

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, seperti penjualan peralatan masak di Indonesia banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Dalam pengertian bahwa perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan. Di dalam lingkungan bisnis yang disertai dengan globalisasi ekonomi berdampak terhadap 3C yang meliputi *customer, competition, and change*. Saat ini *customer* yang memegang kendali bisnis, yang sebelumnya produsen yang menentukan produk dan jasa apa yang harus disediakan di pasar. Dengan demikian perilaku konsumen dapat digunakan sebagai alat untuk melihat peluang baru yang timbul ataupun untuk mengantisipasi persaingan yang sedemikian ketatnya ini.

Untuk bertahan hidup, berkembang dan dapat bersaing maka perusahaan harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, dan selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual.

Kotler & Armstrong (2011: 259) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari daya tahan, keandalan,

ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Penelitian ini dilakukan di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo. seperti halnya koperasi pada umumnya, pihak Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo juga menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau termasuk kebutuhan pokok pangan yaitu beras.

Saat ini sebagian masyarakat cenderung kurang peduli atau tidak tahu kualitas beras sesuai kelasnya, sehingga hal itu dimanfaatkan oleh oknum menaikkan beras yang kualitas buruk menjadi kualitas baik untuk berbuat curang. Semakin banyaknya beras ditambahkan pemutih beras atau pewarna agar terlihat putih dan bersih.

Fakta di lapangan menunjukkan, konsumen pada umumnya mencari dan membeli beras yang putih dan bersih. Disadari atau tidak, bila dihadapkan pada dua pilihan beras putih dan bersih dengan beras putih kotor kecokelatan, pilihan jatuh pada yang pertama. Padahal pilihan kedua, beras putih kotor kecokelatan, kandungan gizinya lebih lengkap dan higienis. Di saat proses padi menjadi beras dengan teknik selip saat ini, ketika fraksi atau gesekan mesin dengan kulit gabah akan mengikis sebagian permukaan luar gabah (disebut lapisan aleuron), maka permukaan beras akan tampak bening dan lebih putih, sehingga konsumen tidak perlu lagi 'menuntut' beras lebih putih lagi. Beras yang baik berasal dari padi yang kualitas baik pula, padi itu sendiri mempunyai berbagai macam tipe. Ada tipe chiherang, IR 64, mekongga, cimelati dll. Kebanyakan yang dijual dipasaran yaitu tipe chiherang dan IR 64 karena jenis padi yang baik dan penanamannya mudah.

Fenomena pelonjakan harga bahan pokok (sembako) pada saat sebelum panen, merupakan sebuah masalah yang seolah telah menjadi budaya dari tahun ke tahun. Diantar bahan pokok (sembako) yang ada, kenaikan harga paling signifikan terjadi pada bahan makanan pokok masyarakat yaitu beras. Sehingga banyak oknum-oknum produsen beras mencurangi beras jualannya, memproduksi beras yang kualitas rendah kemudian mencampurkan bahan-bahan berbahaya seperti pemutih, pewangi dll agar beras yang di hasilkan bisa dijual dengan harga tinggi. Pentingnya akan kualitas produk beras yang baik untuk menjaga keseimbangan kegiatan produksi dan pemasaran suatu perusahaan.

Hal ini timbul dari sikap konsumen yang menginginkan produk beras dengan kualitas yang baik, terjamin dan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan yang sama jenisnya. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus mengambil kebijaksanaan untuk menjaga kualitas produknya agar terus diterima konsumen dan dapat bersaing dengan produk beras yang sejenis dari perusahaan lain.

Kotler dan Keller (2012:25) menyatakan bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Semakin banyaknya pesaing produsen beras yang mengisi dalam dunia bisnis maka setiap perusahaan akan berpikir keras untuk dapat bersaing dan mengungguli para pesaing tersebut dengan bermacam – macam cara. Terutama persaingan yang berasal dari bisnis yang sejenis, membuat bisnis semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Dan salah satunya dengan cara produk

yang berkualitas tinggi, untuk itu mereka berupaya mengelolah dan memperbaiki secara terus menerus produk yang akan dihasilkan. Dengan begitu, produk yang dihasilkan akan lebih baik lagi kualitasnya sehingga untuk konsumen yang memutuskan membeli produk akan puas dengan kualitas produk tersebut.

Kualitas produk memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk semakin baik, maka kepuasan konsumen akan produk tersebut juga akan semakin tinggi. Begitu sebaliknya, apabila kualitas produk semakin kurang baik, maka kepuasan konsumen akan produk tersebut juga akan semakin rendah.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Beras Sedati Garuda Sakti Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan beberapa permasalahan yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?

3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?

1.3. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian akan dapat berhasil dengan baik apabila mempunyai tujuan yang pasti, adapun yang menjadi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada Beras Sedati Garuda Sakti di Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Aspek Akademis

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya pada umumnya dan Program Studi Manajemen pada khususnya.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandang tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.

3. Aspek Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dengan hasil pemikiran pada Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo terkait dengan kualitas produk, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada produk beras sedati garuda sakti.