mempertahankan usahanya. Strategi yang digunakan ialah cukup relatif sederhana dengan cara menjaga tingkat kepuasan konsumen dari segi kualitas produk, pelayanan, dan harga.

Tabel 2. Rata-Rata Pendapatan UD. Tunggal Jaya Kesamben

Tahun	Pendapatan (Rp)	Perubahan (Rp)
2022	918.000.000	
2023	810.000.000	-108.000.000
2024	648.000.000	-162.000.000

Sumber: data pribadi, 2025

Berdasarkan data diatas perusahaan UD. Tunggal jaya sempat mengalami penurunan pada tahun 2024. Apabila hal tersebut diabaikan dan dibiarkan berlarut-larut, dapat menyebabkan dampak buruk seperti kerugian pendapatan, hilangnya konsumen, bahkan hingga yang paling fatal perusahaan bangkrut. Persaingan yang sengit mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya dalam hal produk, layanan, dan harga agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggannya.

Kepuasan konsumen berperan krusial dalam mempengaruhi niat mereka untuk kembali membeli suatu produk di masa akan datang. Oleh sebab itu, perusahaan diharuskan untuk mempertimbangkan kepuasan pelanggan secara serius, karena hal ini menjadi faktor kunci bagi kelangsungan bisnis dan keberhasilan dalam menghadapi persaingan. Kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai hasil dari penilaian ulang atau evaluasi pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diperoleh, serta sejauh mana hal tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhannya. (Siswanto & Widjaja, 2017).

Kepuasan konsumen mempunyai keterikatan yang kuat terhadap kualitas produk. Kualitas produk menjadikan bentuk penilaian menyeluruh dari pelanggan terhadap performa suatu produk yang dianggap mengalami peningkatan. Kualitas yang unggul mampu menarik perhatian konsumen dan menciptakan ikatan harmonis antara perusahaan dan konsumen, sehingga perusahaan mampu lebih mudah mengenali serta memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Oleh sebab itu, setiap produk perlu memenuhi standar kualitas tertentu agar selaras dengan preferensi konsumen. (Sanjaya & Ardani, 2018)

Kualitas produk juga berperan sangat vital karena menunjukkan sejauh mana sebuah produk atau merek mampu memenuhi fungsi serta manfaat yang diharapkan oleh konsumen. Ketika kualitas yang disuguhkan tidak sejalan dengan harapan, konsumen cenderung merasa kecewa dan berpotensi beralih ke produk serupa lainnya. Maka dari itu, peningkatan kualitas adalah faktor utama dalam menciptakan kepuasan dari pelanggan. Pendekatan perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan sering kali mencakup pencarian cara untuk meningkatkan penawarannya. Sebagian besar waktu, saat memutuskan apa yang akan dibeli, orang memprioritaskan kualitas dan memilih opsi terbaik. Oleh karena itu, kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk.

Barang atau jasa yang tidak berwujud atau dapat disebut pelayanan sebagai interaksi apa pun antara dua pihak yang tidak mengarah pada pemindahan kepemilikan fisik atas barang apa pun. Berbagai proses, teknologi, dan strategi yang berhadapan dengan konsumen tersedia untuk penyajian layanan. Salah satu indikator kualitas layanan dan kemampuan untuk memuaskan pelanggan adalah ketika layanan tersebut memenuhi atau melampaui harapan mereka. Kebahagiaan pelanggan merupakan indikator dari kualitas pelayanan terbaik. Badan usaha bisa mendorong pengembangan hubungan yang baik dengan klien mereka melalui penyediaan layanan yang optimal. Sehingga dapat dibilang bahwa kepuasan konsumen berbanding lurus dengan kualitas layanan yang ditawarkan. (Panjaitan, 2016)

Dari perspektif konsumen, harga sering menjadi faktor utama yang menarik minat untuk membeli atau mengonsumsi suatu produk. Dalam strategi pemasaran, harga memegang peran yang sangat penting sebagai alat untuk merangsang keputusan pembelian. Konsumen cenderung menilai bahwa harga berbanding lurus dengan kualitas barang, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya lebih demi mendapatkan produk yang dianggap berkualitas tinggi. Pandangan tersebut mengindikasikan bahwa harga berperan positif dan signifikan dalam memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. (Wijaya & Nurcaya, 2017).

Penurunan angka penjualan yang dialami oleh UD Tunggal Jaya, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya di latar belakang dan dengan adanya sejumlah variabel yang terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan, dari segi kualitas barang, pelayanan, dan jaungkauan harga. Oleh karena itu, judul penelitian ini ditentukan oleh peneliti yaitu: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kulit Pangsit Tunggal Jaya (Studi Kasus pada UD. Tunggal Jaya Kesamben)”**

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana karakteristik konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben secara umum?
- 1.2.2 Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben?
- 1.2.3 Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit UD. Tunggal Jaya Kesamben?

1.3 Tujuan

Tujuan penulisan laporan ini sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengidentifikasi karakteristik konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben secara umum.
- 1.3.2 Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben.

- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kulit pangsit tunggal jaya pada UD. Tunggal Jaya Kesamben.

1.4 Manfaat

Adapun penulisan laporan ini diharapkan mencapai manfaat yaitu:

- 1.4.1 Bagi peneliti, berguna untuk memperluas pandangan/wawasan serta pemahaman dalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya terkait penerapan beberapa teori yang telah didapat selama menjalani proses perkuliahan. Tidak hanya itu, penelitian ini juga merupakan bagian dari pemenuhan persyaratan akademik guna menyelesaikan studi dan meraih gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Balitar Blitar.
- 1.4.2 Bisnis dapat mempertimbangkan hasil studi ini dan menggunakannya sebagai umpan balik untuk membantu meningkatkan kualitas produk. Dengan demikian, bisnis dapat meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat dengan berfokus pada dua hal: memuaskan pelanggan saat ini dan menarik pelanggan baru.
- 1.4.3 Jika pembaca tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana faktor-faktor seperti kualitas produk, layanan, dan harga memengaruhi kebahagiaan pelanggan, mereka dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai titik awal untuk penelitian mereka sendiri.