

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kementerian perindustrian terus memberikan dorongan terhadap perkembangan industri minuman dan makanan yang ada di Indonesia ini. Perkembangan industri makanan dan minuman yang signifikan mendorong pemerintah untuk terus berupaya menyediakan dan mengontrol ketersediaan sumber bahan baku yang dibutuhkan industri makanan dan minuman agar industri tersebut semakin produktif dan mempunyai daya saing global yang tinggi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal II 2021, industri makanan dan minuman tumbuh 2,95 persen *year-on-year*, naik dari 2,45 persen pada kuartal sebelumnya. Sementara itu, secara triwulanan, industri ini tumbuh 2,37 persen. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV 2020 terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun, industri makanan dan minuman masih mampu bertahan meski banyak tekanan. Pada tahun 2020, industri makanan dan minuman masih dapat tumbuh positif sebesar 1,58%, sedangkan memasuki triwulan I tahun 2021 pertumbuhan industri tercatat sebesar 2,45%.

Industri makanan dan minuman tampaknya juga menjadi salah satu sektor unggulan dari berbagai macam sektor manufaktur yang ada di Indonesia. Mencuatnya nilai industri makanan dan minuman membuat sektor tersebut memiliki kontribusi yang besar terhadap PDB Indonesia..

Gambar 1.1

Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2011-2021



Sumber : Data Industri diolah dari BPS, 2021

Sepanjang tahun 2020, kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan positif sebesar 1,58 persen. Meski masih menunjukkan kinerja positif dan lebih baik dibandingkan beberapa sektor industri lain yang mengalami kinerja negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelumnya dikarenakan adanya pandemic Covid. Namun Industri makanan dan minuman masih mampu bertahan dan kembali meningkat pada 2021.

Gambar 1.2

### Industri Makanan dan Minuman Masih Tumbuh Pada 2020



Sumber : BPS, 2020

Pada Semester i/202, Industri makanan dan minuman berkontribusi paling besar terhadap capaian nilai ekspor pada sektor manufaktur dengan angka US\$13,73 miliar. Sektor makanan dan minuman mampu menunjukkan geliatnya menembus pasar internasional ditengah pandemi

Industri makanan dan minuman di Indonesia ternyata tidak hanya berkembang pesat saja, melainkan juga menjadi tren market. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) pada tahun 2020, sektor kuliner menyumbang 41,4 persen dari total produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia. Angka tersebut, merupakan terbesar dari 16 subsektor yang ditangani Bekraf. Berkembangnya industry makanan dna minuman dapat dilihat dari para *public figure* yang mulai merambah bisnis nya di dunia kuliner. Tidak jarang pula konsep makanan fusion yang mencampurkan budaya Indonesia dengan budaya barat tanpa menghilangkan cita rasa lokal itu sendiri diterapkan dalam konsep produk makanan tersebut. Cita rasa yang unik dan baru juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ketika mengonsumsi

produk makanan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrasari (2017). Cita rasa yang unik dan bisa diterima oleh masyarakat Indonesia juga menjadikan suatu produk tersebut memiliki nilai tambah dan memiliki kemungkinan untuk produk tersebut bisa menjadi tren market. Cita rasa yang terlalu asing di lidah konsumen akan menyebabkan konsumen tidak puas dengan produk tersebut karena konsumen sangat sensitive terhadap rasa suatu produk. Cita rasa yang enak dan lezat ketika dikonsumsi tentunya akan membuat konsumen semakin puas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maemunah (2019)

Pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman di Indonesia ini menjadikan sektor makanan dan minuman di Indonesia menjadi sektor yang dilirik dan dijadikan peluang oleh para pebisnis karena sektor makanan dan minuman di Indonesia memiliki daya saing kompetitif yang tergolong tinggi.

Hal ini membuktikan bahwa bisnis di bidang kuliner sangat populer dan meningkat dewasa ini. Banyak bisnis makanan dan minuman yang mengandalkan variasi produk mereka yang sangat unik dan kreatif. Variasi produk yang banyak akan meminimalisir tingkat kebosanan konsumen akan produk tersebut dan variasi produk yang bermacam-macam selain membuat produk tersebut memiliki daya saing yang tinggi, produk tersebut juga akan lebih mampu untuk memuaskan konsumen. Banyak bisnis makanan dan minuman yang memiliki variasi menu andalan mereka dan variasi andalan mereka yang kebanyakan lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin bervariasi suatu produk, semakin puas juga konsumen yang akan mengonsumsi produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Botti & Iyengar (dalam Setyaningsih, 2006). Kepuasan konsumen juga tidak lepas dari kualitas pelayanan yang dimiliki oleh bisnis tersebut, pelanggan akan puas apabila kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh bisnis tersebut khususnya bisnis makanan dan minuman dapat melampaui ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan yang professional dan ramah akan membuat konsumen semakin puas dengan produk kita karena mereka akan merasa diperlakukan lebih dari hanya sekedar membeli produk. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen sudah sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Elvatania (2017). Sebaliknya jika pelayanan yang diterima dan diharapkan konsumen rendah, maka kualitas layanan dianggap akan buruk. Jadi, baik atau buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan

penyedia layanan untuk dapat memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Situmeang (2017).

Meskipun bisnis kuliner meningkat dari tahun ke tahun dan merupakan bisnis yang menjanjikan, namun tidak menutup kemungkinan jika tidak didukung oleh kualitas pelayanan, variasi produk dan cita rasa produk, maka bisnis kuliner tersebut akan susah diterima oleh masyarakat dan semakin lama akan mengalami kebangkrutan. Perlu adanya suatu cara serta taktik yang harus dilakukan untuk dapat memperoleh kepuasan konsumen penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2016).

Dari fenomena diatas, objek penelitian yang hendak diteliti merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang *Food and Beverage* yang bernama "Psycone". Psycone sendiri berasal dari kata *psycho* yang berarti psiko/gila dan *cone* yang berarti bentuk kerucut dan apabila kedua kata tersebut digabung, akan menjadi kata "Psycone" yang artinya "kerucut yang gila" dikarenakan memiliki banyak variasi rasa dengan rasa yang membuat nagih. Psycone adalah sebuah hidangan yang masuk dalam kategori *heavy snack* yang merupakan roti yang berbentuk kerucut yang di dalamnya diisi oleh berbagai macam isian dengan rasa asin dan manis dengan bermacam-macam variasi rasa dan cita rasa. Psycone ini nantinya akan didirikan dengan konsep *food stall* dengan konsep *takeaway*

Psycone memiliki peran yang cukup signifikan dalam produk makanan dikarenakan psycone merupakan suatu inovasi baru dibidang makanan dimana konsumen bisa merasakan sensasi menikmati makanan pembuka dan penutup di dalam *cone* secara praktis dengan tempat *cone* yang dapat dikonsumsi langsung tanpa harus repot membuangnya. Psycone juga merupakan makanan yang bisa menggantikan makanan berat karena psycone masuk dalam kategori *heavy snack*, sehingga bisa mensubstitusikan makanan berat. Psycone juga ingin konsumen sadar akan pengurangan sampah plastik. Psycone ingin bahwa konsumennya dapat mengenal produk Psycone sebagai produk yang multifungsi yaitu sebagai produk yang dapat menjadi inspirasi kepada para UMKM bahwa *cone* adalah salah satu produk yang masih belum banyak dilirik dan diperhatikan orang. Padahal, *cone* bisa menjadi salah satu cara untuk menikmati makanan dengan cara dan sensasi yang berbeda tanpa harus meninggalkan limbah kemasan.

Setiap bisnis makanan pasti memiliki pesaing-pesaing. Sama halnya dengan psycone. Psycone memiliki beberapa pesaing yang bergerak di bidang *heavy snack* seperti *easy pizza*, dimana memiliki bentuk yang sama yaitu *cone*, namun dengan isian yang jauh berbeda, kemudian *corica pastry*, dimana menjual

beberapa *heavy snack*, dan Igor pastry dimana Igor memiliki beberapa variasi rasa yang sama dengan produk Psycone, sehingga psycone perlu menyusun strategi dan menciptakan nilai tambah agar konsumen tidak menyamakan produk Psycone dengan varian rasa dari produk-produk pesaing.

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Psycone?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Psycone?
3. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Psycone?

## 1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa ruang lingkup pada penelitian ini dibatasi dengan kepuasan pelanggan setelah mengonsumsi produk Psycone yang dipengaruhi oleh variasi produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa Psycone

## 1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara variasi produk makanan terhadap kepuasan konsumen pada Psycone
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Psycone
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Psycone

## 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan manfaat-manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

### 1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan produk psycone terhadap kajian mengenai variasi produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa yang berguna untuk penelitian lanjutan sebagai bahan rujukan.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam mengelola variasi produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa Psycone

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas gambaran umum produk yang meliputi latar belakang yang berisi tentang fenomena produk, penelitian terdahulu, teori, dan gap, kemudian juga rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan serta manfaat

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Pada bab ini akan dibahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel dan kerangka/model konseptual serta pengembangan hipotesis.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, statistik deskriptif, serta pengujian kualitas data

### **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang penyebaran dan pengambilan kuisioner, gambaran umum responden, hasil pengujian kualitas data, pembahasan, karakteristik responden, model yang diajukan, serta hubungan antar variabel

### **BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran kepada berbagai pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian.