

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan dan minuman masih di proyeksikan akan tetap menjadi salah satu sektor andalan untuk menompang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun 2021, hal ini bisa terbukti dari data Direktur Jendral Industri Agro Kementerian Perindustrian, yaitu Abdul Rochim. Dan ada juga pendapat dari beliau bahwa peran industri makanan atau minuman dapat terlihat dari kontribusinya yang sangat konsisten terhadap produk domestik bruto (PDB) industri nonmigas sepanjang triwulan III pada tahun 2020. Sehingga bisa di katakan bahwa industri makananan dan minuman merupakan salah satu sektor penyumbang terbesar pada PDB nasional dengan nilai yang mencapai 7,02% serta industri makanan dan minuman juga memberikan nilai ekspor tertinggi di dalam kelompok manufaktur yang menembus hingga US\$ 27,59 miliar pada tahun 2020 dan memberikan nilai investasi secara signifikan sebesar RP 40,53 triliun pada tahun 2020 (Warta ekonomi, 2021). Tidak hanya itu saja akan tetapi ada juga data dari kementerian perindustrian (kemenperin) yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi nasional di tengah pandemi covid-19 dan industri makanan atau minuman juga merupakan salah satu sektor yang memiliki permintaan yang tinggi karena ketika pandemi masyarakat akan mengomsumsi makanan yang bergizi agar dapat meningkatkan imunitas untuk tubuhnya dalam upaya menjaga kesehatan. kemudian pada tahun 2021 produk domestik bruto (PDB) untuk industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan yang positif sebesar 3,49% pada kuartal III 2021, kemudian dengan seiringnya waktu pertumbuhan ekonomi nasional yang kembali

mengalami pertumbuhan positif yang menyentuh angka 3,51% (Kompas, 2021). Kemudian industri makanan dan minuman pada tahun 2022 masih cemerlang. Hal ini juga terbukti dari data Ketua Umum Kamar Dagang dan industri (Kadin) Indonesia, yaitu Arsjad Rasjid juga memproyeksikan bisnis kuliner masih bertumbuh karena dapat terlihat dari hasil analisisnya terhadap statistik pengeluaran penduduk perkapita Indonesia, yang dimana sekitar 49% rata-rata pengeluaran penduduk perkapita sebulan adalah untuk mengkonsumsi makanan atau minuman (Kompas 2021).



**Gambar 1.1**  
**Perkembangan PDB Industri Makanan Dan Minuman**

Sumber: Karnadi (2022)

Dari Gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa produk domestik bruto (PDB) untuk industri makanan dan minuman pada tahun 2021 sebesar Rp775,1 triliun. sehingga bisa dikatakan bahwa pada tahun 2021 memiliki angka pertumbuhan sebesar 2,54% di bandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 755,91 triliun. Maka hal ini dapat membuktikan bahwa industri makanan dan minuman mampu bertahan selama pandemi karena industri makanan dan minuman tetap mengalami pertumbuhan yang positif.



**Gambar 1.2**  
**Perkembangan PDB Industri Makanan Dan Minuman**

Sumber: Katadata (2021)

Dari Gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa pengeluaran terbesar yang dikeluarkan konsumen adalah untuk berbelanja makanan yang mencapai 22% pada kuartal I 2021 kemudian di urutan kedua adalah berhemat dan melakukan pinjaman 21% sedangkan di urutan ketiga adalah liburan sebesar 13% di urutan keempat adalah *fast moving customer goods* sebesar 12% dan tidak hanya itu saja pengeluaran lain yang juga dikeluarkan oleh konsumen untuk biaya pendidikan, transportasi, komunikasi, kesehatan, terkait rumah dan asuransi, dimana pengeluaran paling terkecil yang dikeluarkan konsumen adalah asuransi. Hal ini dapat membuktikan bahwa masyarakat paling sering membeli makanan karena kebutuhan pokok, sehingga dari hasil tersebut bisa membuktikan bahwa industri makanan dan minuman akan terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari tahun ke tahun.

Pandemi covid-19 juga mengubah perilaku kehidupan masyarakat, mulai dari cara bekerja, berkomunikasi dan juga makanan yang dikonsumsi pun mengalami perubahan, dimana masa pandemi munculnya tren makan baru, yaitu tren makanan beku (*frozen food*) sehingga banyak masyarakat yang lebih

memperhatikan sisi kesehatan dan higienitas makanan (Kontan, co.id, 2021). Kemudian menurut Direktur Jendral Industri Agro Kementerian Perindustrian (Kemempriin), yaitu Abdul Rochim menyatakan bahwa pandemi dapat mengubah pola konsumsi masyarakat, yang dimana sebelumnya konsumen membeli bahan kebutuhan pokok di pasar akan tetapi sekarang banyak masyarakat yang lebih banyak memanfaatkan jasa pengiriman daring dan masyarakat yang dulunya terbiasa mengonsumsi makanan di restoran sekarang lebih memilih untuk membungkus makanan atau memesan secara online, sehingga dengan adanya perubahan pola konsumsi makanan dapat membuat sektor industri makanan dan minuman perlu melakukan inovasi sehingga dapat memudahkan masyarakat bisa mengonsumsi dengan memperhatikan protokol kesehatan serta dapat menjaga kebersihan dan rasa makanan itu sendiri (Ferdin, 2021). Maka dari itu dapat menyebabkan adanya perubahan strategi penjual juga yaitu dulunya penjualan dilakukan secara *offline* Sekarang dilakukan secara *online* dan *offline*, kemudian hal ini berubah dari masa pandemi corona dan adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSSB) dan di sejumlah daerah mengalami dampak tren berbelanja online, salah satunya adalah pembelian produk makanan dan minuman sehingga menurut data perusahaan e-commerce enabler Sirclo, permintaan pada produk makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 143% dari bulan Februari sampai Maret 2020, dimana produk yang mengalami peningkatan penjualan adalah seperti minuman, kemasan instan, jus kemasan, dan susu adalah produk yang kenaikannya paling tinggi, kemudian diikuti dengan produk makanan kemasan yang tahan lama, seperti biskuit, saus dan camilan (jati,2020).



**Gambar 1.3**  
**Penjualan Makanan Di Market Place**

Sumber: Lakadata (2020)

Dari Gambar 1.3 di simpulkan bahwa penjualan makanan di *marketplace* mengalami peningkatan yang cukup signifikan selama pandemi covid-19, dimana penjualan mengalami peningkatan terbesar adalah sauran segar sebesar 1.900% di mana sebelum pandemi penjualanya sebesar 20 ribu unit kemudian masa pandemi menjadi 400 ribu unit, kemudian produk lainnya seperti bumbu sayuran, makanan siap saji, penyedap rasa, makanan instan lain, daging segar, mie atau pasta instan, biskuit atau kue kering, makanan beku lain dan camilan instan.

Kemudian ada juga beberapa peluang bisnis yang memiliki peluang yang sangat besar untuk menghasilkan omset yang sangat besar pada tahun 2022, yaitu yang pertama adalah usaha produk kopi karena Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi terbaik, yang kedua adalah produk makanan dan minuman sehat, karena selama pandemi covid-19 membuat kesadaran masyarakat menjadi meningkat terhadap pola hidup sehat. Serta *frozenfood homemade* karena meningkatnya kesibukan masyarakat yang membuat pasar makanan cepat saji mengalami peningkatan. Selanjutnya ada produk camilan karena modalnya yang sangat minim dan kebiasaan masyarakat yang banyak

melakukan aktivitas di dalam rumah sehingga membutuhkan cemilan untuk disantap saat sedang di rumah dan cemilan merupakan makanan yang praktis. Yang terakhir adalah *desert*, dimana *desert* yang diminati adalah gelato, karena gelato dianggap lebih sehat dibandingkan es krim dan rasanya yang lebih lembut (Tribunnews, 2022).

Menurut Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanuddin Yasni menyatakan bahwa banyak orang yang terjun ke bisnis makanan beku atau *frozen food* di tingkat usaha mikro kecil menengah (UMKM) maupun rumahan, memang menyumbang keuntungan bagi bisnis *old chain* dan juga industri makanan *frozen food*, Kemudian nilai pasar *frozen food* bisa mencapai Rp 200 triliun. Adapun pada tahun 2020, nilai pasarnya mencapai Rp 80 triliun dan pada tahun 2021 mencapai Rp 95 triliun (kontan.co.id, 2021). Selain itu juga menurut tribunnews (2020) menyatakan bahwa gorengan bakwan menjadi salah satu peluang di masa pandemi dan dapat menghasilkan banyak keuntungan, hal ini bisa dibuktikan dari data pemilik Bakwan Day yang mengatakan bahwa bisa menjual 1500 biji bakwan perhari dengan omset sekitar Rp 1,5 juta perhari, sehingga dengan begitu maka bisnis gorengan bakwan merupakan bisnis menguntungkan yang mampu bertahan di masa pandemi karena kebanyakan orang Indonesia yang suka memakan makanan cemilan. Kemudian ada juga data dari katadata (2021) menyatakan bahwa bakwan dan bakso merupakan makanan yang dicari konsumen selama pandemi dengan menggunakan layanan pesan antar makanan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah bisnis kuliner yaitu bakwan goreng Socius. Bakwan goreng Socius adalah suatu badan usaha yang berbentuk PT Bakwan Goreng Socius, bergerak dalam bisnis bakwan goreng yang menjual beraneka ragam rasa yang sedang trend saat ini yaitu ada rasa ayam, udang, cumi-cumi, jagung dan tahu. Kemudian lokasi dari bakwan goreng ini ada di jalan Sregganan Lebar no 77. Perusahaan ini menjual produk bakwan goreng dengan

konsep yang sudah ada yaitu konsep “*Easy to eat*” dalam memakan bakwan goreng, selain itu layanan kami disesuaikan dengan perkembangan jaman sehingga cocok untuk ulang tahun, meeting dan hari raya. Pemasaran bakwan goreng Socius dipasarkan melalui media social seperti Instagram, Facebook dan Tiktok karena yang sudah kita ketahui bahwa banyak orang yang sudah memakai aplikasi tersebut. Visi dari perusahaan ini adalah menjadi bakwan goreng no. 1 di kota Surabaya dan memiliki misi untuk mendukung visi tersebut adalah sebagai berikut: Memproduksi bakwan goreng Socius yang memiliki rasa berkualitas, kemudian membangun *image* bakwan goreng Socius sebagai makanan ciri khas di Surabaya, kemudian berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar tercipta kepuasan pelanggan, kemudian selalu menghadapi tantangan yang ada agar mencapai standar yang sangat tinggi, kemudian selalu memberikan pengalaman yang baru kepada pelanggan, kemudian mengelola perusahaan dengan efisien dan efektif agar konsumen puas. Bakwan socius di jual dalam bentuk keadaan matang dan keadaan beku, jadi penjualan bakwan goreng di jual secara online di Instagram atau market place dan penjualan secara offline di jual di bazaar – bazaar.

Penelitian Chun dan Ochir (2020) menyatakan bahwa *food quality* dan *price* berhubungan positif terhadap *customer satisfaction*, dimana semakin baik suatu restoran dalam memberikan makanan yang berkualitas untuk disajikan dan harga yang kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan pengunjungnya, hal ini juga didukung oleh penelitian menurut Mannan *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa *food quality*, *price* berhubungan positif terhadap *customer satisfaction*, hal ini dikarenakan restoran di Dhaka City mampu menyediakan rasa makanan yang sesuai dengan keinginan konsumennya, makanan yang segar serta restoran menawarkan harga yang kompetitif bagi konsumennya. Yang terakhir adalah menurut Jiang *et al.*, (2021) penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh *delivery quality* terhadap *satisfaction*, dimana hasilnya

menyatakan bahwa *delivery quality* berpengaruh negatif terhadap *satisfaction*, hal ini dikarenakan perusahaan *e-commerce fresh food*, memberikan layanan pengiriman yang kurang memuaskan terhadap konsumennya, berupa pengiriman yang tidak tepat waktu, kemasan dalam pengiriman yang rusak sebelum diterima konsumen. Terdapat gap penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, karena penelitian saat ini menggabungkan beberapa model beberapa penelitian yaitu Chun dan Ochir (2020) dan Mannan *et al.*, (2019), dan hanya mengambil beberapa variabel saja dari kedua jurnal tersebut serta penelitian ini membuat model penelitian baru dan menambahkan variabel *delivery quality* yang diambil dari penelitian Jiang *et al.*, (2021), dimana dalam penelitian ini memberikan hasil negatif terhadap kepuasan, sehingga penelitian kali ini tertarik untuk mengetahui apakah hasilnya jika dilakukan dalam penelitian ini memberikan hasil yang sama atau berbeda. Selain itu gap dalam penelitian ini adalah *price* karena menurut menurut penelitian Chun dan Ochir (2020) dan Mannan *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan menurut penelitian souki *et al.* (2019) menyatakan bahwa *price* berpengaruh negatif terhadap kepuasan. Serta Chun dan Ochir (2020) dan Mannan *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sedangkan menurut Serhan dan Serhan (2019) menyatakan *food quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada diatas yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen bakwan goreng Socius?

2. Apakah *price* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen bakwan goreng Socius?
3. Apakah *delivery quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen bakwan goreng Socius?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada bakwan goreng Socius.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* pada bakwan goreng Socius.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *delivery quality* terhadap *customer satisfaction* pada bakwan goreng Socius.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### Manfaat Akademis

Secara akademis, untuk mengetahui hubungan teori yang sudah dipelajari dan mengembangkan Ilmu, khususnya ilmu dalam membangun kepuasan pelanggan dalam berbisnis kuliner, mengenai hubungan *food quality*, *price*, *delivery quality*, *customer satisfaction*.

#### Manfaat Praktis

Memberikan informasi bagi pemilik bakwan goreng socius untuk dijadikan dasar pembuatan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya khususnya *food quality*, *price*, *delivery quality*, *customer satisfaction*, *recommendation*

### 1.5. Sistematika Penulisan:

Berikut merupakan sistematika penulisan dalam penelitian yang akan dilakukan:

#### Bab 1: Pendahuluan

Berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### Bab 2: Landasan Teori

Berisi kerangka teori dan hipotesis yang meliputi definisi dari *food quality*, *service quality*, *price*, *customer satisfaction*, *recommendation*, hubungan antar variabel, model penelitian dan pengembangan hipotesis.

#### Bab 3: Metode Penelitian

Metode penelitian yang meliputi desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik analisis data.

#### Bab 4: Analisis Data dan Pembahasan

Analisis data dan pembahasan yang meliputi analisis data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil penelitian.

#### Bab 5: Kesimpulan dan saran

Berisi tentang kesimpulan, saran akademik dan praktis dan keterbatasan penelitian.