

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Suatu perusahaan biasanya didirikan baik itu perusahaan bergerak dalam bidang jasa ataupun barang sama-sama mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang lebih besar. Dalam memperoleh keuntungan dan perkembangan tersebut, perusahaan dapat melakukan kegiatan pemasaran yang merupakan suatu kegiatan yang sangat penting sebagai dorongan dalam meningkatkan angka penjualan sehingga tujuan perusahaan itu dapat tercapai.

Berkembangnya dunia usaha tahun ke tahun menyebabkan persaingan semakin ketat dan perubahan yang terus terjadi. Salah satu yang menjadi masalah pokok adanya kendala pemasaran adalah banyak munculnya pesaing baru, baik dalam bidang yang sama maupun tidak dan produk sejenis ataupun dari produk jenis lainnya. Hal tersebut menuntut perusahaan menciptakan keunggulan bersaing dalam mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dan bertahan lama. Dalam mengembangkan usaha tidak hanya banyaknya modal atau terampilnya tenaga kerja, tetapi juga harus dengan adanya niat dan usaha dari diri kita sendiri yang sungguh-sungguh. Suatu perusahaan juga harus dapat memberikan produk berupa jasa atau barang yang berkualitas serta mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atas penggunaan produk tersebut, dengan harapan dapat membawa dampak yang baik atau positif bagi perusahaan.

Beras merupakan makanan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian penduduk Indonesia, sehingga masalah konsumsi beras dan ketersediaannya akan tetap menjadi hal penting. Beras juga sangat penting dikarenakan jumlah produsen dan konsumen yang menunjukkan posisi beras sangat strategis sebagai penopang ketahanan pangan di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang hampir seluruhnya mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok menyebabkan tingginya total konsumsi beras tiap tahunnya.

Bagi negara seperti Indonesia dengan kebutuhan beras yang besar, jelas berisiko apabila hanya bergantung pada pasar impor. Mengingat pentingnya beras bagi masyarakat Indonesia, sejalan adanya upaya peningkatan produktivitas, beras yang dihasilkan seharusnya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu. Kebutuhan beras yang tinggi tersebut dapat disediakan dengan memproduksi sendiri dan mengimpor dari negara lain. Indonesia adalah salah satu negara pengimpor beras besar di dunia. Produksi beras Indonesia sangat berfluktuasi selama ini, menyebabkan hasil dan total produksi padi dalam bentuk beras menurun sehingga berdampak negatif dalam profitabilitas usaha tani ataupun produksi beras nasional. Indonesia mengimpor beras untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri saat ini.

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah PT Karya Sukses Permata yang berlokasi di Kara Industrial Park Blok C No. 04 Batam Center, Batam. PT Karya Sukses Permata termasuk dalam salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distributor beras, maka salah satu usaha yang dapat

dilakukan guna mencapai kepuasan pelanggan yaitu dengan semakin memperhatikan penetapan harga, merek dan kualitas produk. Hubungan harga, merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu respon efektif terhadap pengalamannya dalam melakukan konsumsi atau menilai sesuai atau tidak sesuai yang dirasakan antara harapan dan kinerja sesungguhnya produk tersebut setelah pemakaian. Diharapkan dengan adanya kepuasan pelanggan, dapat meningkatkan pertumbuhan perkembangan perusahaan dan mampu menghasilkan laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Soesanto (2016: 5), hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Variabel kesadaran merek juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi kesadaran merek semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik harga semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil uji menunjukkan bahwa pengaruh harga, kualitas produk, dan kesadaran merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penjualan yang semakin pesat dipasaran, membuat harga menjadi salah satu faktor yang penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang tidak dapat bertahan lama atau bangkrut dikarenakan penetapan harga yang tidak cocok dipasar. Konsumen menggunakan harga sebagai suatu bahan pertimbangan menentukan pembelian produk atau tidak, konsumen yang sensitif akan beralih ke

merek lebih yang lebih murah. Namun dalam lima tahun belakangan ini PT Karya Sukses Permata mengalami naik turun jumlah penjualan. Berikut data harga beras harumas 25kg pada tahun 2012-2017 yang diambil dari harga bulan terakhir dalam tahun tersebut (dalam Rupiah).

Tabel 1.1 Data Harga PT Karya Sukses Permata

Tahun	Harga Beras Harumas (25kg)	Delta
2017	312.500	-
2016	303.000	9.500
2015	305.500	(2.500)
2014	296.500	9.000
2013	287.500	9.000
2012	293.000	(5.500)

Sumber : PT Karya Sukses Permata

Terlihat dari tabel 1.1 di atas bahwa tahun 2016 delta jumlah perubahan harga beras sebesar 9.500, tahun 2015 delta jumlah perubahan harga beras sebesar (2.500), tahun 2014 delta jumlah perubahan harga beras sebesar 9.000, tahun 2013 delta jumlah perubahan harga beras sebesar 9.000 dan tahun 2012 delta jumlah perubahan harga beras sebesar (5.500). Dapat kita lihat bahwa tren delta atau selisih harga beras dari tahun ke tahun terjadi kenaikan dan penurunan. Artinya variabel ini layak untuk di teliti.

Banyaknya pesaing baru yang muncul dan menarik perhatian konsumen dengan harga, merek dan kualitas produk yang bersaing, keanekaragaman merek yang terdapat dipasaran dan kualitas dari setiap merek yang berbeda juga membuat persepsi konsumen atau pelanggan menjadi berbeda. Merek yang kuat dan cukup dikenal dapat meningkatkan pembelian oleh konsumen atau pelanggan dalam jangka panjang. Berikut data merek pada tahun 2012-2017 yang diambil dari jumlah pelanggan yang kembali melakukan pembelian beras merek

Harumas 25kg pada PT Karya Sukses Permata.

Tabel 1.2 Data Merek PT Karya Sukses Permata

Tahun	Pelanggan yang kembali	Delta
2017	147	-
2016	133	14
2015	116	17
2014	107	9
2013	95	12
2012	91	7

Sumber : PT Karya Sukses Permata

Terlihat dari tabel 1.2 di atas bahwa tahun 2016 delta jumlah pelanggan yang kembali sebanyak 14, tahun 2015 delta jumlah pelanggan yang kembali sebanyak 17, tahun 2014 delta jumlah pelanggan yang kembali sebanyak 9, tahun 2013 delta jumlah pelanggan yang kembali sebanyak 12 dan tahun 2012 delta jumlah pelanggan yang kembali sebanyak 7. Dapat kita lihat bahwa tren delta atau selisih jumlah pelanggan yang kembali dari tahun ke tahun terjadi kenaikan dan penurunan. Artinya variabel ini layak untuk di teliti.

Keadaan yang menjadikan kondisi persaingan semakin ketat, menyebabkan perusahaan juga harus memiliki atau meningkatkan kualitas produk dan kreativitas unggul sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing dalam menghadapi pesaing baru lainnya yang muncul dan bergerak dalam bidang yang sama dengan produk yang sama. Adanya kualitas produk, maka pelanggan akan merasakan kepuasan apabila mereka gunakan produk yang berkualitas, karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan suatu produk yang berkualitas. Berikut data kualitas produk pada tahun 2012-2017 yang diambil dari lah beras harumas 25kg yang diretur dikarenakan kualitas beras yang masih kurang bagus.

Tabel 1.3 Data Kualitas Produk PT Karya Sukses Permata

Tahun	Beras yang diretur	Delta
2017	627	-
2016	586	41
2015	551	35
2014	568	(17)
2013	536	32
2012	507	29

Sumber : PT Karya Sukses Permata

Terlihat dari tabel 1.3 di atas bahwa tahun 2016 delta jumlah beras yang diretur sebanyak 41, tahun 2015 delta jumlah beras yang diretur sebanyak 35, tahun 2014 delta jumlah beras yang diretur sebanyak (17), tahun 2013 delta jumlah beras yang diretur sebanyak 32 dan tahun 2012 delta jumlah beras yang diretur sebanyak 29. Dapat kita lihat bahwa tren delta atau selisih jumlah beras yang diretur dari tahun ke tahun terjadi kenaikan dan penurunan. Artinya variabel ini layak untuk di teliti.

Proses pengambilan suatu keputusan dalam pembelian tidak hanya berakhir dengan adanya transaksi pembelian, terutama dalam pengambilan suatu keputusan yang luas. Dalam tahap ini pelanggan akan merasakan tingkat puas atau tidak puasnya tertentu yang akan mempengaruhi perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian ulang berikutnya. Jika pelanggan yang merasa puas, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan yang setia. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu keberhasilan perusahaan, selain itu kepuasan pelanggan juga dapat dijadikan sebagai alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam menghadapi pesaing. Berikut data kepuasan pelanggan pada tahun 2012-2017 yang diambil dari jumlah pelanggan yang kembali melakukan pembelian ulang beras harumas 25kg pada PT Karya Sukses Permata.

Tabel 1.4 Data Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata

Tahun	Pembelian Ulang	Delta
2017	147	-
2016	133	14
2015	116	17
2014	107	9
2013	95	12
2012	91	7

Sumber : PT Karya Sukses Permata

Terlihat dari tabel 1.4 di atas bahwa tahun 2016 delta jumlah pembelian ulang sebanyak 14, tahun 2015 delta jumlah pembelian ulang sebanyak 17, tahun 2014 delta jumlah pembelian ulang sebanyak 9, tahun 2013 delta jumlah pembelian ulang sebanyak 12 dan tahun 2012 delta jumlah pembelian ulang sebanyak 7. Dapat kita lihat bahwa tren delta atau selisih jumlah pelanggan yang melakukan pembelian ulang dari tahun ke tahun terjadi kenaikan dan penurunan. Artinya variabel ini layak untuk di teliti.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan suatu penelitian dalam hal harga, merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Beras Harumas pada PT Karya Sukses Permata”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Persaingan harga antar produk yang semakin ketat membuat produsen harus berusaha untuk menjaga merek pada harga dan nilai tertentu.
2. Kualitas produk perlu ditingkatkan lagi untuk mengantisipasi persaingan.
3. Banyaknya merek-merek produk yang ditawarkan oleh produsen kepada pelanggan membuat persaingan produsen semakin kompetitif.
4. Banyak merek-merek produk dengan kualitas yang membuat pelanggan memilih produk dengan kualitas yang baik.
5. Kepuasan pelanggan harus terus dijaga agar pelanggan tidak berpindah.

1.3. Batasan Masalah

Untuk memperkecil dan memfokuskan batasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan maka batasan masalah peneliti hanya dibatasi pada 3 (tiga) variabel independen, yaitu harga, merek dan kualitas produk dengan 1 (satu) variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan beras harumas 25kg pada PT Karya Sukses Permata.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata?
2. Apakah merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata?
4. Apakah harga, merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata?

1.5. Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata.
- b. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga, merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan beras harumas pada PT Karya Sukses Permata.

1.6. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi dalam aspek teoritis, baik memperkuat atau menambah teori yang sudah ada.
2. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai pengaruh harga, merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang.
3. Memberikan masukan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam kajian serta menjadi salah satu upaya untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur bagi pengambilan kebijakan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Menambah pengetahuan dan menjadi penelitian pertama bagi penulis, dengan ini peneliti dapat mengetahui sejauh mana faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Menjadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan harga, merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian yang serupa.