

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan Bisnis merupakan sebuah kompetisi antara penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Misalnya diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada dibenaknya.

Pada era globalisasi saat ini, telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan didalam dunia binsic dan ketidakpastian memaksa sebuah perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan pesaing. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

Keterpurukan ekonomi yang dialami semua kalangan mempengaruhi perilaku belanja masyarakat sebagai konsumen. Dimana sekarang konsumen semakin pandai di dalam membelanjakan uangnya. Konsumen membeli barang yang dibutuhkan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu konsumen juga menyesuaikan harga barang dengan kemampuan ekonomi mereka, karena konsumen semakin sadar akan kebutuhan yang harus didahulukan dan yang harus ditunda terlebih dahulu. Oleh karena itu, konsumen ditempatkan sebagai titik sentral yang diperhatikan oleh pemasaran.

Setidaknya terdapat dua alasan, mengapa pemasar perlu memahami perilaku belanja konsumennya.¹ *Pertama*, dengan pesatnya perkembangan perdagangan saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan pada konsumen dari pada permintaan. Kelebihan dari penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen. Kecilnya permintaan dari pada penawaran ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain secara umum adalah keadaan ekonomi dari konsumen itu sendiri. iSelain itu, naiknya harga yang ditetapkan oleh produsen yang tidak sesuai dengan kualitas produknya, kurangnya produsen dalam mengkomunikasikan produk serta kurangnya penyebaran produk dipasarkan sehingga konsumen tidak mengetahui keberadaan produk tersebut. Kedua, pemasar perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya. Karena mengetahui secara tepat kebutuhan dan keinginan

¹ Dwi Kus Adi, “*PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*”, (Surabaya : Fisip UPN, 2015), hlm 1-2

konsumennya, perasaan akan mampu memberikan produk dan jasa dengan kualitas yang sebagaimana yang diinginkan konsumennya sertakan menuntut pemasar pada kebijakan keinginan pemasaran yang tepat dan efisien.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah menentukan kebutuhan dimana keinginan konsumen serta memberikan kepuasan secara lebih efektif dari yang diberikan oleh pesaing yang memiliki konsep yang menitik beratkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sebaikbaiknya sehingga barang yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dapat menambah kepuasan konsumen dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pengecer atau perusahaan dikatakan sukses apabila perusahaan dapat mempertahankan pelanggan atau konsumennya juga dapat menarik konsumen pesaing. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan untuk barang yang diinginkan konsumen dengan memberikan produk yang menyebabkan fasilitas-fasilitas menunjang proses yang ditetapkan perusahaan atau pengecer.²

Gula merah banyak diminati oleh masyarakat baik masyarakat dalam negeri maupun luar negeri karena memiliki komposisi yang tidak menggunakan campuran bahan kimia, memiliki rasa yang alami, serta sifatnya yang spesifik membuat gula merah memiliki aroma yang khas. karena itulah saat ini cukup banyak dikembangkan cara produksi gula merah yang lebih modern untuk memenuhi permintaan pasar yang cukup banyak dan bermacam-macam.

²²*Ibid*, hlm 3

Untuk memenuhi permintaan pasar, gula merah ini haruslah mengikuti persyaratan mutu yang ada, untuk mengetahui mutu dari produk-produk yang dihasilkan maka dibutuhkan suatu analisa terhadap produk-produk tersebut.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi suatu pembelian adalah faktor harga. Setelah mengembangkan struktur dan penertapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Menurut Lupioyadi menyatakan bahwa strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta kepuasan konsumen setelah membeli.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk pada suatu barang atau makanan yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Untuk produk makanan faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.

Gula kelapa yang dikenal juga dengan gula jawa atau gula merah adalah salah satu bahan pemanis untuk pangan yang berasal dari pengolahan nira kelapa dengan cara merebus nira tersebut hingga mengental kemerahan.

Gula merah ini dapat berasal dari nira tebu atau golongan tanaman palma, walaupun terlihat kuno gula merah ini tetap memiliki banyak peminat.

Gula kelapa kebanyakan diperdagangkan dalam bentuk bongkahan padat dengan bangun geometri yang bervariasi tergantung tempat pencetakannya. Gula kelapa bisa dikonsumsi sebagai bahan pemanis untuk makanan ataupun minuman sebagaimana bahan pemanis yang lain seperti gula pasir, gula aren, gula siwalan, dan sebagainya, namun juga digunakan sebagai bahan baku pada beberapa industri pangan antara lain kecap, sambel pecel, roti dan minuman instan.

Proses produksi yang dilakukan oleh UD. Gula Nirawan sangatlah panjang, mulai dari pengumpulan bahan-bahan baku dari para petani sampai tahap-tahap pengolahan, jika dibandingkan dengan beberapa jenis gula yang lain gula kelapa memiliki kelebihan maupun kekurangan.

Kekurangan gula kelapa antara lain pada mutu nya yang terlalu bervariasi disebabkan sifatnya yang merupakan dari industri rakyat, selain itu sebagian gula kelapa yang beredar dipasaran mengandung zat pengawet yang berbahaya bagi kesehatan, maka dari itu UD. Gula Nirwana ini berusaha mempertahankan kepercayaan masyarakat tentang mutu dan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini, supaya usaha memproduksi gula kelapa atau kata lain gulamerah tetap eksis dibidangnya.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dikemukakan diatas terdapat beberapa permasalahan yang perlu diteliti diantaranya yaitu:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gula merah pada UD. Gula Nirwana?
2. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gula merah pada UD. Gula Nirwana?
3. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gula merah pada UD. Gula Nirwana?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana.
3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penulisan dengan judul Pengaruh Kualitas harga produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen UD. Gula Nirwana yaitu sebagai berikut:

a. Secara teoritis:

Dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan, serta memberikan kesempatan bagi mahasiswa terjun ke lapangan bisnis.

b. Secara praktis:

- 1) Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat digunakan sebagai penyerapan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sebagai penambah kajian pustaka
- 2) Bagi lembaga yang dituju guna menambah informasi yang belum diketahui oleh pemilik usaha khususnya di bidang pengembangan kualitas produk. Selain itu juga sebagai sasaran promosi, khususnya yang berhubungan dengan produknya
- 3) Bagi peserta PPL dapat dijadikan bekal untuk berwirausaha kedepannya nanti.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Penegasan istilah merupakan batasan dari definisi mengenai istilah dari setiap variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel yang dapat diukur dan diamati. Adapun definisi dari penelitian ini adalah:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan “kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerja nya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk dan jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran.

Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Harga berarti adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk

c. Lokasi

Lokasi diartikan letak kedudukan fisik sebuah usaha di dalam daerah tertentu. Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi usaha harus benar-benar dipertimbangkan dengan hati-hati

karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen

d. Kepuasan Konsumen

kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Dengan adanya kepuasan konsumen, maka kelangsungan usaha pun akan terjaga.

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional merupakan tindakan yang akan dilakukan untuk mengukur variabel dengan cara menetapkan kegiatan. Definisi operasional digunakan dengan tujuan menjelaskan mengenai sudut penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran lain diluar penelitian.

Penegasan operasional dalam penelitian ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif syariah di UD. Gula Nirwana.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi harga, sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen dalam perspektif syariah di UD. Gula Nirwana.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa pernyataan yang berupa kuesioner, dan dari pengisian kuesioner maka peneliti dapat mengukur seberapa besar pengaruh dari kualitas produk, harga, dan

lokasi harga, terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif syariah di UD. Gula Nirwana.

F. Ruang lingkup Penelitian dan Keterbatasa Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkungannya supaya tidak menyimpang dari pokok pengkajian yang akan disajikan. Maka dari itu, ruang lingkup penelitian yaitu variabel bebas (X1) Kualitas Produk, (X2) Harga, (X3) Lokasi, (Y) Kepuasan Konsumen pada UD. Gula Nirwana.

2. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan luasnya permasalahannya, maka batasan masalah dalam penelitian perlu dikemukakan agar penelitian berfokus pada permasalahan, tujuan, dan manfaat. Maka, penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada permasalahan kualitas Produk, Harga, dan lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Gula Nirwana.

G. Devinisi Operasional

Definisi operasional adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan pada sebuah variabel dengan cara memberikan atau menspesialisasikan kegiatan yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Dalam penelitian ini ada 3 variabel independen yaitu kualitas produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), dan variabel dependen yaitu kepuasan

konsumen (Y).

Kualitas Produk (X_1) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan para konsumen. Indikator kualitas produk dalam penelitian ini antarlain

1. Variasi produk
2. Kualitas produk
3. Kelayakan untuk dikonsumsi
4. Packing

Harga (X_2) adalah persepsi konsumen mengenai harga jual yang ditawarkan oleh UD. Gula Nirwana. Indikator harga dalam penelitian ini antara lain:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian dengan kualitas produk
3. Daya saing harga

Lokasi (X_3) adalah letak geografis UD. Gula Nirwana berdasarkan para konsumen. Indikator dari lokasi pada penelitian ini antara lain:

- a) Mudah dijangkau
- b) Kelancaran lalu lintas
- c) Keamanan dan kenyamanan
- d) Dekat dengan pohon kelapa
- e) Dekat pasar-pasar kecil maupun besar

Kepuasan Konsumen (Y) di indikatori oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

- a) Kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen
- b) Menanggapi komplain dari konsumen
- c) Mengutamakan kesopanan, keramahan, dan kenyamanan dan pelayanan

Variabel- variabel tersebut dinilai berdasarkan pengukuran skala likert, skala ini memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau agreement terhadap suatu pernyataan.³

H. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan definisi operasional.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang terkait tentang variabel penelitian yang mampu menjelaskan tentang definisi, serta penjelasan dari yang umum sampai khusus berdasarkan penelitian yang akurat. Serta bab ini juga mencantumkan penelitian terdahulu, kerangka konseptual, serta hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

³B.simamora. Riset Pemasaran: falsafah, teori, dan aplikasi. Jakarta : gamedia. 2004. Hlm 147.

Pada bab ini menerangkan tentang populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variabel penelitian, dan sumber data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum penelitian lalu menguji data yang telah didapat dengan menggunakan SPSS dan setelah hasil pengolahan data kemudian pembahasan mencakup variabel.

BAB V Penutup

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan serta saran-saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan.

Bagian akhir dari laporan ini berisikan daftar pustaka, lampiran-lampiran...