

BAB I

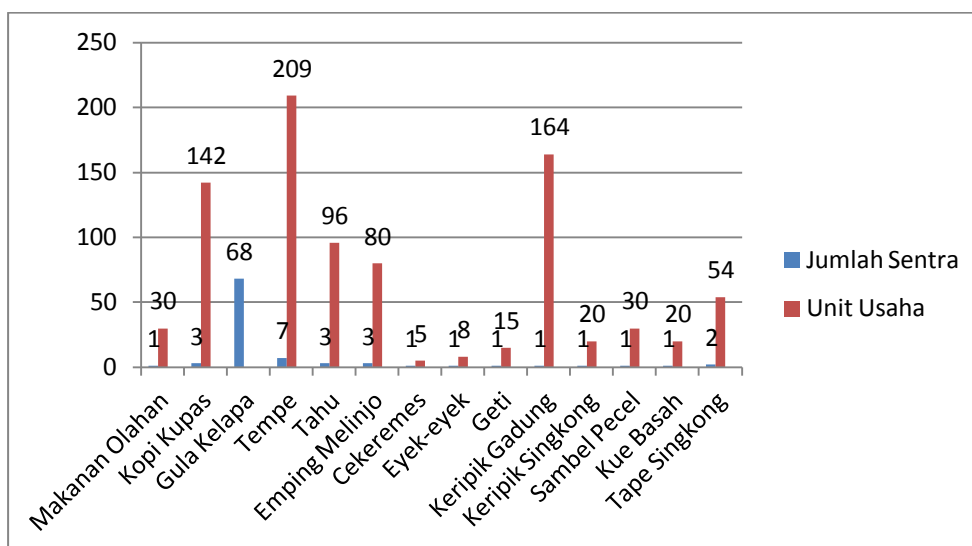
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis dalam bidang produk maupun jasa kini semakin beragam, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara perusahaan satu dengan perusahaan lain. Salah satu contohnya yaitu kabupaten Blitar, yang mana dalam lingkup wilayah kabupaten Blitar ini ada ratusan unit usaha produk makanan mulai dari produk makanan olahan, kopi kupas, gula kelapa, tempe, dan masih banyak lagi. Berikut merupakan grafik yang menunjukkan sentra industri kecil menengah yang berada di wilayah kabupaten Blitar:

Grafik 1.1

Potensi Sentra Industri Kecil Menengah di Kab. Blitar Menurut Jenis Produksi Tahun 2013



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar, dari laman blitarkab.bps.go.id/statictable/2015/02/24/317/potensi-sentra-industri-kecil-menengah-menurut-jenis-produksi-2013.html. Update terakhir: 11 Maret 2016

dari Dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Blitar

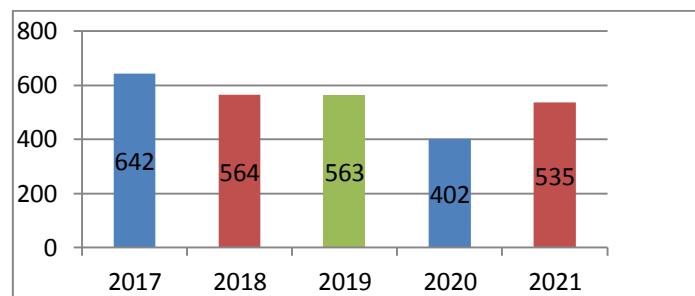
Persaingan antar perusahaan tentu menjadi cukup ketat, sehingga diperlukan cara-cara tertentu oleh perusahaan untuk dapat bertahan di tengah persaingan, serta untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu caranya adalah dengan memberikan kepuasan bagi konsumen produk atau jasa mereka. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dengan yang diharapkan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk maupun jasa tertentu cenderung untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa ketika kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini cukup menunjukkan bahwa kepuasan merupakan kunci konsumen dalam melakukan pembelian ulang, dimana ini merupakan bagian terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dengan kata lain bahwa kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan membentuk loyalitas konsumen untuk setia pada produk atau jasa tertentu, serta secara tidak langsung membantu perusahaan untuk menarik konsumen baru melalui rekomendasi atau testimoni yang disampaikan oleh konsumen lama.

Pentingnya memperhatikan dan memenuhi kepuasan konsumen terlihat dengan banyaknya bisnis terutama yang menggunakan media *platform online*, yang menyediakan tempat bagi konsumen di *platform* tersebut untuk memberikan *rating* terkait kepuasan yang dirasakan setelah menerima produk atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah keutamaan atau prioritas bagi sebuah perusahaan.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk mendapat perhatian, oleh karena itu terdapat beberapa badan atau organisasi yang bertugas untuk membantu upaya pengembangan perlindungan terhadap konsumen dengan menampung berbagai aduan konsumen dan membantu menyelesaikan sengketa. Dua badan atau organisasi tersebut adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Berikut merupakan data jumlah aduan konsumen yang tercatat pada YLKI dan BPKN sepanjang tahun 2017-2021:

Grafik 1.2

Jumlah Aduan Konsumen Menurut Data YLKI, 2017-2021

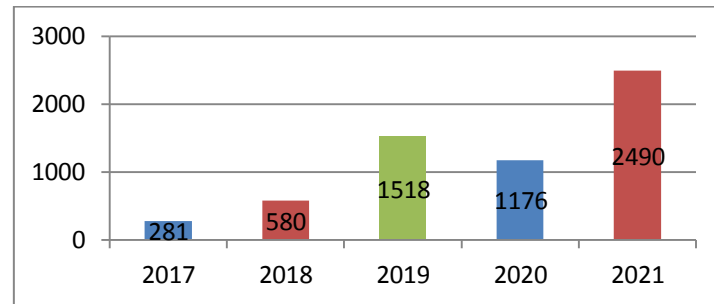


Sumber: Data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), 7 Januari 2022

Data yang dirilis oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) terkait aduan konsumen Indonesia menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2017-2020 jumlah aduan cenderung mengalami penurunan, namun kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2021.

Grafik 1.3

Jumlah Aduan Konsumen Menurut Data BPKN, 2017-2021



Sumber: data diolah dari laman <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1937> dan <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2270>

Sedangkan data yang dirilis oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) justru menunjukkan kenaikan sepanjang tahun 2017-2019, lalu dilanjutkan pada tahun 2020 mengalami penurunan, namun kemudian kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021.

Terlepas dari perbedaan data yang dimiliki oleh kedua lembaga tersebut, namun terlihat bahwa aduan yang dilaporkan oleh konsumen Indonesia tergolong tinggi. Hal ini menandakan bahwa belum semua konsumen memperoleh kepuasan terhadap produk maupun jasa yang diterima. Sehingga konsumen mengadakan beragam hal.

Salah satu yang diadukan adalah mengenai permasalahan ketika melakukan belanja secara *online*. Dengan adanya badan atau organisasi yang berfungsi sebagai wadah pengaduan bagi konsumen ini, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memang benar-benar sesuatu yang harus diperhatikan sehingga ketika ada ketidakpuasan yang berujung pada kekecewaan hingga kerugian, maka perlu untuk diselesaikan demi

terpenuhinya hak-hak konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.² Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan hal yang harus dilakukan oleh perusahaan demi keberlangsungan hidup perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, diantaranya seperti yang disampaikan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller berupa kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.³ Namun, penelitian ini hanya akan menguji tiga faktor saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Karena ketiganya dianggap sebagai faktor yang dominan pada produk dan juga perusahaan yang akan diteliti bila dibandingkan dengan faktor emosional dan biaya.

Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena sudah tentu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, konsumen akan merasa kecewa bila produk yang mereka terima memiliki kualitas yang buruk. Kualitas produk sendiri memiliki beberapa dimensi yaitu *performance* (kinerja); *durability* (daya tahan); *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi); *features* (fitur); *reliability* (reliabilitas);

² Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), Hlm. 82

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Edinburgh: Pearson Education, 2016), Hlm. 33

aesthetics (estetika); dan *perceived quality* (kesan kualitas).⁴

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penghasil produk maupun jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena tentu konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa ingin dilayani dengan baik dari berbagai segi seperti dari segi keandalan, kesadaran pegawai, perhatian, ketepatan, atau segi pelayanan yang lain. Kualitas pelayanan bisa dikatakan sebagai sebuah etika, dimana etika baik yang diterima oleh konsumen sudah tentu akan meninggalkan kepuasan bagi konsumen tersebut.

Harga menjadi salah satu faktor yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga bisa menjadi alat penilai kualitas dari sebuah produk atau jasa namun tidak secara mutlak, artinya bisa saja antara harga dengan kualitas produk tidak sesuai. Namun pada umumnya bila harga produk atau jasa relatif mahal, maka kemungkinan produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang baik, begitu juga sebaliknya bila harga produk atau jasa relatif murah maka kemungkinan produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang kurang baik. Kepuasan atas harga disini dikembalikan pada konsumen, ada tipe konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk atau jasa yang baik meskipun harga yang ditawarkan relatif mahal. Namun ada juga tipe konsumen yang lebih merasa puas dengan produk atau jasa yang harganya murah meskipun kualitasnya cenderung kurang baik, karena konsumen ini lebih

⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan...*, Hlm. 33-34

memperhatikan harga murah yang bisa mereka dapatkan daripada kualitas dari produk atau jasa.

Objek penelitian ini adalah sebuah UMKM bernama Dapoer Bronsu yang berlokasi di Jalan Raya Tulungagung-Blitar, desa Minggirsari, kec. Kanigoro, kab. Blitar. Dapoer Bronsu dipilih karena merupakan sebuah usaha yang resmi beroperasi mulai tahun 2019, sehingga usianya tergolong masih muda yaitu sekitar 3 tahun. Namun, dalam rentang usia 3 tahun ini Dapoer Bronsu telah memiliki tiga cabang, yang tentu ini merupakan upaya pelebaran sayap dan pertanda bahwa usaha ini sedang menuju ke arah yang lebih besar. Dapoer Bronsu juga giat mengikuti berbagai *event* di wilayah Blitar untuk memperkenalkan dan meng-*update* produk-produk mereka, seperti *event* Blitar Djadoel, dan pameran UMKM. Konsumen produk Dapoer Bronsu bukan hanya berasal dari dalam daerah Blitar saja, namun juga berasal dari berbagai daerah di luar Blitar dengan kuantitas pembelian produk dalam jumlah yang relatif besar untuk suguhan acara-acara mereka. Hal ini terlihat dari postingan di akun media sosial Instagram Dapoer Bronsu yang bernama @bronsugar_blitar. Dapoer Bronsu juga pernah mendapat kepercayaan dari pemerintah setempat untuk memberikan *workshop* seputar pemasaran kepada pelaku usaha lain di daerah tersebut. Hal ini menunjukkan eksistensi Dapoer Bronsu yang semakin dikenal luas, sehingga dianggap tepat untuk dijadikan objek penelitian.

Kepuasan konsumen sangat penting untuk dibahas dan menjadi perhatian karena berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan konsumen berguna untuk mengukur persepsi konsumen terhadap suatu produk, meningkatkan keunggulan dalam persaingan, dan juga menciptakan loyalitas konsumen.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena menggunakan metode analisis PLS SEM (*Partial Least Squares-Structural Equation Modelling*), yang mana pada penelitian-penelitian sebelumnya tidak menggunakan metode ini melainkan metode lain yaitu analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda yang tentu memberikan *output* berbeda.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu?

3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan atau serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk:

1. Menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu.
2. Menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu.
3. Menguji signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu.
4. Menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan atau serentak terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu ekonomi seputar kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi produsen yaitu Dapoer Bronsu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu. Sehingga, ini dapat memberikan evaluasi bagi produsen produk Dapoer Bronsu apakah telah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana sebenarnya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, berpengaruh terhadap kepuasan mereka sebagai konsumen.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam cakupan yang lebih luas lagi.
- d. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan ataupun referensi dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama, yaitu tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- e. Bagi lembaga pendidikan atau kampus, penelitian ini sebagai implementasi penerapan ilmu yang telah disampaikan selama proses perkuliahan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang mencakup kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari produk Dapoer Bronsu. Dimana kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga merupakan variabel independen atau variabel bebas (X), sedangkan kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu merupakan variabel dependen atau terikat (Y).

2. Keterbatasan Penelitian

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa ruang lingkup dari penelitian ini hanya sebatas pada pengujian pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk Dapoer Bronsu yang berlokasi di desa Minggirsari, kec. Kanigoro, kab. Blitar saja. Sehingga hasil dari penelitian ini nanti tidak mutlak menggambarkan atau mewakili bahwa indikator kepuasan konsumen dari produk maupun jasa apapun di luar produk Dapoer Bronsu selalu ditentukan oleh tiga hal yang menjadi variabel dalam penelitian ini.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas produk

Kualitas produk dapat juga diartikan sebagai keunggulan produk yang ditawarkan perusahaan berdasarkan kecocokan dengan selera

konsumen atau adanya kesesuaian dengan kebutuhan serta persyaratan konsumen.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

c. Harga

Harga merupakan jumlah (uang) yang dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan produk atau jasa. Harga ditetapkan oleh perusahaan dalam menawarkan produknya.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan wujud respon, reaksi, atau tanggapan emosional yang dirasakan oleh konsumen setelah mereka menikmati atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

2. Definisi Operasional

Secara operasional, penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Dapoer Bronsu yang berlokasi di desa Minggirsari, kec. Kanigoro, kab. Blitar.

H. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari: (a) Latar Belakang Masalah, (b) Identifikasi

Masalah. (c) Rumusan Masalah, (d) Tujuan Penelitian, (e) Manfaat Penelitian, (f) Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, (g) Penegasan Istilah, (h) Sistematika Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Terdiri dari: (a) Teori yang membahas kualitas produk, (b) Teori yang membahas kualitas pelayanan, (c) Teori yang membahas harga, (d) Teori yang membahas kepuasan konsumen, (e) Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, (f) Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, (g) Hubungan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, (h) Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Konsumen, (i) Kajian Penelitian Terdahulu, (j) Kerangka Konseptual, (k) Hipotesis Penelitian, (l) Mapping Variabel, Indikator, dan Teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari: (a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (b) Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian, (c) Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran, (d) Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, (e) Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Terdiri dari: (a) Hasil Penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), (b) Temuan Penelitian.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

BAB VI PENUTUP

Terdiri dari: (a) Kesimpulan, dan (b) Saran.