

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia saat ini perkembangan industri berjalan dan meningkat pesat, dampaknya muncul saingan-saingan yang ketat dimana-mana, karena dapat memicu para pengusaha berlomba-lomba dalam meningkatkan atau menjaga perusahaan supaya dapat bersaing dengan perusahaan lain. Penyebab ini muncul karena adanya perkembangan ekonomi seluruh dunia yang terus meningkat dari proses globalisasi persaingan perusahaan khususnya perusahaan pemasaran sampai sekarang masih dalam menghadapi perlawanan atau peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Di jaman sekarang saingan bisnis sangat ketat sekali, setiap perusahaan harus lebih inovatif dan kreatif dalam mengikuti perkembangannya zaman. Dalam sejarah Indonesia sudah masuk dalam perdagangan dunia khususnya di kota Batam.

Elemen yang penting dalam penyediaan produk yang berkualitas adalah titik penting dari suatu perusahaan dalam memberikan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. dan menurut Widyastuti, (2017: 233) Kepuasan konsumen adalah tahap penilaian seorang konsumen dalam suatu produk atau jasa. Maka setiap perusahaan berupaya untuk membuat strategi yang bagus untuk menarik perhatian konsumen sehingga mau membeli produknya. Konsumen yang sudah mendapatkan kepuasan yang diinginkan sangat memungkinkan sekali untuk menyebarkan atau memberitahukan kepada teman, saudara maupun orang lain dalam pengalaman

yang mereka miliki tentang produk atau layanan. Kepuasan konsumen dapat menghasilkan loyalitas kepada perusahaan jika perusahaan dapat memberikan layanan dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumennya.

Cita rasa adalah bagian penting dari suatu produk. Saat ini sudah banyak produk baru muncul sehingga konsumen lebih uka memilih produk dari pada membeli. Penyebab pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk adalah dengan memilih makanan yang harus dibedakan dalam hal rasa makanan dan manfaat yang di dapatkan oleh konsumen saat membeli produk tersebut, maka cita rasa dapat di jadikan sebagai kewajiban yang harus digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, karena jika cita rasa produk masih belum sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan membelinya. Jika rasa suda sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas dan akan membeli produk tersebut.

Sebelum memasarkan produk dari perusahaan, perusahaan harus dapat mengetahui apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen. Jika perusahaan mampu mengetahui kebutuhan konsumen, produk yang dipasarkan akan laris. Tidak hanya itu, perusahaan harus terus bekerja untuk meningkatkan kualitas produk yang lebih baik sehingga konsumen tetap melanjutkan menggunakan produk yang di berikan oleh prusahaan itu sendiri.

Kualitas produk adalah sala satu penyebab yang menentukan tingkat keberhasilan kualitas perusahaan, kemampuan perusahaan dalam memberikan produk yang berkualitas dan produk yang mereka gunakan memenuhi kualitas yang mereka harapkan maka konsumen akan merasa puas, Meskipun benar

adanya bahwa konsumen yang tidak merasa puas terhadap produk yang di berikan akan memiliki kecenderungan untuk menceritakan kekecewannya kepada konsumen lain, namun sebaliknya jika konsumen yang merasa puas terhadap produk yang di berikan akan mengumumkan kepuasannya kepada konsumen lain atau perusahaan yang telah menyenangkan mereka.

Agar dapat melakukan bisnis, pebisnis harus dapat memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan mereka, ini akan memiliki pengaruh besar pada pengembangan bisnis yang semakin kreatif dan inovasi yang terus melakukan promosi yang sering membuat konsumen tidak beralih dan Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana pelaku bisnis mengelola perusahaan dengan baik.

PT Gandum Mas Kencana atau lebih dikenal oleh konsumen dengan nama Colatta yang didistribusikan oleh PT Karya Sukses Permata yang berlokasi di Batam adalah perusahaan yang bergerak di industri makanan, tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan ini didirikan pada tahun 1985.

Colatta adalah produk bahan pembuatan roti dan kue untuk keperluan rumah tangga dengan kualitas produk yang baik kepada semua konsumennya. Selain bertujuan untuk bisnis dan mencari keuntungan, perusahaan ini juga berusaha membuat puas para tamu dan hal ini merupakan tujuan utama dari restoran ini. Dalam meningkatkan tingkat penjualan, perusahaan Colatta menciptakan berbagai macam variasi rasa untuk menyesuaikan keinginan konsumen.

Berikut adalah data variasi cita rasa produk Colatta sebagaimana terlihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Tingkatan Variasi Cita Rasa Produk

No	Nama Produk	Karakter selera	Level
1	Colatta Dark Couverture	Kakao	7
		Pahit	6
		Manis	3
		Krim	3
		Intensitas coklat	6
2	Colatta Dark Compound	Kakao	4,5
		Pahit	3,5
		Manis	3
		Krim	3
		Intensitas coklat	4
3	Colatta Pastry Dark	Kakao	4
		Pahit	3
		Manis	4
		Krim	3
		Intensitas coklat	3

Sumber : Katalog PT Gandum Mas Kencana, 2019.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terlihat bahwa PT Gandum Mas Kencana menciptakan berbagai variasi rasa agar bisa menyesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen Dan agar bisa bersaing dengan kompetitor lain dalam segi untuk memikat minat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti masalah ini dalam judul **"Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Colatta pada masyarakat di kota Batam"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka identifikasi penelitian adalah sebagai berikut :

1. Cita rasa produk colatta masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
2. Kemasan produk colatta yang masih kurang menarik perhatian konsumen.
3. Adanya persaingan produk yang berada di sekitar lokasi.
4. Kualitas produk yang di berikan kepada konsumen masih belum sesuai.
5. Kepuasan konsumen belum tercapai.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan di atas maka dapat di ketahui batasan masalah dalam penelitian hanya pada cita rasa, kualitas produk dan kepuasan konsumen colatta pada masyarakat di kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Sesuai dengan idetifikasi masalah, jadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah cita rasa mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Colatta pada masyarakat di kota Batam?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen kolatta pada masyarakat di kota Batam?
3. Apakah cita rasa dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen colatta pada masyarakat di kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada masyarakat di kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Colatta pada masyarakat di kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Colatta pada masyarakat di kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak berikut.

1. Bagi peneliti

Sebagai salah satu persyaratan kampus untuk menyelesaikan tugas skripsi program studi S1 di Universitas Putera Batam. Dan juga sebagai referensi bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi institusi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi salah satu referensi, khususnya di fakultas ekonomi sehingga dapat membantu dan dapat memberikan informasi baru.

3. Bagi PT Gandum Mas Kencana

Diharapkan dapat memberikan masukan yang relevan dan berguna bagi perusahaan terkait dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui rasa dan kualitas perusahaan yang meningkatkan kualitas laba perusahaan.

4. Bagi peneliti lanjutan

Dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam pengembangan penulisan dan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pemasaran makanan.