

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peta persaingan di era digital dan pelemahan ekonomi global sejak pandemi Covid-19 telah menyebabkan gangguan besar-besaran terhadap berbagai bisnis. Bahkan sebelum pandemi melanda, pemilik mal dihadapkan pada tantangan berat menyusul ledakan perdagangan daring. Setelah itu, pandemi global memberikan tekanan lebih lanjut ke sektor ritel dan makanan karena toko-toko dibatasi untuk buka selama *lockdown*, mengakibatkan penjualan anjlok. Meskipun ada beberapa kelonggaran dalam aturan jarak sosial akhir-akhir ini, dunia bisnis Jakarta tercatat mengalami penurunan sejak dilanda pandemic covid 19.

Seiring dengan pembatasan bagi pengunjung mall, toko atau restoran maka beberapa penyewa mulai mencari alternatif dan mengembangkan kehadiran mereka melalui *e-commerce* dan layanan pengiriman. Fenomena ini ternyata menjadi katalis bagi bisnis layanan pengiriman. Pengiriman makanan merupakan salah satu terobosan untuk menanggulangi pelanggan yang semakin berkurang mendatangi restoran. Penjualan makanan dengan berbagai menu dilakukan dengan memanfaatkan *e-commerce* dan layanan pengiriman.

Konsep *virtual kitchen* atau dapur virtual mulai berkembang di Jakarta di tengah tren pengiriman makanan (*food delivery*) yang sedang hits belakangan ini. Dapur virtual atau kerap disebut sebagai dapur awan, dikenal juga sebagai

ghost kitchen, adalah restoran virtual yang beroperasi hanya untuk layanan pengiriman. *Cloud kitchen* tidak seperti restoran konvensional pada umumnya, tidak selalu memiliki area tempat duduk untuk makan di dalam atau bahkan di depan restoran. Kelebihan lain dari *cloud kitchen* adalah dapat bekerja sama dengan merek-merek makanan dan minuman yang umumnya hanya melayani pesan-antar dan sudah memiliki nama yang kuat. Pada saat ini terdapat sekitar 70 cabang *cloud kitchen* yang terdiri dari lebih dari 500 *kitchen pod* yang dioperasikan oleh tujuh operator di seluruh Jakarta. (<https://www.kompas.com>, 2021)

Dalam era tekanan kompetitif banyak perusahaan yang memfokuskan usaha mereka untuk mempertahankan basis pelanggan setia. Hal ini berlaku juga dalam bisnis *cloud kitchen* dimana persaingan yang ketat telah menciptakan suatu lingkungan yang mengharuskan menjaga konsumen yang setia dalam memenuhi kebutuhan mereka. Bisnis *cloud kitchen* banyak mengarahkan strateginya untuk terus mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada sisi lain konsumen juga menuntut adanya kepuasan atas produk yang mereka terima. Konsumen yang merasa tidak puas atas suatu produk *cloud kitchen* akan mencoba mencari produk yang sama di *cloud kitchen* lain. Banyak kegagalan bisnis yang terjadi karena konsumen dikecewakan, sehingga konsumen beralih ke produk sejenis lain. Pendekatan berdasarkan kepentingan konsumen (*customer oriented*) sebaiknya dilakukan secara lebih sistematis dan efektif. Menurut Irawan, dkk (2019) memberikan kepuasan kepada konsumen

merupakan tujuan utama dari setiap jenis usaha

Kepuasan secara harfiah dapat diartikan sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang yang merasa puas, lega, dan senang karena situasi dan kondisi yang dapat memenuhi keinginan, kebutuhan, harapan dan ambisinya. Kepuasan merupakan tanggapan yang muncul setelah dipenuhinya kebutuhan melalui suatu produk atau jasa yang menghasilkan kenyamanan. Kenyamanan ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan tersebut meningkatkan rasa nyaman atau mengurangi rasa sakit.

Eden Kitchen merupakan salah satu *cloud kitchen* yang beralamat di Jl. Thamrin Jakarta. *Eden Kitchen* menyediakan berbagai menu makanan, seperti oppa corndog asin, oppa corndog manis, corndog signatur, topping mozzarella. Selain itu juga variasi bakso seperti adanasi bakso, nasi bakso crispy, nasi kulit crispy, dan sebagainya. Sementara untuk minuman menyediakan berbagai macam minuman baik dalam kondisi dingin maupun panas.

Sistem *Eden Kitchen* menjual produk melalui sistem *delivery order* melalui aplikasi pihak ketiga. *Edan Kitchen* seiring dengan persaingan yang semakin kompetitif sangat memperhatikan masalah kepuasan pelanggan. Beberapa kegiatan dilakukan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yang ada.

Berdasarkan observasi penulis pada *Eden Kitchen* terlihat adanya ketidakpuasan dari pelanggan . Hal ini dapat dilihat dari indikasi sebagai berikut :

1. Pelanggan kurang puas atas waktu pengantaran makanan yang kadang-kadang terlambat sampai tujuan.
2. Pelanggan kecewa karena menu dan rasa makanan yang diterima kurang sesuai dengan promosi dari makanan tersebut.
3. Pelanggan tidak puas atas kemasan tempat pengiriman makanan.
4. Pelanggan sering harus loading app yang lama atau error ketika mau memesan makanan.
5. Pelanggan ada yang kecewa karena rasa makanan berubah dari yang biasa mereka terima.
6. Setiap bulan selalu ada komplain ketidakpuasan pelanggan mengenai menu makanan yang diterima.

Hasil prosentase penilaian pelanggan (rating pelanggan) untuk Aden *Kitchen* pada bulan Januari s.d Maret 2022 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Prosentase Rating Pelanggan Aden *Kitchen*

No	Bulan	Bintang 5 (Sangat Baik)	Bintang 4 (Baik)	Bintang 3 (Cukup Baik)	Bintang 2 (Tidak Baik)	Bintang 1 (Sangat Tidak Baik)
1	Januari	61,5 %	21,2 %	3,5 %	8,7 %	5,1 %
2	Pebruari	70,3 %	12,6 %	3,7 %	7,2 %	6,2 %
3	Maret	69,4 %	18,1 %	4,1 %	5,9 %	2,5%

Sumber: Eden Kitchen, 2022

Berdasarkan hasil penilaian pelanggan (rating pelanggan) untuk Aden *Kitchen* dari bulan Januari s.d Maret 2022 diketahui bahwa masih ada

pelanggan yang menilai cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik terhadap makanan dan minuman yang mereka terima. Kondisi ini sekaligus dapat menggambarkan bahwa masih adanya ketidakpuasan pelanggan terkait makanan dan minuman dibeli dari *Eden Kitchen*.

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut maka kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan pada *Eden Kitchen*. Kepuasan pelanggan *Eden Kitchen* dapat dipengaruhi beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, harga, komunikasi, promosi, pengawasan, *brand*, kepemimpinan, hubungan masyarakat (*public relations*) dan sebagainya. Berdasarkan observasi awal pada lokasi penelitian diketahui faktor kualitas pelayanan dan harga dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan *Eden Kitchen*.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi masyarakat dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan *Eden Kitchen* merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan pelanggan *Eden Kitchen* dalam hal ini makanan yang dikirim melalui sistem *delivery order*

Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh harga. Harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu. Harga merupakan salah satu bagian yang

sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / marketing mix (4P = *product, price, place, promotion* atau produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Eden *Kitchen* Di Masa Pandemi Covid-19”**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Eden *Kitchen* di masa pandemi covid-19?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Eden *Kitchen* di masa pandemi covid-19?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama terhadap kepuasan pelanggan Eden *Kitchen* di masa pandemi covid-19?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Eden *Kitchen* di masa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Eden *Kitchen* di masa pandemi covid-19.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama terhadap kepuasan pelanggan *Eden Kitchen* di masa pandemi covid-19.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, yang dapat diklasifikasikan dalam 2 (dua) kategori, yaitu aspek teoritis dan aspek praktis.

1. Aspek Teoritis :

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, terkait hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Eden Kitchen* di masa pandemi covid-19

Disamping itu, diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan bagi peneliti yang mengkaji masalah yang sama dengan lokasi penelitian yang berbeda.

2. Aspek Praktis :

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada *Eden Kitchen*, atau pihak terkait lainnya, dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan peningkatan kepuasan pelanggan *cloud kitchen*.