

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang dominan mengkonsumsi beras untuk dijadikan makanan pokok sehari-hari. Permintaan akan beras terus mengalami peningkatan seiring bertambahnya dari jumlah penduduk seperti yang dapat terlihat pada data berikut.

Tabel 1.1

Perkembangan Penduduk dan Permintaan Beras di Indonesia Tahun 2015 – 2019



No	Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)	Permintaan Beras (Ton)
1.	2015	255,5 juta	31.904.612
2.	2016	258,7 juta	32.309.667
3.	2017	261,7 juta	32.707.555
4.	2018	265 juta	33.097.761
5.	2019	266,91 juta	33.467.298

Sumber : BPS dan Diktorat Jendral Tamana Pangan, 2019

Dari tabel 1.1 di atas tampak bahwa keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh permintaan beras semakin meningkat sejalan dengan pertambahan penduduk.

Ketahanan pangan merupakan isu penting dalam sebuah negara yang perlu diperhatikan. Ketahanan pangan ini tentunya terkait dengan sektor pertanian sebagai penyedia pangan masyarakat Indonesia. Indonesia menetapkan beberapa kebijakan umum terkait dengan ketahanan pangan yang menyatakan bahwa padi merupakan suatu komoditas pangan strategis di Indonesia. Darwanto (2011) mengklaim bahwa kebutuhan besar tetap diupayakan pemerintah untuk dipenuhi

sebagai peningkatan pangan melalui hasil produksi masyarakat. Terkait pernyataan tersebut, Juanda (2012) mengatakan bahwa beras merupakan hal yang penting dan komoditas basis strategis dalam hal kebutuhan pangan. Produksi beras sangat mempengaruhi profil dari sebuah negara dalam hal keseimbangan ekonomi, terutama pada negara-negara berkembang. Menurut pemaparan terkait pembahasan ketahanan pangan, beras merupakan sebuah komoditi yang utama dan dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam konteks perekonomian, beras dapat dikategorikan dalam poin pangan yang ada pada kebutuhan primer.

Mengingat beras merupakan komoditi utama yang dibutuhkan masyarakat, maka pemerintah banyak menentukan kebijakan tentang pengadaan beras, salah satunya adalah kebijakan impor beras. Kebijakan tersebut berdampak pada semakin tingginya persaingan, terutama antara beras dalam negeri dan beras impor.

Persaingan antar sesama perusahaan menyebabkan mereka harus berinovasi lebih baik untuk mendapatkan pelanggan, diantaranya adalah dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Hal ini mengingat apabila konsumen puas, menyebabkan mereka menjadi konsumen yang loyal dalam menggunakan produk (<https://media.neliti.com>). Adanya loyalitas dari pelanggan inilah yang akan menyebabkan perusahaan tumbuh dan berkembang.

Faktor terpenting sebagai ajang peningkatan kualitas marketing perusahaan yaitu melalui pencapaian kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut bisa mendorong terjadinya pembelian yang berkelanjutan dan kepuasan yang maksimal dapat menciptakan loyalitas pada diri pelanggan (Nugroho, 2015:162). Dari perspektif kepuasan konsumen, sebaiknya perusahaan memperhatikan dengan seksama berbagai hal yang berpengaruh pada kepuasan dan pilihan pelanggan ketika memasarkan produknya. Diakibatkan pada prinsip pemasaran, untuk meraih target perusahaan diharuskan memahami terlebih dahulu keperluan serta harapan pelanggan agar dapat memberikan kepuasan maksimal dari produk yang dihasilkan kepada konsumen.

Harga merupakan unsur yang berpengaruh kepuasan pelanggan. Walaupun harga beras ditentukan oleh pemerintah, namun dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen harga beras tersebut akan disandingkan dengan kualitas produknya. Widodo dalam Wedarini (2012:82) kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh mutu produk perusahaan.

Perusahaan harus lebih mempertimbangkan kualitas dalam menghasilkan produk karena hal tersebut adalah pertimbangan pelanggan ketika akan memutuskan membeli produk tertentu. Jika kualitas suatu produk telah terbukti dan bisa dipercaya, akan menyebabkan produk tetap dicari oleh konsumen dan tidak mudah berpindah pada merek lain (Weenas, 2013:608).

Selain masalah kualitas, harga juga merupakan pertimbangan penting dalam menentukan pembelian produk. Dengan kualitas yang baik serta harga terjangkau pastinya akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan perusahaan (Purnamasari 2015:03).

Walapun menurut Sudaryono (2016:216) harga disandingkan dengan kualitas produk namun pada penelitian Mustapa (2018), memberikan hasil tidak adanya hubungan antara kualitas produk dan harga, Egitha Anggraini (2019) kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga serta kualitas dari suatu produk, akan tetapi riset Rustiana (2020) mengatakan tidak ada implikasi harga kepada kepuasan konsumen. Dari hasil riset tersebut dikonklusikan kualitas jauh lebih berpengaruh daripada harga. Sebaliknya riset Surbendi (2019) menyatakan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga bukan kualitas produk.

Salah satu Kabupaten penghasil beras adalah Kabupaten Karawang yang masih merupakan penghasil padi terbesar di Indonesia. Data berikut menunjukkan Kabupaten penghasil padi terbesar di Indonesia.

Tabel 1.2

Kabupaten Penghasil Padi Terbesar di Indonesia

No	Kabupaten	Produksi Padi Pertahun (ribu ton)
1.	Indramayu	789.657,71

No	Kabupaten	Produksi Padi Pertahun (ribu ton)
2.	Karawang	641.290
3.	Subang	540.960
4.	Banyuwangi	519.684
5.	Lamongan	481.750
6.	Ngawi	445.874
7.	Bone	443.398
8.	Grobogan	443.196
9.	Sragen	439.461
10.	Cilacap	401.570

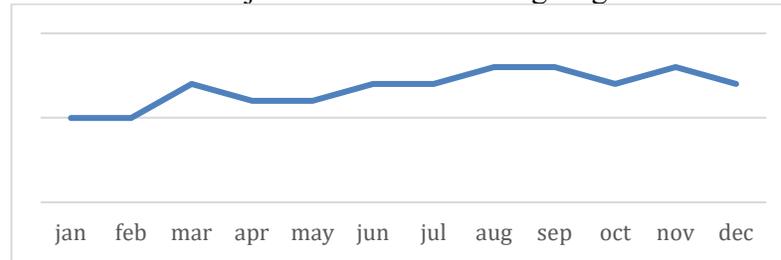
Sumber : BPS, 2019

Dari Tabel 1.2 di atas tampak bahwa Kabupaten Karawang merupakan daerah penghasil padi yang menempati urutan kedua setelah Indramayu. Tingginya produksi padi di Kabupaten Karawang menyebabkan tumbuh dan berkembangnya industri pengolahan padi di daerah tersebut.

TB Padi Jaya adalah salah satu usaha yang bergerak dalam pengolahan dan penjualan beras. Usaha ini milik perorangan yang mengolah padi menjadi beras, usaha tersebut juga menjual beras kepada masyarakat dan mendistribusikannya ke pasar umum di Kabupaten Karawang. jenis beras yang diproduksi dan dijual usaha ini yaitu ciherang. Harga produk di TB Padi Jaya di jual dengan harga Rp.8.000 - Rp 9.000/liter.

Berkembangnya persaingan penjualan beras TB Padi Jaya berupaya meningkatkan penjualan dengan menerapkan strategi memberikan pelayanan produk melalui harga dan kualitas, dengan menganalisis kualitas dan harga kedua faktor dalam kepuasan konsumen di TB Padi Jaya

Garfik 1.1
Penjualan Konsumen Langsung



Sumber : Penjualan Langsung TB Padi Jaya (2020)

Tabel 1.3

Jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan pada TB Padi Jaya tiga bulan tahun 2021

Bulan	Jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan	Jenis keluhan %		
		Kualitas	Harga	Kualitas dan Harga
Januari	21	38,0	52,4	9,6
Februari	17	35,2	58,8	6,0
Maret	19	36,8	58,0	5,2

Sumber : Data TB Padi Jaya (2021)

Berkaitan dengan data diatas pra kuisisioner di TB Padi Jaya disebarkan kepada 30 orang.

Tabel 1.4

Hasil Pra kuisisioner TB Padi Jaya

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Orang
		Ya	Tidak	
1.	Kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan saya	50,0	50,0	30
2.	Kualitas yang diberikan baik	56,6	43,4	30
3	Harga yang diberikan lebih murah dari pada tempat lain	36,6	63,4	30
4	Harga yang diberikan terjangkau oleh masyarakat	46,6	53,4	30

Sumber : Hasil Observasi (2021)

Dapat dilihat bahwa penjualan beras di TB Padi Jaya terlihat tidak ada kesetabilan, kadang mengalami penurunan atau kenaikan setiap bulannya. Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui terjadinya naik dan turunnya keluhan

tersebut dikarenakan kualitas dan harga yang diberikan TB Padi Jaya tersebut tidak sejalan terhadap harapan sehingga banyak konsumen merasa tidak puas pastinya akan berpengaruh kepada loyalitas pembeli di TB Padi Jaya.

Merujuk tabel 1.4 dapat dilihat bahwa pendapat sebagian konsumen juga memperlihatkan hasil yang tidak jauh berbeda dari sesuai atau tidaknya kualitas dan harga dari kepuasan konsumen beras. Maka dari latar belakang sebelumnya maka peneliti akan melakukan riset berkaitan dengan “(**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Beras (Kasus Pada TB Padi Jaya)**”

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kebutuhan beras yang terus meningkat.
2. Persaingan antar perusahaan yang sejenis.
3. Adanya hasil-hasil penelitian yang tidak sesuai dengan teori,
4. Penjualan beras yang tidak menentu atau naik turun,
5. Adanya keluhan konsumen tentang kualitas beras dan harga di TB Padi Jaya,
6. Adanya ketidakpuasan konsumen pada kualitas dan harga beras yang diberikan oleh TB Padi Jaya,
7. Adanya ketidaksesuaian kualitas beras yang diberikan dengan harapan konsumen TB Padi Jaya,
8. Harga beras yang ditawarkan TB Padi Jaya lebih mahal dibandingkan tempat lain,

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup terhadap permasalahan penelitian. Berikut ini adalah batasan-batasan masalah penelitian :

1. Bidang kajian penelitian ini adalah manajemen marketing
2. Kajian dalam riset membahas mengenai variabel yang berpengaruh kepada kepuasan pelanggan yakni harga dan produk
3. Penelitian ini dilakukan di TB Padi Jaya

4. Responden pada riset ini yaitu pelanggan beras di TB Padi Jaya
5. Teknik yang peneliti gunakan yaitu deskriptif dan *eksplanatory survey* dengan pendekatan kuantitatif
6. Digunakan metode analisis jalur dalam menganalisis data riset

1.4 Perumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam riset ini didasarkan pada rumusan masalah yaitu:

1. bagaimana kualitas produk beras di TB Padi Jaya,
2. bagaimana harga beras di TB Padi Jaya,
3. bagaimana kepuasan konsumen produk beras TB Padi Jaya,
4. bagaimana korelasi antara kualitas produk dengan harga beras di TB Padi Jaya,
5. bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya,
6. bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya,
7. bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan pelaksanaan riset ini diantaranya:

1. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai kualitas produk beras TB Padi Jaya,
2. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai harga beras TB Padi Jaya,
3. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai kepuasan konsumen TB Padi Jaya,
4. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai korelasi kualitas produk dengan harga beras TB Padi Jaya,
5. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya,

6. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya,
7. Mendapatkan pemahaman, melakukan analisis serta deskripsi mengenai pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan konsumen beras TB Padi Jaya,

1.6 Manfaat Penelitian

Diantara manfaat dari pelaksanaan riset ini yaitu:

1.6.1 Manfaat teoritis

1. Melalui riset ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman, informasi serta pengetahuan untuk berbagai pihak.
2. Dapat dijadikan pedoman serta pertimbangan untuk melakukan riset sejenis yaitu terkait kepuasan pelanggan

1.6.2 Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan, hasil yang didapatkan dari riset bisa menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat berdampak dalam meningkatkan penjualan.
2. Bagi penulis, menjadi ajang penerapan ilmu yang didapatkan peneliti untuk kemajuan pendidikan.

