

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan adanya perubahan zaman akan dapat mempengaruhi daya berfikir seseorang. Perubahan ini akan menentukan seseorang dalam mengambil keputusan salah satunya keputusan dalam membeli sesuatu. Tidak dapat dipungkiri bahwa seorang individu dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan kemudian keinginannya. Dalam memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian, seorang konsumen memiliki beberapa aspek dalam membuat keputusan untuk membeli sebuah produk. Pertimbangan tersebut harus diketahui oleh produsen selaku penyedia produk. Produk ditujukan sebagai daya tarik sebuah perusahaan untuk menarik minat konsumen. Terlebih dalam kondisi saat ini dimana hampir seluruh dunia mengalami fenomena yang sama yaitu adanya pandemi *covid-19*.

Pandemi *covid-19* muncul di Indonesia pada awal tahun 2020. Pandemi mengakibatkan pemerintah untuk memberlakukan beberapa kebijakan berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar dan menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang berimbas salah satunya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Akibat adanya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, pemilik usaha CV. Fatimah mengaku terdampak imbasnya yaitu berupa penurunan omset yang diakibatkan oleh penurunan daya beli konsumen.

Untuk mempertahankan konsumen, CV. Fatimah menggunakan strategi dengan mempertahankan kualitas produk yang dari awal tidak pernah berubah. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong adalah karakteristik sebuah produk yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen baik yang dinyatakan atau yang tersirat.² Kualitas produk sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu fungsi produk, wujud luar, dan biaya produk bersangkutan.³ Kualitas produk memiliki beberapa indikator diantaranya yaitu menu yang beraneka ragam, rasa yang enak, rasa stabil, dan higienis.⁴ Produk yang berkualitas mampu menjaga loyalitas konsumen, terutama bagi mereka yang mengutamakan kualitas dibandingkan harga. Selama produk sebelumnya selalu melakukan perbaikan mutu, konsumen akan setia dan tetap melakukan pembelian. Kualitas produk yang kurang baik akan memberikan dampak *negative* bagi perusahaan karena perusahaan akan menerima banyak keluhan dan pengembalian barang dari konsumen. Lebih buruk apabila konsumen melakukan tuntutan ganti rugi melalui jalur hukum.⁵

² Siti Lam'ahNasution, Christine Herawati Limbong, dan Denny Ammari Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)," *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen)*, 7, (1), hal. 44

³ Didik Harjadi dan Iqbal Arraniri, "*Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*", (Cirebon : Penerbit Insania, 2021), hal. 35

⁴ Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati, dan Roy Krisna, "Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen," *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, (8, no. 2, 2020), hal. 152

⁵ S Aisyah, et. All., "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2020;2(1), hal. 63

Saat ini konsumen tidak hanya memikirkan tentang memuaskan kebutuhannya dalam membeli sebuah produk, namun juga mengharapkan hasil lain yang mampu memberikan manfaat untuk dirinya. Ditengah keadaan seperti ini tentunya setiap orang lebih memperhatikan kebersihan dan kualitas produk yang akan dibeli. Kesehatan sangatlah penting untuk diperhatikan maka tidak jarang bagi masyarakat untuk mencari produk yang mampu untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Begitupun dengan usaha yang dimiliki oleh bapak Suwanto yang juga dilandasi dari peluang pasar dimana adanya masyarakat yang menginginkan sebuah produk yang baru dan juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Usaha yang diberi nama CV. Fatimah dan berdiri sejak tahun 2012 ini memiliki beberapa produk diantaranya produk olahan dari bunga dan biji rosela, aneka macam keripik, dan beragam produk lainnya. Produk yang diproduksi oleh CV. Fatimah ini memiliki keunggulan dimana tidak hanya dari kualitas produk namun juga dari manfaat yang diberikan.

CV. Fatimah memiliki produk yang beragam dengan harga yang terjangkau dikalangan masyarakat baik menengah bawah, kelas menengah maupun kalangan menengah atas. Produk yang diproduksi oleh CV. Fatimah antara lain yaitu aneka jenis olahan bunga rosela dan berbagi jenis kripik. Produk olahan bunga rosela diantaranya adalah bunga rosela kering, bunga rosela celup, dan kopi rosela. Produk camilan berupa keripik diantaranya adalah keripik pisang, keripik bothe, dan krecek ketela. Harga

produk berada pada kisaran harga mulai dari Rp 9.000 /pcs tergantung dengan ukuran dan berat dari produk yang ada.

Tabel 1.1
Produk CV. Fatimah

No.	Nama Produk	Harga
1.	Bunga Rosela Kering	Rp 9.000 / 50 gr
2.	Bunga Rosela Celup	Rp 10. 000 / 12 biji
3.	Kopi Rosela	Rp 12.000 / 100 gr
4.	Keripik Pisang	Rp 9.000 / 250 gr
5.	Keripik Bothe	Rp 9.000 / 250 gr
6.	Krecek Ketela	Rp 9.000 / 250 gr

Sumber: Wawancara dengan pemilik usaha CV. Fatimah

Tabel 1.2
Jumlah Penjualan Produk CV. Fatimah

No.	Nama Produk	Jumlah Penjualan/Pcs		
		2018	2019	2020-2021
1.	Bunga Rosela Kering	6.400 pcs	7.200 pcs	5.200 pcs
2.	Bunga Rosela Celup	8.000 pcs	8.800 pcs	6.800 pcs
3.	Kopi Rosela	4.800 pcs	5.600 pcs	3.600 pcs
4.	Keripik Pisang	11.200 pcs	12.000 pcs	10.000 pcs
5.	Keripik	8.000 pcs	8.800 pcs	6.800 pcs

Sumber: Wawancara dengan pemilik usaha CV. Fatimah

Jumlah penjualan produk CV. Fatimah selama kurun waktu tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2019 dan penurunan terjadi pada tahun 2020. Kenaikan dan penurunan penjualan diakibatkan dari adanya kondisi alam dan daya beli konsumen. Dalam tabel dijelaskan bahwa pada tahun 2018 penjualan untuk bunga rosela kering sebanyak 6.400 pcs, bunga rosela celup 8.000 pcs, kopi rosela 4.800 pcs, kripik pisang 11.200 pcs, dan olahan kripik sebanyak 8.000 pcs. Pada tahun selajutnya yaitu tahun 2019 penjualan mengalami peningkatan yaitu bunga rosela kering sebanyak 7.200 pcs, bunga rosela celup 8.800 pcs, kopi rosela 5.600 pcs, kripik pisang 12.000 pcs, dan olahan kripik sebanyak 8.800 pcs. Sebaliknya yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 yang mengalami penurunan. Pemilik usaha mengatakan bahwa salah satu penurunan penjualan terjadi karena adanya pandemi yang mengakibatkan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat. Penjualan pada tahun 2020 dan 2021 bunga rosela kering sebanyak 5.200 pcs, bunga rosela celup 6.800 pcs, kopi rosela 3.600 pcs, kripik pisang 10.000 pcs, dan olahan kripik sebanyak 6.800 pcs. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dapat dilihat bahwa permintaan terbanyak terdapat pada produk kripik pisang.

Penjualan yang mengalami fluktuasi diakibatkan dari adanya fenomena pandemi yang mempengaruhi daya beli konsumen. Dampak yang diakibatkan dari pandemic tidak hanya dirasakan oleh para pemilik usaha saja, namun juga berimbas pada daya beli konsumen. Penjualan

produk CV. Fatimah tetap bertahan dimasa pandemi karena dipengaruhi oleh loyalitas konsumen yang mempercayai kualitas produk yang diberikan oleh CV. Fatimah adalah produk yang baik. Kualitas menurut Josep M. Juran adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan dapat memberikan kepuasan produk serta bebas dari kekurangan.⁶ Pengutamaan kualitas produk sangat penting dilakukan karena memiliki dampak positif bagi kedua belah pihak yaitu pengusaha dan konsumen. Selain dari kualitas produk, penjualan CV. Fatimah juga dipengaruhi dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan yang tergolong murah dan dapat bersaing dengan produk serupa lainnya. Dengan tetap mempertahankan kualitas produk,indikasi dalam mempertahankan usaha dibarengi dengan memberikan pelayanan yang baik serta melakukan promosi.

Konsumen adalah seorang atau sekelompok individu yang menjadi bagian dari aktivitas bisnis dengan menjalin kegiatan pembelian atau penggunaan produk.⁷ Tanpa adanya target pasar dan konsumen, maka sebuah usaha tidak akan bisa berjalan. Untuk itu perusahaan juga harus memperhatikan perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen untuk mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya.⁸ Perusahaan harus mencari cara untuk

⁶ Walujo, Djoko Adi, dkk., “*Pengendalian Kualitas*”, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 3

⁷ Nora Anisa Br. Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen Strategi Dan Teori*, (Deliserdang : IOCS Publisher, 2021), hal. 1

⁸ *Ibid.*, hal. 2

mempertahankan konsumen atau untuk meningkatkan jumlah jangkauan pasar dan konsumen.

Konsumen dapat bertahan diakibatkan adanya rasa percaya terhadap produk tertentu, atau biasa yang disebut dengan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen menurut Kotler dan Keller adalah adanya keinginan untuk membeli kembali produk atau jasa yang sama dimasa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan adanya peralihan.⁹ Indikator loyalitas konsumen sendiri ditandai dengan adanya pembelian ulang, kebiasaan dalam mengkonsumsi merek, kecintaan yang besar terhadap merek, ketetapan pembelian pada merek yang sama, adanya keyakinan bahwa merek tertentu adalah yang terbaik, dan merekomendasikan merek pada orang lain.¹⁰

Saat ini banyak hambatan dalam melakukan sebuah usaha dan terpaksa memutar otak karena imbas dari adanya pandemi. Hambatan modal dan bahan baku merupakan salah satu yang harus terdampak dalam sebuah usaha. Dari hambatan tersebut, tidak jarang sebuah perusahaan untuk menurunkan kualitas produk karena menurunnya omzet dan banyaknya produk yang ditimbun. Strategi digunakan sebagai usaha untuk mempertahankan konsumen dengan tujuan terciptanya loyalitas konsumen

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2017), hal. 9

¹⁰ Slamet Wahyudi, "Analisis Harga dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Rijan Mart I Prambon Sidoarjo," *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research* 3, (no. 2, 2020), hal. 87

yang kemudian akan berimbas pada keberlangsungan bertahannya suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rio Putra dengan judul “Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)”, memberikan hasil bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk suatu perusahaan dapat mempertahankan kepercayaan serta minat dari konsumen.¹¹ Kepercayaan konsumen harus sangat diperhatikan karena konsumen adalah salah satu kunci dari tetap bertahannya usaha. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dampak Kualitas Produk Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Pada Industri Olahan Makanan Dan minuman Ringan Di Masa Pandemi (Studi Kasus CV. Fatimah Desa Macanbang Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk bagi perusahaan?

¹¹ Rio Putra, “Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2,4, 2021, hal. 521

2. Bagaimana dampak kualitas produk CV. Fatimah dalam mempertahankan loyalitas konsumen di masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dengan berdasarkan pada konteks penelitian dan fokus penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui cara mempertahankan kualitas produk bagi perusahaan.
2. Untuk mengetahui dampak kualitas produk CV. Fatimah dalam mempertahankan loyalitas konsumen di masa pandemi.

D. Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan memiliki batasan yang diberlakukan oleh peneliti dalam melakukan kajian pembahasan yaitu, penelitian yang berfokus mengenai kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada industri olahan makanan dan minuman ringan di masa pandemi pada usaha CV. Fatimah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kualitas produk dapat dijadikan untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha CV. Fatimah yang dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan mampu menjadi referensi di bidang ekonomi.

2. Secara praktis

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan menambah dari hasil karya tulis ilmiah di lembaga pendidikan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan dapat menambah wawasan terkait kualitas produk dapat dijadikan untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada usaha CV. Fatimah pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah.

b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dengan hasil penelitian ini peneliti dapat memberikan wawasan sebagai kerangka berpikir dalam pembaruan penelitian kedepannya. Khususnya penelitian terkait dengan analisis kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada industri olahan makanan dan minuman ringan di masa pandemi (studi kasus CV. Fatimah desa Macanbang kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung)

c. Bagi Usaha CV. Fatimah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan usahawan untuk diterapkan sebagai salah satu cara dalam mempertahankan usaha yang digeluti.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan digunakan peneliti untuk mendapatkan pembahasan yang sistematis dan menunjukkan hasil penelitian yang

terstruktur dan mudah dipahami. Sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini adalah bab yang berisi mengenai gambaran umum dari permasalahan yang akan dibahas. Pendahuluan memiliki beberapa sub bab yaitu konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka akan berisi mengenai landasan teori mengenai teori kualitas, teori produk, teori kualitas produk, teori loyalitas, teori konsumen, teori loyalitas konsumen, teori studi kasus, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi fokus pada pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai paparan data dan penemuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab pembahasan berisi tentang analisis yang dilakukan dengan pendekatan sistematis antara temuan hasil penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

BAB VI PENUTUP

Bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.