

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional. UMKM adalah penopang perekonomian suatu negara dalam menghadapi berbagai krisis. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami kebangkrutan, akan tetapi sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis tersebut (Kemenkeu, 2015).

UMKM juga memiliki peran yang besar terhadap daya serap tenaga kerja serta berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Dari sudut pandang Produk Domestik Bruto (PDB), sumbangan UMKM juga menjanjikan. Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat, pada tahun 2013 adalah sebesar Rp 5.440.007,9 milyar. Pada waktu yang sama penyerapan tenaga kerja adalah sebesar 114.144.082 orang (Depkop, 2013).

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa UMKM memiliki manfaat positif terhadap perekonomian Nasional. Hal ini juga tidak terlepas dari peranan pemerintah. Pada tahun 2016 Presiden RI, Joko Widodo menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan yang tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global. "Pemerintah sadar betapa pentingnya pengembangan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah". Maka diperkirakan dari tahun 2014 sampai 2016 jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit dan pada tahun 2017 jumlah

UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit (Depkop, 2017).

Lampung merupakan salah satu provinsi yang UMKM nya menunjukkan perkembangan pesat. Hal ini bisa dilihat dari jumlah perusahaan kecil lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan menengah dan besar. Jumlah perusahaan menengah dan besar yang bertahan di Lampung hanya 0,74 % dari jumlah seluruh perusahaan di Lampung, sementara jumlah Usaha Kecil Menengah mencapai 99,26% (Badan Pusat Statistik, 2018).

UMKM di Lampung mengalami perkembangan yang cukup fluktuatif. Hal ini tergambar dari jumlah usaha mikro yang mengalami peningkatan pada tahun 2017 dan usaha kecil mengalami penurunan pada tahun 2017 dan tahun 2018. Berikut merupakan tabel jumlah industri mikro dan kecil di Lampung.

Tabel 1 Jumlah Usaha Mikro dan Kecil, Menengah Provinsi Lampung Tahun 2015-2019

Jenis Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
Mikro	48.320	52.650	57.897	71.413	63.309
Makro	7.450	7.665	8.007	5.107	4.288

Sumber: Badan Pusat Statistik (diolah) (2020)

Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat saat ini adalah UMKM yang bergerak disektor makanan. Sektor industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 31,20% terhadap produk domestik bruto (PDB) (Republika, 2019).

Salah satu usaha atau perusahaan dagang yaitu Pabrik Tahu di Kota Metro. Perusahaan ini menghasilkan produk seperti tahu putih dan tahu goreng. Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut dalam mengembangkan

usahanya tidak terlepas dari adanya pelanggan sebagai faktor utama berkembangnya bisnis. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam bisnis tersebut. Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas produk yaitu pelanggan merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh Pabrik Tahu 16c dan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Harga produk pada perusahaan yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas yang diperoleh dan kemudahan prosedur pembelian juga cukup mudah. Dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari kualitas produk, struktur harga, kenyamanan prosedur, dukungan konsumen.

Berdasarkan wawancara sementara yang dilakukan kepada beberapa pelanggan bahwa kepuasan pelanggan pada Pabrik Tahu 16c masih belum maksimal, hal ini dapat dilihat pada dimensi kualitas produk, bahwa masih ada beberapa pelanggan yang belum puas terhadap kualitas yang ditawarkan perusahaan. Hal ini mencakup dari beberapa produk yang tidak sesuai dengan standar seperti ukuran tahu yang tidak biasanya dan daya tahan tahu. Kemudian hal ini dapat dilihat pada dimensi kenyamanan prosedur, sebagian pelanggan masih merasa belum puas dikarenakan kurang nyamannya kondisi pabrik. Salah satu hal yang sangat menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dikatakan kualitas produk bagus jika konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk tersebut. Dimensi kualitas produk terdiri dari kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika.

**Tabel 2 Data Penjualan Tahu Dari Dua Produsen Tahu Di Kota Metro
(Dalam Satuan Box)**

UMKM	2015	2016	2017	2018	2019
Pabrik Tahu 16c	10.850	11.200	9.897	9.413	8.309
Pabrik Tahu 21c	9.800	10.200	9.407	9.000	7.588

Sumber: Data Penjualan Tahu dari Dua produsen Tahu di Kota Metro (2020).

Dilihat dari data pada tabel 2 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 Pabrik Tahu 16c mengalami penurunan. Dari dua produsen tahu tersebut, Pabrik Tahu 16c merupakan salah satu produsen yang sangat banyak diminati. Pabrik Tahu 16c juga memasok produksi tahu yang akan dijual di tempat pembuatan Tahu lainnya di Kota Metro.

**Tabel 3 Data Perkembangan Harga Jual Produsen Tahu di Kota Metro
(Dalam Satuan Box)**

UMKM	2015	2016	2017	2018	2019
Pabrik Tahu 16c	140.000	145.000	150.000	155.000	160.000
Pabrik Tahu 21c	140.000	150.000	160.000	170.000	175.000

Sumber: Data Perkembangan Harga Jual Tahu dari Dua produsen Tahu di Kota Metro (2020).

Dilihat dari data tabel perkembangan harga diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan kenaikan yang terjadi pada harga tahu pabrik 16c tidak setinggi pabrik tahu 21c. Sebesar Rp 5.000 kenaikan yang dilakukan oleh produsen tahu 16c untuk satu peti tahu dengan jumlah 100 buah dalam satu box.

Berdasarkan wawancara penulis kepada pemilik perusahaan dari dimensi di atas, masalah yang sering dihadapi Pabrik Tahu 16c terdapat pada

dimensi kesesuaian dengan spesifikasi. Dimana keinginan pelanggan terhadap bentuk tahu dan harga dari produk tahu tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan. Hal tersebut dapat membuat pelanggan untuk lebih teliti dalam membeli produk tahu yang diinginkan. Selain masalah yang dihadapi ada juga dimensi yang bernilai positif yaitu kehandalan, dimana kehandalan yang diberikan memiliki manfaat produk untuk kesehatan pelanggan. Selain kualitas produk, harga merupakan komponen penting atas suatu produk yang menjadi kepuasan pelanggan. Dimensi harga terdiri dari keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran. Ketetapan harga akan selalu dihubungkan dengan keterjangkauan harga sesuai dengan kemampuan pelanggan. Harga yang ditawarkan pada produk di Pabrik Tahu 16c sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan seperti tahu putih Rp.180/biji, dan tahu goreng Rp.250/biji. Potongan harga yang diberikan belum maksimal, hal ini dikarenakan pelanggan tidak membeli dengan kapasitas/jumlah yang banyak dan cara pembayaran secara tunai.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen (studi pada pabrik tahu 16c di Kota Metro).**"

B. Perumusan Masalah

Dari hal-hal tersebut diatas maka perumusan masalahnya adalah

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16c?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16c?

- c. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16c?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16C.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16C.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu di 16C.

D. Kegunaan Penelitian

1) Bagi Peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

2) Bagi Akademis

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3) Bagi Perusahaan (Pengusaha)

Penelitian ini berguna bagi pemilik pabrik untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan menjadi bahan pertimbangan dalam hal perumusan kepuasan pelanggan.

E. Asumsi Penelitian

Berdasarkan hasil pra *survey* yang penulis lakukan di Pabrik Tahu 16c, penulis menemukan beberapa masalah yang perlu untuk dilakukan diidentifikasi yaitu:

- a. Bahwa masih ada beberapa pelanggan yang belum puas terhadap kualitas yang ditawarkan perusahaan. Hal ini mencakup dari beberapa produk yang tidak sesuai dengan standar.
- b. Pelanggan masih merasa belum puas dikarenakan Harga Produk yang relatif berubah-ubah.
- c. Keinginan pelanggan terhadap bentuk dan harga dari produk tahu tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang akan diselidiki.

Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pabrik tahu 16c di kota metro.