

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk dunia masih ada maka kebutuhan akan makanan akan tetap ada. Beragam jenis makanan dalam berbagai kategori dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Kategori itu dapat digolongkan atas makanan pokok dan makanan pelengkap. Makanan pokok adalah makanan yang menjadi makanan utama sehari-hari sementara makanan pelengkap sering dijadikan teman ketika minum teh pada jamuan keluarga, kunjungan tamu, pelengkap sebuah acara maupun oleh-oleh pada saat berkunjung. Makanan pelengkap ini terkadang hanya diproduksi di daerah tertentu dan dijadikan ciri khas daerah tersebut. Misalnya, di Betawi atau Jakarta terdapat *Roti Buaya*, di Malang ada *Lumpia* dan di Ponorogo terdapat *Jenang*.

Sebagai makanan yang identik dengan kota Ponorogo, Jenang dapat ditemukan hampir di semua tempat, baik sebagai makanan pendamping minuman di rumah-rumah penduduk, dijual di toko-toko/outlet, maupun dijajakan di pinggir jalan oleh pedagang kaki lima. Salah satu tempat yang memproduksi sekaligus menyediakan Jenang di Ponorogo adalah di Jalan Wibisono dengan produk andalan Jenang Teguh Rahardjo .

Meski lebih dikenal sebagai produsen Jenang, produsen Jenang Teguh Rahardjo juga menyediakan jenis jenang lain dalam beragam jenis. Penyediaan jenang dalam bentuk yang

beraneka ragam tersebut dalam rangka memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen ini menjadi faktor yang penting dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya dalam rangka meningkatkan dan mempertahankan usaha.

Peningkatan jumlah konsumen berkorelasi dengan peningkatan penghasilan perusahaan. Oleh sebab itu, konsumen harus dipuaskan atau diberikan produk yang bermutu. Jika tidak, dapat dipastikan akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya konsumen. Sementara itu kepuasan konsumen ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya faktor harga, rasa dan kemasan produk.

Kepuasan konsumen dewasa ini menjadi perhatian utama pihak manajemen perusahaan khususnya pada bisnis restoran dan usaha waralaba lainnya yang bergerak dibidang makanan. Kepuasan konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yang tidak secara langsung dapat dikendalikan oleh perusahaan. Konsumen adalah aset utama bagi perusahaan, apabila mereka tidak puas maka mereka tidak hanya berhenti melakukan transaksi dengan perusahaan tetapi juga dapat merusak citra perusahaan dimata konsumen dan calon konsumen lainnya.

Dalam konsep pasar persaingan sempurna, untuk dapat bertahan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya, antara lain dengan memperhatikan berbagai masukan dari konsumen dan berusaha memenuhi harapan-harapan konsumen terkait kualitas produk. Sebab sebuah produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut melebihi harapan konsumen. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Inga Milisiunaite et al, (2009:4) bahwa konsep kualitas memiliki makna; kualitas sebagai kepuasan pelanggan, kualitas sebagai kemampuan untuk digunakan, dan kualitas sebagai penyesuaian diri pada kebutuhan.

Sejalan dengan itu, Jenang Teguh Rahardjo berusaha memuaskan konsumennya dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu contohnya adalah memberikan produk dengan rasa yang beragam, kemasan yang sehat dan menarik serta harga yang bersaing. Aneka ragam produk jenang tersebut diolah dengan komposisi bahan berkualitas yang diracik secara khusus hingga menghasilkan berbagai cita rasa lezat yang sesuai dengan lidah konsumen. Perusahaan yang beroperasi di Ponorogo sejak tahun 1978 ini, terus berusaha untuk meningkatkan omset penjualannya. Sambutan konsumen yang positif terhadap berbagai produk yang ditawarkan, ikut menentukan tercapainya tujuan tersebut.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun tidak akan survive tanpa adanya dukungan dari konsumen. Perilaku konsumen pada hakekatnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan. Lamb (dalam Kotler, 2008) berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan proses seorang konsumen dalam membuat keputusan membeli, menggunakan dan mengatur barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Sebagai sebuah perusahaan, dalam menjalankan usahanya, Jenang Teguh Rahardjo terus memantau perubahan perilaku konsumen yang menjadi konsumennya. Pantauan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengantisipasi perubahan perilaku konsumen yang berguna dalam memperbaiki strategi pemasarannya. Sebab, pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual dan memiliki konsumen yang loyal.

Selain itu, perhatian terhadap perilaku konsumen akan menghasilkan pemahaman dan pengetahuan tentang konsumen potensial. Konsumen yang potensial akan mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai faktor yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan seperti harga, fasilitas, lokasi, pelayanan dan berbagai faktor pendukung lain sebelum memilih atau mengambil keputusan dan mencari alternatif yang dapat memberi kepuasan tertinggi dalam mengkonsumsi suatu produk.

Kebutuhan konsumen potensial tersebut harus diperhatikan oleh pemasar agar tujuan perusahaan dalam hal memuaskan kebutuhan konsumen dapat tercapai sesuai dengan konsep pemasaran bahwa kepuasan konsumen merupakan syarat bagi kelangsungan hidup perusahaan. Mengukur kepuasan konsumen merupakan salah satu kegiatan yang memegang peranan penting agar dapat berhasil di dalam iklim bisnis ini. Pengukuran kepuasan konsumen sangat tepat bagi setiap pemilik usaha untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha, sehingga pemilik usaha dapat meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik dimasa yang akan datang. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh tingkat harga, rasa dan kemasan terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk Jenang Teguh Rahardjo .

Penelitian tentang harga, rasa dan kemasan sangat penting untuk dilakukan, sebab berkaitan langsung dengan kepuasan konsumen, yang secara tidak langsung menentukan keberlanjutan hubungan antara produsen dan konsumen di masa yang akan datang. Artinya, jika konsumen puas dengan ketiga hal tersebut, dapat dipastikan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan tetap dalam jangka panjang.

Faktor harga, rasa dan kemasan memiliki nilai penting dalam proses penjualan karena ketiga faktor ini mewakili produk yang ditawarkan. Harga yang sesuai dengan *kantong*

konsumen, rasa yang disukai dan kemasan yang *eye catching* (enak dipandang/menarik) adalah hal-hal pertama yang langsung bersentuhan dengan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Harga, Rasa dan Kemasan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jenang Teguh Rahardjo di Jalan Wibisono Ponorogo.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1.2.1 Apakah terdapat pengaruh secara parsial/masing-masing (harga, rasa dan kemasan) terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo?

1.2.2 Apakah terdapat pengaruh harga, rasa dan kemasan secara simultan (bersama-sama) terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo?

1.2.3 Manakah di antara harga, rasa dan kemasan yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pengaruh secara parsial/masing-masing (harga, rasa dan kemasan) terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo.
2. Mendeskripsikan di antara harga, rasa dan kemasan secara silmultan (bersama-sama) yang terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo.
3. Mendeskripsikan di antara harga, rasa dan kemasan yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Jenang Teguh Rahardjo di Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Setelah tujuannya diketahui, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Peneliti

Sebagai pembelajaran dalam penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Harga, Rasa dan Kemasan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.

2. Bagi Lembaga

Sebagai bahan masukan bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Harga, Rasa dan Kemasan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.

3. Bagi Jenang Teguh Rahardjo

Sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan dan penyempurnaan produk.

4. Masyarakat Umum

Sebagai bahan referensi dan masukan untuk lebih mengenal produk Jenang Teguh Rahardjo .

5. Bagi Peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan bahan acuan dalam pengembangan penulisan dan penelitian selanjutnya