

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang. Dengan adanya kemajuan dan perubahan pola pikir masyarakat tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangi dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk. Hal ini tentu membuat para konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan atau memilih produk yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha (Adi, 2012)

Industri merupakan bidang mata pencaharian yang menggunakan keterampilan dan ketekunan kerja (bahasa Inggris: industrious) dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil-hasil bumi dan distribusinya sebagai dasarnya. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu pertanian, perkebunan dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah. Industri juga merupakan kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Menurut UU No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Sektor industri sangat berperan penting dalam pembangunan nasional. Kontribusi sektor industri terhadap pembangunan nasional dari tahun ke tahun menunjukkan kontribusi yang signifikan. Seperti halnya pada industri pertanian, industri pengolahan dll yang dianggap dominan yang mampu memberikan sumbangan

atau kontribusi tinggi dalam pembentukan GNP. Contoh saat industry di Indonesia yang besar dan sedang dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2016

TABEL 1.1
PERTUMBUHAN INDEKS PRODUKSI
TAHUN 2010-2016

No	Tahun	Indeks produksi industri
1	2010	1,43 %
2	2011	4,10 %
3	2012	4,12 %
4	2013	6,01 %
5	2014	4,76 %
6	2015	4,76 %
7	2016	4,00 %

Sumber: Pertumbuhan indeks produksi Indonesia

Dari tabel 1.1 indeks produksi di Indonesia dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2016 tidak selalu mengalami kenaikan akan tetapi terjadi juga penurunan. Pada tahun 2010 kontribusi industry sangat sedikit, tetapi pada tahun 2011 dan 2012 mengalami kenaikan yang sedang, pada tahun 2013 kontribusi mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu 6,01 %. Akan tetapi pada tahun 2014 sampai 2016 mengalami penurunan yang cukup signifikan (*sumber: <http://bps.go.id>*)

Saat ini industri makanan mulai menjanjikan sebagai bisnis yang memiliki omset penjualan dan penghasilan lebih yang bisa dikatakan sangat menguntungkan. Karena permintaan pasar yang semakin meningkat akan makanan ringan. Diera modern seperti saat ini kebutuhan akan makanan ringan seperti pia basah sangat tinggi mengingat manfaat yang didapat, selain itu manfaat lainnya disamping praktis, sederhana dan bisa dinikmati kapan saja dalam segala aktifitas. Selain kualitas yang sangat diutamakan harga yang lumayan terjangkau menjadikan pia basah ini laris dan banyak diminati oleh konsumen. Pia basah ini adalah salah satu perusahaan pia yang ada dikecamatan jenggawah. Pia basah

merupakan salah satu jenis pia basah yang cukup populer dan banyak disukai dimasyarakat. Pia basah “DC” memang memiliki cita rasa yang manis legit dengan tekstur kue yang lebih empuk sehingga membuat banyak yang suka. Pia basah juga sudah banyak diujakan diberbagai tempat dan dalam mengolah pia basah ini juga sangat mudah dan bahanpun juga mudah didapat. Sebab pia basah satu ini cukup banyak digandrungi dan diburu masyarakat. Sebagai produsen harus menyadari bahwa seiring dengan perkembangan industri makanan yang semakin ketat produsen harus bersaing langsung dengan para competitor..
(sumber:[http:// industry.html](http://industry.html))

Di kota jember sendiri banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis makanan dan semua bersaing demi merebut kepercayaan konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah yang terbaik. Peluang bisnis pia basah ini cukup mendatangkan keuntungan yang cukup besar.

TABEL 1.2
PERSAINGAN BISNIS PIA DI KABUPATEN JEMBER

NO	JENIS PIA
1.	PIA TAPE “KHARISMA”
2.	PIA “HENY”
3.	PIA “LAVINA”

Sumber: Data yang diolah 2016

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa ada 3 perusahaan pia yang menawarkan berbagai jenis pia dan bermacam-macam jenis pia yang ditawarkan dengan kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk, dan juga banyak varian rasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan kepada konsumen dengan tujuan untuk menarik konsumen agar konsumen tidak bosan dengan rasa yang diberikan.

TABEL 1.3
**DATA PENJUALAN PIA BASAH “DC” KECEMATAN JENGGAWAH-
 JEMBER TAHUN 2016**

Bulan	Target	Total penjualan	keterangan
Januari	1.000.000	Rp 1.120.000	+
Februari	1.000.000	Rp 1.008.000	+
Maret	1.000.000	Rp 1.135.000	+
April	1.000.000	Rp 1.120.000	+
Mei	1.000.000	Rp 1.000.000	+
Juni	1.000.000	Rp 926.000	-
Juli	1.000.000	Rp 915.000	-
Agustus	1.000.000	Rp 1.138.000	+
September	1.000.000	Rp 1.125.000	+
Oktober	1.000.000	Rp 1.650.000	+
November	1.000.000	Rp 1.120.000	+
Desember	1.000.000	Rp 1.120.000	+

Sumber: pabrik pia basah “DC” dikecamatan jenggawah-jember

Dari data penjualan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa tingkat penjualan pia basah “DC” pada bulan Januari sampai bulan Desember 2016 memiliki rata-rata tingkat penjualan yang tidak sama, namun total penjualan setiap bulannya melebihi target penjualan yang sudah ditentukan kecuali pada bulan juni dan juli yang mengalami penurunan penjualan yaitu pada bulan juni sebesar 926.000 dan bulan juli sebesar 915.000.

Dengan persaingan bisnis saat ini dengan kondisi teknologi yang semakin maju, para konsumen berlomba-lomba untuk memasarkan barang yang diproduksi ke pasar. Dengan memanfaatkan teknologi yang baik pemasar dapat menjangkau konsumen hingga daerah terpencil. Prodosen dalam memasarkan barang harus mementingkan kualitas produk, harga dan juga kepercayaan yang akan dipasarkan kepada konsumen. Dengan memasarkan barangnya produsen harus mengetahui kebutuhan konsumen terhadap barang yang ditawarkan agar mampu memberikan tingkat kepuasan yang baik bagi konsumen.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek dari beberapa penelitian konsumen yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah keinginan konsumen yang sebenarnya. Menurut Kotler dan Keller (2008;139) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya perbandingan kinerja yang berorientasi pada produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai cara antara lain umpan balik pasar secara volunteer seperti komentar tertentu yang baik diminta, survei pelanggan, riset pasar, dan forum diskusi pemantauan *online*. Peningkatan kepuasan konsumen tergantung pada kinerja yang dilakukan / diterima dari produk atau jasa serta standar yang digunakan pelanggan (Assauri, 2012:12)

Konsumen umumnya tertuju pada harga dan kualitas terutama pada pentingnya fungsi yang mereka ingin capai. Mengingat bahwa produk pia basah adalah produk makanan, perusahaan harus menjamin kualitas produk tersebut agar konsumen puas saat mengkonsumsi produk pia basah tersebut. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan harga. Pada umumnya konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah karena harga merupakan salah satu pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan

Harga merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk. Persepsi tentang harga tidak mempengaruhi besar kecilnya daya beli konsumen akan suatu produk. Jika konsumen tersebut tercapai kepuasan yang diinginkan akan suatu manfaat produk. terutama pada produk makanan seperti pia

basah ini yang memiliki pesaing yang sangat banyak di daerah jember sehingga harus memberikan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitasnya. Dari penelitian yang dilakukan oleh Iriyanti dkk (2016) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain ditinjau dari harga, faktor kualitas produk juga merupakan hal yang paling penting yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dan kualitas produk juga menjadi faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Memuaskan konsumen merupakan tujuan untuk profitabilitas, karena konsumen yang tidak puas akan mudah pindah ke tempat lain dan membelanjakan barang tersebut di tempat yang lain Menurut Thamrin dan Francis (2010:45) kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Kepuasan ini dapat dirasakan oleh konsumen apabila kepercayaan terhadap barang yang dibeli maka konsumen akan merasa nyaman dan tidak akan mudah pergi apabila factor tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Apabila konsumen puas pada pembelian pertama akan membeli secara berulang-ulang pada perusahaan tersebut konsumen dapat diartikan sebagai konsumen yang loyal. Penelitian yang dilakukan oleh Setyarini (2015) menyatakan bahwa kualitas produk secara simultan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. kepuasan konsumen terhadap suatu barang yang dibeli dan memberikan arti penting dalam penggunaannya sehari-hari.

Dengan adanya kualitas yang baik tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu factor unsur penting dalam kepuasan konsumen, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Akbar dan Parwes, 2009;53). Jadi disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen terutama dalam membangun hubungan jangka panjang. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apsari (2015) berdasarkan hasil analisis penelitian tersebut diperoleh keterangan bahwa kepercayaan sangat berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen. sehingga kepercayaan memegang peranan sangat penting dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu yang akan datang.

Seiring dengan berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat pada umumnya akan mengambil keputusan yang praktis. Perilaku masyarakat modern yang dinamis menjadikan seorang pengusaha tanggap pada perubahan lingkungan yang ada untuk menjadikan usaha yang dijalankan berkembang. Masyarakat dengan rutinitas kegiatan diluar rumah terkadang tidak dapat memenuhi kebutuhan untuk mengaja kondisi tubuhnya dengan sarapan pagi. Dengan menyikapi kebutuhan masyarakat tersebut, maka bisnis makanan ringan merupakan bisnis yang menarik untuk dibahas

1.2 Rumusan Masalah

Sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Salah satunya adalah produsen yang memproduksi pia basah ini. Sebagai produsen tentu harus menganalisis factor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti halnya harga,kualitas produk dan kepercayaan. Agar mampu meningkatkan daya jual perusahaan.

Dari masalah penelitian tersebut,maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”

3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Pia Basah “DC”

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Kegunaan teoritis

Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi landasan dan sumber informasi bagi peneliti terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen.

- b. Kegunaan praktis

Penelitian ini di harapkan bisa menjadi bahan referensi serta pertimbangan bagi penelilitainnya dalam mengetahui apa saja mempengaruhi kepuasan konsumen, Serta di harapkan dapat bermanfaat, bagi pihak yang berkepenting