

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini persaingan dunia industri setiap tahun semakin ketat, hal ini mendorong antusiasme para pelaku industri pengolahan baik di industri besar, industri sedang, industri kecil maupun industri rumah tangga. Semakin banyak produsen industri rumah tangga yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap industri rumah tangga harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Perkembangan bidang industri khususnya industri rumah tangga dapat dilihat dari semakin maraknya usaha home industri dikalangan masyarakat, usaha home industri itu sendiri berupa usaha konveksi maupun pengolahan makanan. Salah satu home industri yang bergerak dibidang pengolahan makanan adalah pembuatan bakso.

Bakso merupakan salah satu makanan yang bahan utamanya adalah daging, baik daging ayam, sapi, maupun daging ikan, kemudian dicampur dengan tepung dan berbagai rempah-rempah. Pada umumnya bakso berbentuk bulat yang disajikan dengan kuah dan mie sebagai pelengkap. Permintaan terhadap bakso yang semakin meningkat dari tahun ke tahun menyebabkan banyaknya para pengusaha home industri yang memproduksi bakso. Hal ini tentu saja menyebabkan persaingan bisnis produk bakso juga meningkat (Marcella, 2016).

Persaingan dalam bisnis bakso yang terus meningkat dari tahun ke tahun menuntut para pengusaha home industri bakso untuk melakukan pengelolaan usaha yang baik sehingga dapat memenangkan persaingan. Dalam hal pengelolaan atau manajemen usaha dan memenangkan persaingan maka hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan dan loyalitas konsumen, sebab konsumen merupakan orang yang merasakan langsung produk-produk yang dijual perusahaan. Konsumen yang puas terhadap produk yang dijual oleh perusahaan, maka akan membuka peluang besar terhadap loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen merupakan Syolehah, Azizah dan Kusumastuti (2019) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen merupakan bentuk kesetiaan pada konsumen untuk tetap membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan walaupun banyak pesaing yang menawarkan produk yang sama dengan

berbagai cara. Loyalitas konsumen tidak hadir begitu saja, akan tetapi loyalitas dapat terbentuk karena adanya kepuasan dari konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan rasa puas yang dirasakan oleh konsumen setelah konsumen memakai produk. Rasa puas ini terwujud karena produk yang dibeli oleh konsumen sesuai harapan ataupun bahkan melebihi harapan dari konsumen tersebut. Menurut Hastuti, Sasmita, dan Sari (2022) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Setelah konsumen merasakan kepuasan terhadap produk maka akan timbul suatu loyalitas untuk membeli kembali produk yang ditawarkan.

Loyalitas dan kepuasan konsumen akan tercipta karena hal-hal berikut seperti kualitas produk, harga, image, dan sebagainya (Tjiptono, 2014:18). Kualitas produk merupakan mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pendapat tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk berhubungan mutu yang diharapkan dari sebuah produk dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Idealnya konsumen yang puas terhadap suatu produk karena produk memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk yang baik atau bermutu tinggi dapat dilihat dari fisik produk, manfaat produk, dan bagaimana produk itu sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Jika produk berkualitas baik maka kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dapat terbentuk, sebaliknya apabila perusahaan menawarkan produk yang kurang berkualitas maka konsumen tidak akan puas, dan tidak akan membeli kembali produk tersebut.

Selain kualitas produk, faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah tingkat harga. Sebagaimana diketahui bahwa dalam melakukan pembelian, konsumen juga memperhatikan harga. Menurut Rifa'i (2017) bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas sejumlah produk yang dibeli oleh konsumen sehingga diperoleh dari manfaat dari barang yang dibeli. Pendapat tersebut menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang, yang berarti banyak atau sedikitnya harga yang dikenakan akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Idealnya konsumen menginginkan keterjangkauan harga ataupun harga yang murah. Semakin murah atau terjangkau dari suatu produk maka loyalitas konsumen akan terbentuk dengan sendirinya. Dan sebaliknya, apabila harga terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas produk serta manfaat produk tersebut maka loyalitas juga akan menurun.

Terbentuknya loyalitas pada sebuah produk berlaku untuk produk apapun, baik itu produk atau benda yang merupakan kebutuhan pokok ataupun kebutuhan lainnya. Hal ini tentunya juga berlaku pada produk berupa olahan bakso. Untuk memenangkan persaingan bisnis dan mendapatkan loyalitas konsumen maka pengusaha bakso juga harus memperhatikan kualitas bakso dan harga yang ditawarkan. Hal ini karena, sekarang ini banyak para pengusaha yang menjual bakso, namun setiap bakso yang diproduksi memiliki kualitas yang berbeda-beda.

Kota Metro merupakan salah satu daerah yang cukup maju dengan banyak berdiri UMKM, tidak terkecuali bakso. Home Industri pengolahan bakso ataupun menjual bakso di Kota Metro cukup banyak sehingga mempertinggi persaingan usaha. Dalam hal ini, setiap usaha memiliki jumlah konsumen yang berbeda-beda. Konsumen yang loyal dapat ditandai dengan pembelian kembali bakso yang ditawarkan oleh penjual dan bahkan merekomendasikan bakso tersebut pada keluarganya atau pada temannya.

Salah satu home industri bakso yang ada di Kota Metro terutama di Jalan Sutan Syahrir Gang Villa 24b, Tejoagung, Metro Timur, Kota Metro adalah Bakso Kembar. Home Industri Bakso Kembar ini sudah berdiri lebih dari 10 tahun sehingga memiliki banyak konsumen yang membeli bakso. Banyaknya konsumen yang ada di Bakso Kembar karena memiliki kepercayaan dan loyalitas pada bakso yang ditawarkan. Berikut merupakan data konsumen yang ada di Bakso Kembar periode Januari-November 2022.

Tabel 1. Jumlah Konsumen di Bakso Kembar Tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah Pembeli (Orang)
1	2018	4570
2	2019	6580
3	2020	3460
4	2021	3575
5	2022	5650
Jumlah		23835
Rata-rata		4767

Sumber: Data diolah dari Penelitian 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah konsumen di Home Industri Bakso Kembar pada tahun 2018-2022 sebanyak 23835 konsumen dengan rata-rata tiap tahunnya adalah 4767 orang. Jumlah konsumen mengalami kenaikan pada tahun 2018-2019, akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2020-2021. Kemudian naik kembali pada tahun 2022. Hal ini dapat disebabkan karena adanya bentuk loyalitas konsumen. Konsumen baru yang tidak loyal biasanya tidak akan membeli kembali bakso yang ditawarkan oleh pengusaha, akan tetapi konsumen yang loyal akan membeli kembali. Konsumen yang tidak loyal akan mengakibatkan penurunan jumlah konsumen dengan anggapan bahwa pelanggan lain tetap. Banyak atau sedikitnya konsumen dapat terjadi karena adanya persaingan harga. Konsumen pada umumnya akan membeli bakso dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Bakso kembar menyediakan berbagai jenis/ukuran harga bakso dengan harga yang terjangkau, berikut adalah data daftar jenis/ukuran dan harga Home Industri Bakso Kembar.

Tabel 2. Data Ukuran dan Harga Bakso Kembar Kota Metro Tahun 2018-2022

Ukuran	Harga				
	2018	2019	2020	2021	2022
Bakso Ayam Sapi 175 gr	7000	7000	7000	8000	10.000
Bakso Ayam Sapi 500 gr	30.000	30.000	35.000	35.000	32.000
Bakso Ayam Sapi 1 kg	65000	70000	80000	80000	70.000
Bakso Ayam 500 gr	25000	25000	35000	35000	30.000
Bakso Ayam 1 kg	60000	60000	70000	70000	70.000
Bakso Sapi Murni 500 gr	55000	55000	60000	60000	60.000
Bakso Sapi kelas II (500gr)	45000	45000	50000	55000	50.000
Bakso Sapi kelas II (1kg)	90000	90000	100000	105000	100.000

Sumber: Pemilik Home industri Bakso Kembar, 2022

Berdasarkan tabel 2, dapat dijelaskan bahwa Usaha Bakso Kembar memiliki beragam produk bakso dengan harga yang berbeda-beda mulai dari 10.000 hingga 100.000. Harga yang beragam ini tergantung dari kualitas bakso dan bahan yang digunakan. Untuk bakso ayam paling murah dihargai 10.00 dan paling mahal 70.000 untuk bakso dengan berat 1 kg. Bakso ayam dicampur dengan daging sapi dijual dengan harga 32.000 per 500 gram, kemudian untuk

produk bakso dengan harga jual paling tinggi adalah 100.000 untuk bakso sapi kelas II dengan berat 1 kg.

Harga daging bakso yang bervariasi menjadi pilihan atau alternatif bagi konsumen dalam membeli produk bakso. Harga yang bervariasi juga memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memilih produk bakso sesuai selera dan sesuai dengan kondisi finansial masing-masing konsumen. Besar kecilnya harga yang ditawarkan oleh pemilik usaha menyebabkan hasil penjualan bakso bervariasi dan fluktuatif di setiap bulannya. Berikut adalah perkembangan penjualan Bakso kembar dari bulan Januari sampai bulan November.

Tabel 3. Data Omset Penjualan Bakso Kembar Kota Metro Tahun 2018-2022

No	Tahun	Penjualan
1	2018	463.520.550
2	2019	563.821.100
3	2020	416.820.600
4	2021	398.970.600
5	2022	461.970.500
6	Jumlah	2.305.103.350
7	Rata-rata	461.020.670

Sumber: Pemilik Home Industri Bakso Kembar, 2023

Dari data tabel 3 dapat dilihat perkembangan omset penjualan bakso kembar bahwa dalam beberapa bulan terakhir ini mengalami (*fluktuatif*) naik turun pada setiap bulannya, seperti yang terjadi pada bulan Januari hingga Maret penjualan bakso mengalami penurunan dari 43.550.000 menjadi 38.100.000 pada bulan Maret. Kemudian pada bulan April-Mei mengalami peningkatan mencapai 46.750.000, kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan Juli menjadi 44.250.000. Jumlah penjualan yang mengalami fluktuatif disebabkan karena munculnya para pesaing dengan kualitas yang tinggi dan harga jual yang relatif murah sehingga kurangnya kepuasan konsumen yang berpengaruh pada loyalitas konsumen sehingga pelanggan atau konsumen rentan tertarik dengan produk pesaing yang berkualitas tinggi.

Permasalahan yang ada pada bakso kembar di Kota Metro adalah jumlah konsumen yang fluktuatif menunjukkan loyalitas konsumen yang masih kurang. Pada dasarnya, konsumen menginginkan bakso dengan harga yang murah dengan kualitas yang sama. Harga yang ditawarkan bakso kembar cenderung sama dengan bakso lainnya dan terkadang lebih mahal karena disesuaikan dengan kualitas daging dan bakso yang dihasilkan.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen serta kepuasan konsumen dilakukan oleh Bali (2022) yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan harga berdasarkan persamaan struktural pertama kepuasan konsumen baik secara gabungan maupun secara langsung dan pengaruh harga dan kepuasan konsumen baik secara langsung maupun secara gabungan pada struktural kedua secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen. Dalam hal ini maka perusahaan harus mampu memberikan kualitas dan harga produk yang baik untuk menciptakan perasaan puas konsumen terhadap suatu produk karena kepuasan terhadap kualitas dan harga akan membuat konsumen bersifat loyal.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penelitian ini tertarik melakukan penelitian dengan judul: “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada konsumen home industri bakso kembar)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen di Bakso Kembar mengalami fluktuatif sehingga mengindikasikan kurangnya loyalitas konsumen.
- b. Kualitas bakso yang belum baik menimbulkan penurunan loyalitas konsumen.
- c. Harga yang cenderung mahal menurunkan jumlah pembeli.
- d. Tingkat kepuasan konsumen yang belum optimal menyebabkan menurunnya loyalitas konsumen.
- e. Penelitian terkait dengan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Bakso Kembar belum pernah diteliti peneliti lainnya
- f. Setiap penelitian terkait kualitas produk dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen memiliki hasil yang tidak sama.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan bahwa rumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk (ξ_1) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan kosumen (η_1) ?
2. Apakah harga jual (ξ_2) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen (η_1) ?
3. Apakah kualitas produk (ξ_1) berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen (η_2)?
4. Apakah harga jual (ξ_2) berpengaruh secara langsung terhdap loyalitas konsumen (η_2)?
5. Apakah kepuasan konsumen (η_1) berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen (η_2)?

D. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang penelitian dan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada home industri bakso kembar.
- b. Untuk mengetahui apakah harga jual berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada home industri bakso kembar.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada home industri bakso kembar.
- d. Untuk mengetahui apakah harga jual berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada home industri bakso kembar.
- e. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen pada home industri bakso kembar.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Home Industri Bakso Kembar Kota Metro
Diharapkan dapat menjadi informasi tambahan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan dasar pertimbangan dalam kebijakan

peningkatan kepuasan konsumen guna peningkatan penjualan dan pendapatan perusahaan . Menjadi sumber informasi dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas produk dalam memenuhi harapan konsumen sehingga tercapai kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat lebih memahami tentang pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen dan memperdalam pengetahuan yang didapat semasa perkuliahan Universitas Muhammadiyah Metro.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi-informasi tambahan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait judul penelitian ini.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menentukan masalah yang diteliti, maka perlu dibatasi dalam ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini berada di Home Industri Bakso Kembar Kota Metro yang beralamatkan Di Gang Villa, Jl. Sutan Syahrir 24b, Tejoagung, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34123, kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Sehingga dalam pengambilan datanya tidak membuat perlakuan khusus, tetapi peneliti melakukan pengumpulan data tentang pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Penulis memilih lokasi tersebut karena untuk memudahkan penulis dalam menyebarkan angket atau kuesioner kepada konsumen home industri bakso kembar. Sikap antusias dan kesediaan konsumen home industri bakso kembar dapat membantu penulis mendapatkan sumber informasi data yang akurat sehingga mendukung penelitian berjalan dengan lancar.

G. Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan

Yang berisikan tentang Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penelitian

2. Bab II Kajian Literatur

Yang berisikan tentang deskripsi teori hasil penelitian relevan, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Yang berisikan tentang Jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, analisis data, Pengujian Hipotesis Analisis jalur atau Path Analysis dan Hipotesis Statistik

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini dijabarkan mengenai hasil pengumpulan data dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN