

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri tepung tapioka merupakan industri yang memiliki peluang prospek pengembangan yang baik untuk memenuhi permintaan pasar. Pertama, dilihat dari ketersediaan ubi kayu yang berlimpah. Kedua harga tepung tapioka relatif lebih murah dibanding dengan harga tepung beras maupun tepung terigu, sehingga biaya pembuatan produk dapat lebih rendah. Kemudian yang ketiga, pasar lokalnya sangat prospektif karena banyak industri makanan yang menggunakan bahan baku tepung. Teknologi produksi tepung tapioka akan berguna bagi industri pangan nasional untuk mendiversifikasi pangan dari bahan lokal, dan juga diharapkan dapat membuka peluang usaha besar bagi perekonomian lokal. Tepung tapioka atau dikenal juga dengan tepung kanji atau tepung aci merupakan tepung yang bahan bakunya terdiri 100 persen singkong. Potensi produksi ubi kayu (*Manihot Utilissima*) sangat besar untuk dimanfaatkan menjadi penunjang ketahanan pangan. Mengolahnya menjadi tepung memperpanjang umur simpannya, lebih ringan serta lebih mudah diangkut, dan lebih fleksibel buat diproses (Rizky et al., n.d. 2021).

Pusat industri dari tepung tapioka yang terbesar terletak di Jawa Tengah Kabupaten Pati, lebih tepatnya terletak di Desa Ngemplak Kidul, Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati yang letaknya ada pada bagian utara kota Pati yang merupakan sentra usaha tepung tapioka. Sekitar tahun 1990, industri tepung tapioka mulai nampak perkembangannya yang diawali dari industri skala kecil rumah tangga. Perkembangan bidang industri tepung tapioka yang terletak di Ngemplak Kidul didukung dengan ketersediaan bahan-bahan baku yang dapat dikatakan relatif cukup dan pangsa pasar yang luas. Pada tahun tersebut, pangsa pasar sudah menjangkau hingga luar wilayah,

antara lain Gresik, Tegal, Tasikmalaya, dan Lampung. Wilayah yang terletak di sekitar Ngemplak Kidul banyak didapati tanaman yang digunakan sebagai bahan baku membuat tepung tapioka, yaitu tanaman singkong. Bahkan untuk saat ini kebutuhan bahan baku, para pengusaha sudah banyak mendatangkan ketela dari luar daerah. Lalu untuk memudahkan proses distribusi penjualan para pengusaha di Desa Ngemplak Kidul diuntungkan secara geografis dan ekonomis karena Desa Ngemplak Kidul memiliki akses jalan yang proposional dan terhubung ke jalan pantura. Proses produksi yang dilakukan setiap hari di dalam industri tepung tapioka membuat para pengusaha harus benar-benar pandai dalam mengelola semua hal yang berhubungan dengan bahan baku, pengumpulan modal, proses berlangsungnya produksi, dan pemasaran yang dilakukan ketika produk sudah selesai dibuat dengan tujuan bisa mendapatkan hasil yang maksimal. Karena ini adalah hal yang paling penting dalam menjalankan industri tepung tapioka untuk tercapainya produksi secara efisien, berkelanjutan, dan lancar.

Produksi tepung tapioka belum mampu memenuhi kebutuhan industri dalam negeri, sehingga masih mengandalkan impor dari Vietnam dan Thailand. Fenomena yang pernah terjadi adalah angka impor dari tepung tapioka tergolong tinggi daripada tingkat dari ekspor. BPS 2021 mendata bahwa dengan jumlah 375.590 ton pati singkong dengan nilai USD 185,6 juta selaku barang impor yang masuk ke Indonesia. Sedangkan pada saat yang sama, jumlah ekspor turun secara signifikan, sejumlah 8.090 ton dengan nilai USD 5,28 juta. Hal tersebut merupakan peluang yang besar untuk industri tepung tapioka yang terletak pada Kabupaten Pati guna membuat usahanya menjadi berkembang. Potensi terbesar dimiliki oleh Kabupaten Pati dalam bidang industri tepung tapioka. Potensi yang disebutkan telah didorong oleh bahan baku untuk memproduksi singkong yang tersedia menempati urutan kedua di Jawa Tengah (BPS, 2021).

Tepung tapioka merupakan hasil dari pengolahan ubi kayu atau singkong yang banyak digunakan masyarakat sebagai bahan baku pengolahan makanan seperti kerupuk, campuran pembuatan bakso, aneka kue dan jenis makanan lain. Persaingan yang semakin ketat sehingga perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan menjalankan usaha. Menurut (Kotler dan Keller, 2009) menyatakan bahwa kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi maka pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi maka pelanggan tersebut puas. (Palelu et al., 2022)

Kualitas produk berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen , semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Kualitas produk merupakan produk dan jasa yang telah melalui tahapan proses dalam menghitung nilai yang ada sehingga tidak dapat kekurangan dalam produk dan jasa tersebut sehingga akan mampu menggapai ekspektasi pelanggan terhadap produk tersebut (Segati, 2018). Kualitas suatu produk sangat berpengaruh terhadap tingkat dan jumlah penjualan mereka, serta kualitas pelayanan yang diberikan dan harga juga dapat mempengaruhinya. Definisi kualitas produk adalah hal yang dilakukan suatu perusahaan terhadap produksi produknya guna memenuhi atau melampaui harapan para konsumennya, yang nantinya produk tersebut bisa dianggap sebagai produk yang berkualitas (Lestari et al. n.d. 2021).

Hal lain yang harus mendapatkan perhatian lebih dari para konsumen saat memenuhi kebutuhan atau melakukan pembelian selain kualitas yang ada pada produknya, yaitu harga jual. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) harga adalah jumlah nilai yang telah ditebus konsumen

untuk jumlah manfaat dengan menggunakan ataupun memiliki barang atau jasa. Harga menjadi kepedulian pelanggan saat berbelanja. Beberapa dari konsumen mengenali harga sebagai nilai. Harga merupakan jumlah uang yang ditambah barang jika ada yang dibutuhkan dalam membeli berbagai gabungan dari barang dan jasa (Swastha, 2007). Penelitian ini menggunakan dimensi harga yang mengacu pada (Elliot, 2012). Harga mengacu pada penilaian konsumen terhadap suatu harga dari produk tertentu. Sesuai dengan pemikiran yang sudah diutarakan di atas, mengukur harga dapat menggunakan tiga dimensi yaitu yang pertama adalah *Price Estimate*, evaluasi konsumen mengenai kategori harga produk dengan mempertimbangkan kualitas produk dan kesesuaiannya dengan kemauan konsumen. Kedua adalah kesesuaian pembuatan yaitu evaluasi konsumen terhadap harga produk dalam hal keuntungan yang dicapai. Ketiga adalah kewajaran terhadap harga, yaitu evaluasi harga yang diberikan oleh konsumen dengan harga yang dapat diterima dan kewajaran harga dibandingkan dengan produk serupa serta produsen yang berbeda (Imaningsih & Rohman, n.d. 2018).

Selanjutnya perusahaan harus melakukan promosi ketika memproduksi produk baru agar dapat mempertahankan perusahaan dari pesaing dalam meningkatkan penjualan. Promosi merupakan berbagai cara untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya dan meyakinkan konsumen untuk membeli produk mereka. Melakukan sebuah promosi, penting bagi perusahaan memperhatikan dan menggunakan tujuan pemasaran secara menyeluruh yang sudah dipersiapkan, terarah, serta terkendali dengan baik sehingga dapat diharapkan terjadi peningkatan pendapatan. Menurut (Manullang, 2019) promosi merupakan sebuah perilaku memberikan informasi atau memberi peringatan kepada para konsumen tentang merek atau produk tertentu. Promosi dapat dikatakan berjalan dengan efektif ketika permintaan produk dan penjualan menjadi meningkat (Rahim, n.d. 2021).

Perusahaan harus menerapkan strategi mengenai kemampuan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan dapat bersaing dengan produk-produk di pasaran yang sebelumnya sudah ada. Faktor utama yang menjadi pengaruh kepuasan konsumen serta memiliki dimensi umum adalah kualitas dari sebuah produk. Mengetahui hal tersebut, perusahaan diharapkan dapat menerapkan strategi mengenai peningkatan produk dan memahami dimensi yang telah menjadi pembeda pada konsumen antara produk-produk yang dijual oleh perusahaan dengan produk yang berasal dari pesaingnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pentingnya sebuah perusahaan dalam memilih strategi untuk promosi produk yang dapat menjadikan pangsa pasar meningkat (Anggun Laras Prastianty Ramli & Yanto Batara Silalahi, 2020).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan (Hariyanto A & Susanti A, 2021) dengan judul Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk, Harga dan promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat hasilnya menyatakan bahwa kualitas dari sebuah produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Honda Beat. Artinya yaitu Honda Beat telah memberikan kualitas produk yang baik dan dapat memuaskan konsumen.

Supaya usaha bisnis yang dijalankan tetap dikenal di pasaran, maka strategi pemasaran harus diterapkan. Dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen merupakan kunci utama agar perusahaan menghadirkan produk maupun jasa yang diinginkan. Suksesnya karena usaha tersebut bisa dilihat dari pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan dan juga dapat memenuhi permintaan pasar.

Perkembangan ekonomi dan persaingan usaha yang semakin ketat, kebutuhan masyarakat semakin tinggi dan pemilih. Konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang dibelinya karena adanya berbagai pilihan yang tersedia di pasar, dan oleh karenanya

upaya perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen menjadi faktor kunci keberhasilan perusahaan untuk dapat bertahan di tengah persaingan sekarang ini. (Rahayu, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Tepung Tapioka di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati (Studi pada UD. Aditya Sentosa).

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak kidul Kabupaten Pati?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati?

1.3. Tujuan Penelitian

Secara umum, berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Bagian tujuan umum dan khusus akan merinci hal-hal sebagai berikut:

1. Tujuan umum

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati.

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus pada penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa Di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati.
- b. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa Di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati.
- c. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa Di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati.
- d. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk tepung tapioka UD. Aditya Sentosa di Desa Ngemplak Kidul Kabupaten Pati.

1.4. Manfaat Penelitian

Harapannya penelitian ini bisa memperluas wawasan dan memberikan manfaat informasi secara teoritis dan praktis :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah penelitian tentang kepuasan konsumen sehingga dapat dipergunakan dalam bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di dalam lingkup penelitian yang sama namun lebih luas dan lebih dalam.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis bagi peneliti, mahasiswa dan universitas adalah sebagai referensi, acuan dan evaluasi pengetahuan, serta sebagai bahan yang perlu diperhatikan dalam menyampaikan materi mengenai konsep-konsep pemasaran.

1.5. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Latar belakang masalah adalah beberapa informasi yang disusun secara terstruktur untuk mempelajari masalah dari fenomena yang menarik. Masalah dapat muncul ketika ekspektasi ideal terhadap sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan. Tak selalu segala masalah adalah sebuah fenomena yang menarik. Masalah yang dikatakan fenomenal saat melibatkan banyak orang dan menjadi pembicaraan dalam berbagai kalangan manusia.

Rumusan masalah terdiri atas beberapa pertanyaan tentang masalah fenomena yang ingin dibahas yang disusun dalam kalimat berbentuk sederhana, ringkas, padat, dan jelas. Dalam merumuskan sebuah masalah, diajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan pada penelitian tertentu, yang kemudian dijawab berdasarkan hasil penelitian

Tujuan penelitian adalah hal yang menggambarkan arah penelitian akan berjalan atau mengetahui berbagai data dan informasi apa saja yang di dapatkan oleh penelitian tersebut. Tujuan penelitian bukanlah berupa kalimat tanya, melainkan ditulis dengan pernyataan-pernyataan berbentuk konkret yang dapat. Tujuan penelitian telah menjadi perhatian khusus yang berkaitan dengan identitas dari masalah fenomena yang nantinya akan terpecahkan, terkait dengan merumuskan masalah, dan proses dari sebuah penelitiannya.

Manfaat penelitian berbentuk narasi yang bersifat objektif dengan gambaran hal yang dicapai sesudah terpenuhinya tujuan penelitian. Manfaat dari penelitian bisa memiliki sifat yang teoritis maupun bersifat praktis, misalnya dalam pemecahan masalah objek penelitian. Sistematika Penulisan adalah kerangka yang nantinya akan berisi mengenai laporan penelitian yang nantinya menjadi dokumen persetujuan. Sistematika penulisan akan berisi mengenai isi dari bab pendahuluan sampai bab penutup.

Bab II Tinjauan Pustaka

Landasan teori mencakup sebuah teori dan hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang datanya didapatkan dari studi kepustakaan, ini memiliki fungsi untuk membentuk kerangka teori dalam melakukan sebuah penelitian.

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang berfungsi sebagai bentuk perbandingan penelitian yang akan dilakukan saat ini dengan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti harus berhubungan dengan judul atau topik penelitian yang diangkat oleh peneliti.

Kerangka pemikiran penelitian merupakan bagian dari skripsi yang menggambarkan cara berpikir peneliti dengan menggabungkan konsep atau teori dengan fenomena yang diteliti. Kemudian pengembangan hipotesis merupakan langkah penting dalam penelitian kuantitatif. Hipotesis harus dibangun atas dasar argumentasi yang kuat sebagai dasar hipotesis yang diajukan.

Bab III Metode Penelitian

Berisi tentang bahasan mengenai variabel dari penelitian, menguraikan definisi operasional, dan pengukuran pada variabel yang menjelaskan tentang variabel yang terdapat pada penelitian yang kemudian akan didefinisikan secara operasional berdasarkan penjelasan pada tinjauan pustaka. Definisi operasional variabel didasari dengan satu atau berjumlah lebih dari satu sumber

referensi. Tahap selanjutnya setelah berhasil mendefinisikan secara operasional, variabel tentu diharuskan bisa diukur sesuai dengan aturan dan standar-standar yang sudah ada secara akademik.

Sub bab mengenai jenis data dan sumber data menggambarkan mengenai jenis dari data yang digunakan berdasarkan variabel-variabel dalam penelitian, berupa data primer atau sekunder. Kemudian metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data menjelaskan tentang metode yang digunakan untuk pengambilan dan penelitian.

Metode analisis mendeskripsikan mengenai jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan, menjabarkan alasan tentang menggunakan alat analisis tersebut, termasuk dengan hal-hal yang berhubungan dengan hal pengujian asumsi alat atau model analisisnya.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Deskripsi obyek penelitian dibahas dengan deskriptif mengenai beberapa variabel yang memiliki hubungan dengan masalah penelitian, di mana perlu diperhatikan bahwa dalam gambaran umum hanya disajikan fakta-fakta masalah yang ingin diteliti, yang berkaitan pada variabel-variabel penelitian yang untuk sebaiknya ditampilkan dalam gambaran umum.

Uji keandalan data merupakan data yang tidak memiliki perbedaan antar data yang peneliti terima dengan semua data sebenarnya ada pada objek penelitian, data yang sudah disajikan bisa dipertanggungjawabkan.

Analisis hasil penelitian merupakan sebuah proses pemecahan dari sebuah topik penelitian atau inti yang kompleks menjadi bagian lebih kecil lagi agar memperoleh dan memahami lebih baik mengenai cara merumuskan suatu masalah tertentu.

Pembahasan merupakan pemikiran asli yang berasal dari peneliti itu sendiri dalam memberikan penjelasan serta interpretasi dari pemerolehan hasil penelitian yang sudah melalui tahap analisis dalam memberikan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam penelitiannya.

Bab V Penutup

Kesimpulan yang disajikan secara singkat mengenai perolehan keseluruhan bab seperti pembahasan, kesimpulan, tujuan, dan hipotesis yang diajukan pada bab selanjutnya.