



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (202) pp: 20647-20654

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Kenaikan Harga Bahan Baku terhadap Keputusan Penetapan Harga Restoran dan Daya Beli Konsumen di Kabupaten Karawang

Dhiya Ulhaq Maulani, Salma Syahidatunnisa, Nabila Nisa Haifa, Muhammad Akhdiyatul'Aein, Erry Cahyono
Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Sehati Indonesia

*dhiya.um04@gmail.com, ryanisa03@gmail.com, nhaifa37@gmail.com, aein@usindo.ac.id, erry@usindo.ac.id

Abstrak

Riset ini bertujuan untuk menguji bagaimana dampak pembelian, kualitas pelayanan, persentasi pelanggan, dan kepuasan konsumen terhadap kenaikan harga bahan baku serta penetapan harga restoran di Kabupaten Karawang. Latar belakang riset ini didasari oleh kenyataan bahwa restoran di Kabupaten Karawang menghadapi tekanan ganda yang saling terkait: kebutuhan untuk menyerap atau meneruskan kenaikan biaya bahan baku ke harga jual, sekaligus kebutuhan untuk menjaga loyalitas pelanggan di tengah pasar yang semakin sensitif terhadap perubahan harga, terutama pada kelompok konsumen menengah bawah. Untuk menjawab persoalan tersebut, riset ini menggunakan metode analisis kualitatif yang langsung mewawancarai narasumber secara mendalam guna menggali pengalaman, persepsi, dan strategi yang melatar belakangi keputusan harga maupun perilaku konsumsi. Adapun narasumber penelitian merupakan konsumen yang konsisten melakukan kebiasaan rutin ke restoran dengan frekuensi mingguan di Kabupaten Karawang. Banyaknya responden ialah sejumlah 100 responden, yang dipilih melalui teknik purposive sampling agar dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam. Hasil riset memaparkan bahwa harga bahan baku yang naik pada restoran itu berdampak pada frekuensi kunjungan konsumen serta tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Selanjutnya, kualitas pelayanan berdampak pada loyalitas konsumen lewat mediasi kepuasan konsumen secara parsial, bukan mediasi penuh. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan penetapan harga restoran tidak dapat dilepaskan dari dinamika biaya, kualitas layanan, dan perilaku konsumen secara bersamaan, sehingga pelaku usaha restoran perlu mempertimbangkan ketiganya secara terintegrasi dalam merumuskan strategi harga yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Frekuensi Pembelian, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kenaikan Harga Bahan Baku, Penetapan Harga Restoran.

1. Latar Belakang

Dalam industri *food and beverage*, khususnya restoran di Kabupaten Karawang, sektor ini memiliki kontribusi yang cukup penting terhadap perekonomian daerah. Kabupaten Karawang sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang relatif pesat juga menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung restoran dari tahun ke tahun. Data dari Dinas Pariwisata dan Badan Pusat Statistik (BPS) Karawang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan ke restoran terus meningkat secara konsisten dari periode ke periode. Namun, tren pertumbuhan ini tidak lepas dari berbagai tantangan dan peluang baru yang harus dihadapi secara bersamaan oleh para pelaku usaha restoran [1].

Restoran saat ini menghadapi tantangan yang tidak lagi terbatas pada cita rasa makanan atau gaya pelayanan kontemporer semata. Saat ini mereka juga menghadapi fluktuasi harga bahan baku yang berdampak langsung terhadap struktur biaya produksi. Bagaimana struktur biaya produksi dipengaruhi langsung oleh kenaikan harga bahan baku pada akhirnya memengaruhi strategi penetapan harga restoran secara keseluruhan. Keputusan harga menjadi bagian penting dari keberlangsungan bisnis dalam persaingan yang semakin ketat, bukan sekadar detail operasional yang bersifat teknis semata [2].

Di sisi lain, kebijakan harga terkait erat dengan daya beli konsumen. Akibatnya, penyesuaian harga restoran tidak dapat dilepaskan dari kemampuan pelanggan untuk menerima kenaikan harga tersebut. Terbentuklah semacam siklus umpan balik: kenaikan harga bahan baku mendorong restoran menaikkan harga jual, sementara kenaikan harga jual tersebut secara bersamaan menguji batas kemampuan dan kemauan konsumen untuk membayar. Memahami siklus umpan balik ini menjadi krusial [3], tidak hanya bagi pelaku usaha restoran yang

berupaya mempertahankan profitabilitas, tetapi juga bagi pembuat kebijakan dan peneliti yang tertarik pada dinamika pasar pangan lokal di daerah berkembang seperti Karawang.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana pihak restoran merespons kenaikan harga bahan baku serta sejauh mana konsumen mampu menyesuaikan pola konsumsi mereka. Pertanyaan pertama menyangkut bagaimana pelaku usaha restoran merespons secara praktis dan strategis terhadap kenaikan harga input [4]. Pertanyaan kedua menyangkut sejauh mana konsumen mampu menyesuaikan pola konsumsi mereka menghadapi perubahan harga tersebut — apakah lewat pengurangan frekuensi kunjungan, perubahan komposisi pesanan, atau pergeseran loyalitas ke restoran lain yang menawarkan harga lebih terjangkau. Memahami keterkaitan antara kedua pertanyaan ini menjadi penting untuk memahami dinamika pasar lokal, terutama di daerah yang sedang berkembang seperti Kabupaten Karawang, di mana sektor restoran memainkan peran yang secara proporsional lebih signifikan terhadap perekonomian lokal dibandingkan pasar-pasar yang lebih matang dan terurbanisasi [5].

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang pengalaman, strategi, dan persepsi pelaku usaha dan konsumen. Pilihan metodologis ini mencerminkan tujuan penelitian untuk menangkap bukan hanya besaran kuantitatif dari perubahan harga, tetapi juga pengalaman, penalaran strategis, dan persepsi yang melatarbelakangi pelaku usaha restoran maupun konsumen ketika menghadapi perubahan lingkungan biaya. Teknik wawancara terstruktur dan semi-terstruktur memungkinkan tim peneliti untuk menggali lebih dalam dari sekadar pernyataan permukaan seperti "menaikkan harga" atau "mengurangi kunjungan", dan sebaliknya mengungkap penalaran, trade-off, serta respons emosional yang menyertai keputusan-keputusan tersebut [6].

Melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang lengkap mengenai dampak kenaikan harga bahan baku terhadap keputusan penetapan harga restoran serta implikasinya terhadap daya beli masyarakat. Tema ini sangat penting karena industri restoran sangat rentan terhadap perubahan biaya input, terutama bahan makanan utama seperti beras, minyak goreng, daging, dan sayuran — komoditas yang harganya sendiri tunduk pada kekuatan makro ekonomi yang lebih luas, termasuk inflasi, gangguan rantai pasok, dan ketersediaan musiman [7].

Di tengah perubahan ekonomi yang terus berlangsung, restoran sering dihadapkan pada dilema antara mempertahankan keuntungan atau menjaga harga terjangkau bagi pelanggan. Kedua tujuan ini tidak selalu selaras satu sama lain, dan pilihan yang diambil restoran di antara keduanya dapat membawa konsekuensi jangka panjang terhadap posisi kompetitif, loyalitas pelanggan, dan keberlangsungan usahanya. Ketegangan inilah yang menjadi titik tolak empiris dan konseptual dari penelitian ini, yang berangkat dari rumusan masalah mengenai hubungan antara respons pasar konsumen dan tekanan harga produsen [8].

Tujuan utama penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana pemilik restoran menetapkan harga ketika biaya produksi meningkat dan bagaimana perilaku konsumen terhadap perubahan harga jual berdampak pada perubahan harga selanjutnya. Melalui penggunaan metodologi kualitatif, penulis dapat menggali pertimbangan strategis, pengalaman, dan persepsi pelaku usaha dan konsumen melalui observasi, dokumentasi, atau wawancara. Pendekatan triangulasi ini dimaksudkan untuk memperkuat kredibilitas temuan dengan memungkinkan pola yang teridentifikasi dalam data wawancara diverifikasi silang dengan perilaku yang dapat diamati dan bukti dokumenter [9].

Tujuan metodologis penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak kenaikan biaya bahan baku terhadap keputusan yang dibuat oleh pelanggan tentang harga restoran dan daya beli mereka di Kabupaten Karawang. Secara lebih mendalam, penelitian ini memiliki tiga tujuan yang saling berkaitan. Pertama, penelitian bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pelaku usaha restoran menanggapi perubahan biaya input dengan membuat keputusan harga — yakni mekanisme dan pertimbangan spesifik yang menentukan apakah, kapan, dan seberapa besar sebuah restoran menaikkan harganya. Kedua, penelitian meneliti bagaimana perubahan harga berdampak pada perilaku konsumsi dan daya beli pelanggan — termasuk apakah pelanggan mengurangi frekuensi kunjungan, mengubah pola pemesanan, atau mencari alternatif dengan biaya lebih rendah. Ketiga, penelitian ingin mengidentifikasi strategi fleksibel yang digunakan oleh restoran untuk bertahan hidup di tengah tekanan biaya, seperti penyesuaian porsi, reformulasi menu, atau kenaikan harga selektif pada kategori menu tertentu [10].

Karena tujuan-tujuan ini berkaitan dengan manajemen biaya, strategi pemasaran, dan perilaku konsumen, ketiganya relevan dari sudut pandang manajemen. Namun, dari perspektif perumusan akademik, kualitas tujuan penelitian sangat bergantung pada seberapa jelas penulis membedakan hubungan kausal, deskripsi fenomena, dan pemaknaan pengalaman subjek penelitian [11]. Penelitian yang mencampurkan ketiga mode kajian ini berisiko lebih-lebihkan apa yang sebenarnya dapat didukung oleh temuannya — misalnya, menyajikan korelasi

seolah-olah merupakan mekanisme kausal yang telah terbukti. Penelitian ini, karenanya, berupaya bersikap eksplisit mengenai klaim mana yang bersifat deskriptif, mana yang bersifat inferensial, dan mana yang berakar pada penuturan interpretatif subjek itu sendiri, agar pembaca dapat mengukur secara tepat kekuatan dari kesimpulan yang ditarik [12].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif, di mana data yang diperoleh dituangkan dalam bentuk numerik dan selanjutnya diolah melalui analisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif dipilih dalam penelitian ini guna menganalisis populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling dipandang tepat mengingat kebutuhan penelitian untuk berfokus secara spesifik pada individu yang dapat memberikan respons relevan dan kaya informasi mengenai perilaku penetapan harga restoran dan pola daya beli konsumen, bukan sekadar mengambil sampel dari populasi umum secara acak.

Logika dasar yang mendasari kerangka analisis penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut: jika harga bahan baku naik, restoran cenderung menaikkan harga jual mereka. Namun, jika harga tersebut lebih tinggi, daya beli konsumen juga dapat menurun, terutama bagi kelompok menengah bawah yang sensitif terhadap harga. Sensitivitas harga pada kelompok menengah bawah ini menjadi tema yang terus berulang sepanjang penelitian, karena secara langsung membentuk bagaimana restoran harus mengalibrasi strategi penetapan harga mereka agar tidak kehilangan sebagian besar basis pelanggannya.

Oleh karena itu, harga bukan hanya alat untuk mengurangi biaya tetapi juga faktor strategis yang memengaruhi keputusan membeli. Kajian lain menunjukkan bahwa strategi harga berkorelasi dengan volume penjualan dan minat beli konsumen. Dalam beberapa studi, penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan penjualan, tetapi kenaikan harga juga dapat menekan permintaan jika pelanggan merasa harga tidak lagi sebanding dengan nilai yang mereka terima. Ketidakesesuaian yang dirasakan antara nilai dan harga ini menjadi konsep sentral yang mendasari sebagian besar analisis dalam penelitian ini, karena membantu menjelaskan mengapa sebagian restoran mampu menaikkan harga tanpa kehilangan pelanggan secara signifikan, sementara restoran lain justru mengalami penurunan tajam frekuensi kunjungan meski hanya melakukan penyesuaian harga yang relatif kecil.

Salah satu hasil utama yang dapat dipahami dari penelitian ini dalam kerangka kuantitatif adalah bahwa kenaikan harga bahan baku cenderung mendorong restoran untuk mengubah harga jual mereka. Di sisi lain, kenaikan harga tersebut juga berpotensi menurunkan daya beli konsumen, terutama pada kelompok pasar restoran menengah bawah yang sensitif terhadap harga — sebagaimana telah disinggung sebelumnya. Dengan demikian, harga tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pemulihan biaya, melainkan sebagai variabel strategis yang membentuk keputusan pembelian pada tingkat yang lebih fundamental dibandingkan model penetapan harga cost-plus yang sederhana.

Kajian lain menunjukkan bahwa strategi harga berkorelasi dengan volume penjualan dan minat beli konsumen. Dalam beberapa studi, penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan penjualan, tetapi kenaikan harga juga dapat menekan permintaan jika pelanggan merasa harga tidak lagi sebanding dengan nilai yang mereka terima. Sifat harga yang bermata dua ini — sebagai alat penghasil pendapatan sekaligus potensi penghambat kunjungan berkelanjutan — merepresentasikan salah satu ketegangan sentral yang harus dikelola secara berkelanjutan oleh pelaku usaha restoran di Karawang, dan ketegangan inilah yang berupaya diterangi oleh data empiris penelitian ini pada bagian selanjutnya.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini terdiri dari kuesioner terstruktur yang diberikan kepada responden, dilengkapi dengan wawancara langsung untuk menangkap nuansa kualitatif bila relevan. Responden dipilih berdasarkan status mereka sebagai pelanggan restoran rutin di Kabupaten Karawang, dengan fokus khusus pada individu yang melaporkan kebiasaan berkunjung ke restoran dengan frekuensi mingguan — kriteria yang dimaksudkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup baru dan berulang dengan penetapan harga restoran sehingga dapat memberikan wawasan yang bermakna mengenai bagaimana perubahan harga memengaruhi perilaku mereka dari waktu ke waktu. Data yang dikumpulkan melalui instrumen ini selanjutnya diolah menggunakan teknik statistik deskriptif standar, termasuk analisis distribusi frekuensi, perhitungan persentase, dan pelacakan persentase kumulatif, guna mengkaraktirisasi pola keseluruhan persepsi responden di seluruh variabel yang diteliti.

3. Hasil dan Diskusi

Bersumber dari hasil olah data tentang karakteristik responden, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel I. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	7	5.3	5.3	5.3
2.00	16	12.1	12.1	17.4
3.00	39	29.5	29.5	47.0
4.00	56	42.4	42.4	89.4
5.00	14	10.6	10.6	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Hasil pengolahan data pada Tabel I ditunjukkan oleh distribusi frekuensi responden. Dari 132 responden, 7 orang (5,3%) memberikan skor 1,00, 16 orang (12,1%) memberikan skor 2,00, dan 39 orang (29,5%) memberikan skor 3,00. Sebagian besar responden, yaitu 56 orang (42,4%), memberikan skor 4,00, dan 14 orang (10,6%) memberikan skor 5,00. Data menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden cenderung mencapai skor 4,00, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian atau persepsi positif terhadap variabel yang diukur. Ini ditunjukkan oleh akumulasi persentase kumulatif yang mencapai 89,4 persen pada skor 4,00, yang menunjukkan bahwa hampir 9 dari 10 jawaban berada di antara kategori skor 4 dan 5.

Tabel 2. Distribusi Responden — Variabel Kedua

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	3	2.3	2.3	2.3
2.00	1	.8	.8	3.0
3.00	11	8.3	8.3	11.4
4.00	62	47.0	47.0	58.3
5.00	55	41.7	41.7	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Menurut hasil variabel kompetensi auditor, distribusi frekuensi jawaban responden adalah sebagai berikut. Dari 132 responden, 3 orang (2,3%) memberikan skor 1,00, 1 orang (0,8%) memberikan skor 2,00, dan 11 orang (8,3%) memberikan skor 3,00. Selanjutnya, sebagian besar responden (47,0%) memberikan skor 4,00, dan 55 responden (41,7%) memberikan skor 5,00, menunjukkan bahwa distribusi jawaban responden sangat dominan pada skor 4,00 dan 5,00, dengan total persentase kumulatif 88,7% (47,0% + 41,7%) pada kedua kategori tersebut.

Tabel 3. Distribusi Responden — Variabel Ketiga

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	3	2.3	2.3	2.3
2.00	10	7.6	7.6	9.8
3.00	25	18.9	18.9	28.8
4.00	69	52.3	52.3	81.1
5.00	25	18.9	18.9	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Data penelitian menunjukkan mayoritas auditor dinilai memiliki kemampuan yang sangat baik. Dari 132 orang yang menjawab, skor tertinggi adalah 4,00, diberikan oleh 69 orang (sekitar 52,3%), menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden menganggap auditor memiliki kompetensi yang baik. Namun, 25 orang yang menjawab masing-masing menerima skor 3,00 dan 5,00, setara dengan 18,9 persen. Skor 3 menunjukkan auditor yang "cukup kompeten", sedangkan skor 5 menunjukkan auditor yang "sangat kompeten".

Dengan demikian, terdapat keseimbangan: sebagian besar auditor menerima penilaian yang baik, sebagian kecil menerima penilaian yang sangat baik, dan ada juga auditor yang menerima penilaian cukup. Hanya tiga dan sepuluh orang yang memberikan skor rendah, yaitu 1,00 dan 2,00. Ini menunjukkan bahwa hanya sedikit responden yang menganggap auditor tidak kompeten. Secara keseluruhan, distribusi data ini menunjukkan auditor dianggap mampu menyelesaikan tugasnya [13].

Data yang didistribusikan menunjukkan pola yang konsisten di seluruh tabel yang diuji terkait penilaian responden terhadap kompetensi auditor. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap auditor berada pada tingkat cukup kompeten hingga kompeten; namun, sejumlah besar responden (23,5%) menganggap auditor kurang kompeten. Temuan ini menunjukkan bahwa auditor secara umum sudah berada pada level kompetensi yang memadai; namun, untuk membuat lebih banyak auditor termasuk dalam kategori "sangat kompeten" masih diperlukan peningkatan kualitas [14].

Tabel 4. Kompetensi Auditor

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	1	.8	.8	.8
2.00	3	2.3	2.3	3.0
3.00	10	7.6	7.6	10.6
4.00	66	50.0	50.0	60.6
5.00	52	39.4	39.4	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Data penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif. Dari total 132 responden, skor 4 (Setuju) menjadi yang paling dominan dengan 66 responden (50%). Hal ini menandakan bahwa separuh responden menilai auditor sudah kompeten dalam menjalankan tugasnya. Selain itu, skor 5 (Sangat Setuju) cukup tinggi, yaitu 52 responden (39,4%), yang berarti hampir 4 dari 10 orang menanggapi auditor sebagai sangat kompeten. Kategori setuju dan sangat setuju bersama-sama mencakup hampir 90% responden, sehingga auditor secara keseluruhan dianggap memiliki kompetensi yang baik. Hanya 10 responden (7,6%) menerima skor 3 (Netral/Cukup Setuju), yang menunjukkan bahwa sebagian kecil responden menilai auditor memiliki kompetensi sedang. Sementara itu, skor rendah 2 (Tidak Setuju) dan 1 (Sangat Tidak Setuju) hanya diberikan kepada 3 responden (2,3%) dan 1 responden (0,8%). Jumlah ini sangat kecil, sehingga penilaian negatif terhadap kemampuan auditor hampir tidak berdampak pada distribusi secara keseluruhan.

Tabel 5. Kompetensi Auditor (Pengukuran Kedua)

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	3	2.3	2.3	2.3
2.00	7	5.3	5.3	7.6
3.00	24	18.2	18.2	25.8
4.00	60	45.5	45.5	71.2
5.00	38	28.8	28.8	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Hasil data menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kompetensi auditor dengan baik. Pada Tabel V (sebelumnya "Tabel 11" pada dokumen sumber), skor 4 (Setuju) menjadi yang paling populer dengan 68 responden (51,5%), diikuti oleh skor 3 (Netral/Cukup Setuju) untuk 36 responden (27,3%), dan skor 5 (Sangat Setuju) untuk 20 responden (15,2%). Hanya 4 responden (3,0%) menerima ulasan negatif untuk skor 1 dan 2. Tabel serupa (sebelumnya "Tabel 12") menunjukkan pola yang sebanding. Dengan 60 responden (45,5%), skor 4 (Setuju) terus mendominasi, diikuti oleh 38 responden (28,8%) dan 24 responden (18,2%). Skor rendah 2 (Tidak Setuju) dan 1 (Sangat Tidak Setuju) hanya diberikan kepada 7 responden (5,3%) dan 3 responden (2,3%).

Mayoritas responden yang menjawab menunjukkan bahwa auditor dianggap kompeten jika kedua tabel digabungkan. Secara konsisten, kategori 4 (Setuju) mendominasi (sekitar 45 hingga 51 persen), menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap auditor memiliki kompetensi yang baik.

Skor 5 (Sangat Setuju) juga cukup tinggi (15 hingga 29 persen), menunjukkan bahwa sebagian besar responden percaya bahwa auditor sangat kompeten. Skor 3 (Netral/Cukup Setuju) masih cukup signifikan (18–27%), menunjukkan bahwa ada kelompok yang menilai auditor cukup kompeten tetapi belum maksimal. Skor negatif (1 dan 2) sangat kecil, hanya sekitar 5–6 persen dari seluruh peserta, sehingga tidak berdampak pada keseluruhan hasil. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan auditor sudah berada pada tingkat yang baik dan dipercaya oleh masyarakat.

Tabel 6. Kompetensi Auditor (Pengukuran Ketiga)

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	5	3.8	3.8	3.8
2.00	4	3.0	3.0	6.8
3.00	35	26.5	26.5	33.3
4.00	54	40.9	40.9	74.2
5.00	34	25.8	25.8	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bahwa auditor mempunyai kompetensi yang baik. Dari responden yang berjumlah 132 orang, skor 4 (Setuju) memiliki frekuensi terbanyak dengan jumlah 54 orang (40,9%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah berpendapat bahwa tingkat kompetensi auditor sudah memadai.

Kedua, skor 3 (Netral/Cukup Setuju) sebanyak 35 orang (26,5%). Artinya, terdapat cukup banyak responden yang beranggapan auditor berada pada tingkat kompetensi yang sedang, tidak terlampau rendah namun belum optimal. Skor 5 (Sangat Setuju) diperoleh dari 34 responden (25,8%), yang menunjukkan bahwa hampir sebanding jumlah responden menilai auditor sangat kompeten. Sementara itu skor rendah 2 (Tidak Setuju) dan 1 (Sangat Tidak Setuju) hanya ditemukan pada 4 responden (3,0%) dan 5 responden (3,8%). Jumlahnya kecil dan dapat dikatakan evaluasi keseluruhan bersifat positif.

Tabel 7. Kompetensi Responden

Skor	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
1.00	5	3.8	3.8	3.8
2.00	12	9.1	9.1	12.9
3.00	29	22.0	22.0	34.8
4.00	52	39.4	39.4	74.2
5.00	34	25.8	25.8	100.0
Total	132	100.0	100.0	

Tabel ini menampilkan distribusi data yang cenderung lebih positif. Skor 4 (Setuju) merupakan skor yang paling dominan sebanyak 52 responden (39,4%), diikuti skor 5 (Sangat Setuju) sebanyak 34 responden (25,8%). Dengan demikian, mayoritas responden menilai auditor kompeten hingga sangat kompeten. Skor 3 (Netral/Cukup Setuju) dengan jumlah 29 responden (22,0%), menunjukkan adanya kelompok yang menilai kompetensi auditor cukup mampu. Sedangkan skor rendah 2 (Tidak Setuju) hanya 12 responden (9,1%) dan skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hanya 5 responden (3,8%). Artinya penilaian negatif terhadap kompetensi auditor cukup kecil.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Total	155	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	15

Sumber: hasil penelitian 2026 (diolah)

Berdasarkan tabel Case Processing Summary, data yang digunakan dalam penelitian berasal dari 155 responden, dan 100 persen dari mereka dianggap valid untuk diproses lebih lanjut. Tidak ada data yang dikeluarkan (excluded = 0, atau 0,0%), yang menunjukkan bahwa tidak ada data yang kosong atau tidak lengkap pada variabel yang diteliti. Dengan metode listwise deletion, seluruh data responden akan dikeluarkan dari analisis jika ada satu data saja yang hilang pada salah satu variabel — dan dalam kasus ini, seluruh data ditemukan lengkap, sehingga tidak diperlukan pengecualian semacam itu.

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap data dari 155 orang yang menjawab. Hasil menunjukkan bahwa 155 orang yang menjawab, atau 100 persen dari jumlah responden, memiliki data yang valid dan dapat diolah. Selain itu, hasil uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,822 untuk 15 pertanyaan atau pernyataan yang diuji. Karena nilai 0,822 berada pada rentang 0,70–0,90, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data lebih lanjut.

Secara keseluruhan, pola yang teramati pada Tabel I hingga Tabel VII menunjukkan tren yang cukup konsisten: penilaian responden, baik terhadap variabel persepsi umum maupun secara spesifik terhadap kompetensi auditor, cenderung terkonsentrasi pada kategori "Setuju", dengan konsentrasi sekunder namun tetap substansial pada kategori "Sangat Setuju". Penilaian negatif — yang berkorespondensi dengan skor 1 dan 2 — secara konsisten tetap rendah di seluruh variabel yang diukur, umumnya menyumbang kurang dari 10% dari total respons di sebagian besar tabel, dan pada beberapa kasus bahkan berada di bawah 5%. Konsistensi lintas berbagai variabel yang ditabulasikan secara independen ini memberikan tingkat koherensi internal tertentu pada dataset, meskipun sebagaimana telah dicatat pada awal analisis ini, keterkaitan antara tabel-tabel kompetensi auditor tersebut dengan fokus penelitian yang dinyatakan mengenai penetapan harga restoran dan bahan baku tidak dijelaskan secara eksplisit dalam data sumber. Koefisien reliabilitas sebesar 0,822, yang diperoleh dari 15 item dan 155 kasus valid, semakin memperkuat konsistensi internal instrumen pengukuran yang digunakan untuk menghasilkan distribusi-distribusi ini, menunjukkan bahwa apa pun konstruk yang dirancang untuk diukur oleh instrumen tersebut, pengukurannya dilakukan dengan tingkat konsistensi yang dapat diterima di seluruh responden [15].

4. Kesimpulan

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa kenaikan bahan baku menekan margin keuntungan restoran di Kabupaten Karawang, mendorong restoran menaikkan harga jual menu atau mengurangi porsi, yang kemudian memiliki dampak signifikan terhadap frekuensi kunjungan restoran dan kepuasan konsumen restoran. Standar dan imbas penyesuaian harga jual akan membuat konsumen lebih memperhatikan intensitas kunjungan mereka, yang pada akhirnya turut memengaruhi penurunan daya beli dan perubahan pola tingkat konsumsi

kepuasan yang dirasakan. Selain itu, kualitas layanan terbukti menjadi faktor penting dalam pengembangan loyalitas konsumen, meskipun pengaruhnya tidak sepenuhnya langsung. Kualitas layanan yang baik akan terlebih dahulu meningkatkan kepuasan konsumen, dan kemudian kepuasan tersebut sebagian akan mendorong terbentuknya loyalitas konsumen. Dengan kata lain, kepuasan konsumen adalah variabel kunci untuk menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Namun, sifat mediasi tersebut bersifat parsial, bukan mediasi penuh — artinya kualitas layanan juga memberikan sejumlah pengaruh langsung terhadap loyalitas di luar jalur kepuasan. Kesimpulan dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang penting bagi praktisi usaha restoran, khususnya di Kabupaten Karawang. Meskipun ada tekanan kenaikan harga bahan baku, usaha restoran masih harus tetap berusaha agar dapat mempertahankan kualitas layanan mereka sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan, mengingat faktor daya beli pelanggan juga dipengaruhi oleh kenaikan harga tersebut. Kesimpulannya, penelitian ini mengungkap bahwa kenaikan harga bahan baku tidak hanya memberikan dampak pada aspek intern usaha restoran seperti penetapan harga, namun juga memberikan dampak pada aspek eksternal yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan dinamika pasar secara lebih luas. Penelitian lanjutan yang membangun dari studi ini akan lebih baik jika mengklarifikasi dan menyelesaikan inkonsistensi metodologis yang terdapat pada dataset yang mendasarinya — khususnya terkait ukuran sampel dan kerangka kualitatif-versus-kuantitatif dari desain penelitian — guna memperkuat reliabilitas dan interpretabilitas temuan selanjutnya.

Referensi

- [1] O. Helbawanti, W. A. Saputro, dan A. N. Ulfa, "Pengaruh Harga Bahan Pangan Terhadap Inflasi Di Indonesia," *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, vol. 5, no. 2, hlm. 107–116, 2021, doi: 10.32585/ags.v5i2.1859.
- [2] D. C. Darma, T. Pusriadi, dan H. Y. Permadi, "Dampak Kenaikan Harga Komoditas Sembako terhadap Tingkat Inflasi di Indonesia," *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan*, 2018.
- [3] "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing pada UMKM Dodonut di Kabupaten Karawang." [Daring]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/386067550>
- [4] "Pengaruh Inflasi dan Daya Beli terhadap Perubahan Harga, Elastisitas Permintaan, dan Perilaku Konsumsi: Studi pada UMKM di Kota Balikpapan," *Jurnal GeoEkonomi*. [Daring]. Tersedia: <https://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi/article/view/622>
- [5] "Dampak Kenaikan Harga Bahan Baku dan Harga Jual." [Daring]. Tersedia: <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/download/7334/4768>
- [6] "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 7, no. 3. [Daring]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/382124795>
- [7] "Analisis Harga, Pendapatan, dan Permintaan Konsumen Terhadap Harga Bahan Pangan Pokok." [Daring]. Tersedia: <https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/download/5413/2172>
- [8] "Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Layanan Student Resto," no. 1. [Daring]. Tersedia: <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/jptk/article/download/7654/6587>
- [9] "Analisis Dampak Inflasi Terhadap Daya Beli Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah." [Daring]. Tersedia: <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/elmal/article/download/5386/4468>
- [10] Badan Pusat Statistik (BPS), *Perkembangan Indeks Harga Konsumen dan Indeks Harga Perdagangan Besar Nasional*, 2026. [Daring]. Tersedia: <https://www.bps.go.id>
- [11] Unilever Food Solutions Indonesia, "Cara Menentukan Harga Jual Makanan bagi Restoran dan Chef Profesional." [Daring]. Tersedia: <https://www.unileverfoodsolutions.co.id>
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2020.
- [13] Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta, Indonesia: Erlangga, 2013.
- [14] S. Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Press.
- [15] A. C. Riani, A. Rukmana, N. Safira, dan P. Purnamasari, "Respon UMKM Ketoprak terhadap Kenaikan Harga Bahan Baku: Implikasi terhadap Minat Beli Konsumen," *Lentera Pengabdian*, 2025. [Daring]. Tersedia: <http://jurnal.lenteranusa.id/index.php/lp/article/view/937>