

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di persaingan bisnis yang semakin ketat manusia didorong untuk semakin berinovatif dan kreatif untuk menerapkan usaha. Persaingan yang makin hebat dan kuat membuat seseorang lebih teliti dalam memanfaatkan peluang usaha demi mendapatkan keuntungan yang optimal. Sebagai cara yang dilakukan adalah distribusi produk untuk mengoptimalkan pemasaran produk dan penjualan produk dengan lebih cepat tepat dan sesuai target yang diharapkan oleh organisasi atau perusahaan tersebut. Selain itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Sebagaimana kita ketahui di era yang semakin maju banyak persaingan semakin ketat dalam bisnis apapun.

Penting bagi penulis untuk meneliti terkait mengenai kualitas product sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap PT. Tri Sakti Purwoasri, Kabupaten Lampung yang makmur di Indonesia. Produk Mama Suka PT. Tri Sakti Grup sudah mulai dikenal oleh pelanggan meskipun begitu banyak pembeli lebih memilih produk Penyedap masakan lainnya daripada produk Mama Suka buatan PT. Tri Sakti Grup Indonesia.

Kualitas produk “merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen” Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016: 2). Jika hal ini dapat diterapkan oleh perusahaan, maka perusahaan dapat terus memuaskan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen.

Korelasi bolak balik dengan konsumen akan memberi mereka kesempatan untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta persepsi konsumen. Dengan demikian, perusahaan manufaktur dapat melakukan pekerjaan yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman yang tidak menyenangkan bagi konsumen dalam konsumsi.

Sedangkan menurut Rofi'i, N. A. (2019: 17) Kualitas produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan”. Keloay, G., dkk (2019: 26-33) mengemukakan bahwa, “Produk merupakan hasil

dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya”.

Sama halnya oleh Saladin (2002:121), Produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”. Industri Mama Suka PT. Tri Sakti Grup adalah salah satu Industri Penyedap masakan yang terdapat di Propinsi Lampung. Berikut data penjualan per 31 Desember 2022 PT. Tri Sakti Grup dengan *quantity box*.

Tabel 1. Data penjualan per box Mama Suka PT. Tri Sakti Grup Lampung per 31 Desember 2022

No	Bulan	Penjualan	Satuan
1	Januari	154	Box
2	Februari	201	Box
3	Maret	204	Box
4	April	239	Box
5	Mei	245	Box
6	Juni	256	Box
7	Juli	293	Box
8	Agustus	270	Box
9	September	210	Box
10	Oktober	218	Box
11	November	257	Box
12	Desember	269	Box
	Jumlah satu tahun	2.816	Box
	Rata rata per bulan	235	Box
	Rata-rata per hari	9	Box

Sumber : PT. Trisakti Group Indonesia Lampung 2022.

Dapat di lihat dari data tabel 1. Bahwa penjualan Mama Suka PT. Trisakti Grup Indonesia Lampung di tahun 2022 yang berjumlah 2.816 Box dengan rata -rata penjualan setiap bulannya berjumlah 235 box dan rata -rata penjualan perharinya adalah 9 box.

Dari data tersebut dapat dilihat beberapa bulan mengalami kenaikan penjualan yang cukup baik yaitu mencapai 256 box pada bulan Juni dan pada bulan Juli dengan jumlah penjualan sebanyak 293 box. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, prioritas terpenting untuk sebuah PT adalah

kepuasan pelanggan. Jika suatu PT ingin mengembangkan perusahaannya, maka setiap perusahaan dapat memberikan rasa aman dan berkualitas kepada pelanggannya, karena hal tersebut merupakan bentuk yang menentukan keberhasilan perusahaan. Jika suatu perusahaan berhasil memberikan rasa aman dan berkualitas kepada konsumen, maka akan menghasilkan kepuasan baik bagi konsumen maupun perusahaan.

Hal ini juga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk memastikan konsumen puas terhadap produk dan dapat melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut, Cahyono, E. (2018: 61-75). Jika suatu perusahaan berhasil memberikan rasa aman dan berkualitas kepada konsumen, maka akan menghasilkan kepuasan baik bagi konsumen maupun perusahaan.

Sehingga industri Mama Suka dapat berkembang lebih jauh dan menjadi lebih baik. Produk yang dihasilkan produsen bernilai karena nilai yang dirasakan konsumen, karena nilai yang terkandung dalam produk akan memberikan kepuasan psikologis konsumen saat menggunakan produk tersebut. Nilai ini bisa didapat dari deskripsi produk atau merek, tanggal, reputasi produsen, dan sebagainya. Musfar, T. F., & SE, M. (2020 : 1-5).

Produk Mama Suka memiliki citra yang baik di kalangan konsumen Penyedap masakan di Propinsi Lampung. Selain itu harga merupakan nilai yang harus dibayar oleh konsumen guna mendapatkan suatu produk yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Untuk itu harga juga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pasaran suatu produk dan jasa.

Banyak pendapat para ahli mengenai harga seperti di ungkapkan oleh Saragih, N., & Azhari, M. T. (2022 : 2548-2564) harga

Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.

Yazid, I., & Hidayat, W. (2020 : 305 - 314) berpendapat pengertian harga adalah "sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa".

Harga biasanya jumlah yang harus dibayar konsumen untuk membeli barang atau jasa yang mereka inginkan. Harga adalah nilai atau uang yang ditawarkan pelanggan sebagai imbalan atas produk tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sederhananya, harga adalah ukuran nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan yang membeli suatu produk.

Harga berfungsi sebagai mekanisme ekonomi dimana barang dapat dialokasikan di antara pelanggan di pasar. Ini juga berfungsi sebagai indikator sejauh mana penawaran diminta dan sejauh mana tawaran itu diberikan atau diajukan. Harga suatu produk adalah nilai total produk, ditambah nilai semua bahan baku dan jasa yang digunakan untuk membuat produk tertentu. Harga layanan memperhitungkan semua faktor yang terlibat dalam penyediaan layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan pembeli dalam memutuskan pembelian produk dari perusahaan tersebut, merekomendasikan teman dan orang disekitarnya. Meskipun produk Mama Suka terkenal dengan kualitasnya yang baik, produk Mama Suka beberapa kali gagal produksi dan penjualan turun sehingga banyak konsumen yang tidak puas dan membeli produk rasa lainnya.

Dari uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan riset tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Mama Suka produksi PT. Tri Sakti Purwoasri Makmur- Indonesia Propinsi Lampung dengan judul penelitian **“Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tri Sakti Grup Lampung Indonesia”**.

B. Identifikasi Masalah

Melihat latarbelakang penelitian yang penulis uraikan sehingga dapat diidentifikasi masalah berikut ini:

1. Perusahaan mengalami penurunan dalam penjualannya.
2. Kualitas produk sehingga para konsumen banyak dihadapkan produk sejenis dengan penawaran kualitasnya
3. Harga yang diinginkan konsumen cenderung mahal untuk bersaing dengan Perusahaan yang lain.

C. Perumusan Masalah

Dari latarbelakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Diduga kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah kualitas produk mempunyai peran dengan kepuasan konsumen.
2. Apakah harga memiliki peran dengan kepuasan konsumen.
3. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan informasi dan penjelasan mengenai pengaruh kualitas dan harga produk dengan kepuasan konsumen.
- b. Menjadi bahan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak tertentu untuk melakukan penelitian ini sebagai acuan untuk dalam riset selanjutnya mengenai hal yang sama dengan aspek yang lain ini.

2. Manfaat Praktis

Informasi yang diperoleh juga dapat diterapkan saat menentukan pendekatan organisasi untuk meningkatkan kualitas produk. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menambah pemahaman peneliti tentang praktik ilmiah berbasis realitas di lapangan.

F. Sistematikan Penulisan

Sistematikan pembahasan dalam skripsi ini, disajikan dalam 5 (lima) elemen, dan setiap elemennya terdapat sub bab. Maka sistematikan pembahasan skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan tentang latar belakang Penelitian, identifikasi masalah dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa teori-teori yang akan diteliti, memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang terkait, model penelitian dan merupakan penjabaran dari kerangka teoritis yang terdapat pada usulan penelitian dan memuat materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari

berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas sebuah topik permasalahan yang dikumpulkan.

BAB III METODE RISET

Bab ini memaparkan jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, serta metode penelitian, termasuk operasionalisasi variabel dan sampel, teknik pengumpulan data baik untuk penelitian lapangan maupun penelitian kepustakaan, serta alat analisis, baik kualitatif maupun kuantitatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil analisis yang didasari oleh penelitian terdahulu dan angket kuesioner serta olahan data yang menunjang sehingga memberikan hasil perhitungan kuantitatif atau angka.

BAB V PENUTUP

Memberikan hasil simpulan dari olahan data yang berdampak pada suatu keputusan dan memberikan saran serta sumbangsih pemikiran dari penulis maupun non akademik.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN