

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Bisnis di toko *snack* dan *souvenir* akhir-akhir ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis toko *snack* dan *souvenir* di Bangka Belitung khususnya di Pangkalpinang. Dengan demikian hal itu dapat menimbulkan persaingan yang ketat terutama untuk industri yang menghasilkan produk sejenis karena perusahaan ingin berusaha memenuhi segala kebutuhan konsumen yang bersifat heterogen. Melihat kondisi seperti itu merupakan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk melakukan usaha salah satunya dengan mengeluarkan produk khas yang berbeda dari pesaing. Khususnya konsumen atau wisatawan yang berwisata ke bangka biasanya membeli oleh-oleh khas bangka atau *souvenir* yang dijadikan cenderamata.

Sesuai dengan Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan bisnis produk makanan adalah demografi, gaya hidup, serta kebiasaan daerah atau nasional. Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan semakin

ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya.

Letak geografis pulau bangka menjadi salah satu kelebihan bagi pulau bangka sendiri yaitu pulau bangka dikelilingan lautan sehingga hasil laut menjadi salah satu keunggulannya karena terdapat berbagai jenis ikan, cumi, udang dan lain lain. Oleh karena itu mendorong beberapa orang untuk mengolah hasil laut tersebut menjadi makanan ringan atau snack yang dapat dinikmati berbagai kalangan masyarakat. Beberapa makanan ringan bangka seperti getas, kerupuk, kemplang dan lain lain banyak disukai orang orang dari luar bangka maupun masyarakat bangka sendiri. Untuk itu toko LCK memilih bidang usaha dalam hal produksi dan pemasaran makanan ringan tersebut. Peluang usaha yang cukup menjanjikan di pulau bangka ini ternyata banyak menarik minat masyarakat sehingga terjadi banyak persaingan dalam bidang yang sejenis.

Produk-produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang baik akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk. Jelas bahwa produk berkualitas tinggi akan dipilih konsumen karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan konsumen, dapat memberikan kepuasan, serta diproduksi dengan cara yang baik dan benar. Hal ini harus diperhatikan secara cermat sebab dapat mempengaruhi sikap

konsumen terhadap produk, sikap konsumen ini sangat bervariasi tergantung dari orientasinya maka perusahaan dapat mengidentifikasi segmen konsumen berdasarkan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen, dan juga perlu dilaksanakan perusahaan pemantauan produk yang dipasarkan terus menerus untuk mengetahui keinginan konsumen yang sebenarnya.

Tabel I.1 Daftar Produk Toko LCK dan Produk Pesaing

Produk Toko LCK	Harga	Produk My Snack Bangka	Harga
Kemplang oven cumi 500gr	Rp 60.000	MS Kemplang Oven cumi 500gr	Rp 60.000
Kemplang oven ikan 500gr	Rp 60.000	MS Kemplang oven ikan 500gr	Rp 65.000
Kemplang oven udang 500gr	Rp 60.000	MS Kemplang Oven Udang 500gr	Rp 60.000
Kemplang goreng udang 250gr	Rp 40.000	MS Goreng Udang B 250gr	Rp 30.000
Kemplang goreng cumi 250gr	Rp 35.000	MS Kemplang goreng cumi 250gr	Rp 30.000
Kemplang mentah cumi	Rp 55.000	MS Kemplang mentah cumi	Rp 50.000
Kemplang panggang ikan	Rp 35.000	MS Kemplang panggang ikan	Rp 20.000
Kemplang panggang udang	Rp 35.000	Kemplang panggang udang	RP 30.000
Getas	Rp 40.000	MS getas	Rp 42.000
Lada bubuk botol	Rp 33.000	Lada bubuk	Rp 39.000
Rusip	Rp 20.000	Rusip	RP 20.000
Siput Gung-gung 250gr	Rp100.000	MS Siput Gung-gung 250gr	Rp 94.000
Abon ikan tenggiri	Rp 75.000	MS Abon Ikan A 500 gr	Rp 65.000
Terasi 250gr	Rp 22.500	Terasi 250gr	Rp 20.000

Sumber : Toko LCK, 2016

Toko LCK yang sudah di kenal luas khususnya di Kota Pangkalpinang. Bahkan banyak orang-orang dari luar daerah bangka yang sangat menyukai makanan khas bangka ini. Produk makanan yang di tawarkan Toko LCK pun terus bertambah, dan kini ada puluhan macam produk hasil laut dan makanan khas bangka. Toko LCK memberi produk yang berbeda dari produk lain yaitu produk diambil dari pembuat/*supplier* langsung, menggunakan minyak yang baru tanpa adanya bahan pengawet, dan kemasaran yang unik yang berbeda dari yang lain dan beragam ukuran produk. Kepuasan konsumen yang meningkat dapat membangkitkan Toko LCK untuk mempertahankan kualitas produk agar konsumen juga tetap menjadikan Toko LCK sebagai tujuan untuk

mendapatkan produk hasil laut dan makanan khas bangka. Melihat ke depan secara global, Toko LCK akan tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas tinggi. Dan dengan menarik konsumen Toko LCK juga bekerja sama dengan JNE dan konsumen dapat melakukan pembayaran dengan kartu kredit, dan kartu member dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan setelah membeli produk yang ditawarkan oleh Toko LCK.

Tabel I.2 Data Konsumen dan Data Penjualan Produk

Bulan (2015)	Jumlah Konsumen	Penjualan Produk/Unit
Juli	3.134	131.517
Agustus	1.505	55.670
September	2.132	68.224
Oktober	1.221	34.255
November	1.355	35.130
Desember	3.070	119.620
Jumlah	12.417	444.416

Sumber : Data Toko LCK, 2016

Berdasarkan tabel I.2 dapat dijelaskan bahwa perhitungan rata-rata omzet perbulan jumlah konsumen sebesar 12.417 dikali dengan rata-rata penjualan produk/unit 444.416 menghasilkan omzet sebesar Rp.153.248.761. Jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Toko LCK mengalami fluktuasi, terutama pada bulan Agustus, dan Oktober yang mengalami penurunan karena untuk hari-hari biasa atau di luar even-even tertentu/ hari raya minat masyarakat akan *snack-snack* kurang diminati. Dan pada bulan September, November dan Desember mengalami kenaikan karena pada bulan tersebut adanya even-even tertentu atau hari-hari besar/ hari raya.

Table I.3
Perbandingan Data Konsumen dan Data Penjualan Produk Toko Snack di
Pangkalpinang Per Bulan

No	Nama Toko	Jumlah Konsumen	Jumlah Penjualan Produk/Unit
1.	Toko Kartini	25.450	1.484.345
2.	Toko LCK	12.417	444.416
3.	Toko BTS	11.456	412.233
4.	Toko My Snack Bangka	2.790	26.220

Sumber: Data Toko Snack Pangkalpinang, 2016

Berdasarkan data tersebut Toko Kartini lebih tinggi di banding dengan toko yang lain dengan jumlah konsumen sebesar 25.450 dan jumlah penjualan produk 1.484.345/unit. Dan Toko My Snack Bangka lebih rendah dengan jumlah konsumen sebesar 2.790 dan jumlah penjualan produk sebesar 26.220/unit.

Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar dan sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan (Titik Wijayanti,2014:1). Perusahaan harus membuat komitmen jangka panjang untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui diferensiasi produk dan kualitas pelayanan. Konsekuensinya, orientasi pasar yang kuat dapat memberikan jaminan sebagai suatu alat sukses dan keuntungan bagi perusahaan. Kondisi yang terjadi saat ini adalah kurangnya keragaman dan varian produk yang ditawarkan belum memuaskan konsumen dan pelayanan yang dirasakan konsumen belum memiliki standart yang tinggi untuk memenuhi kepuasan konsumen Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu

barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Namun usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen adalah dengan pelayanan dan ketersediaan produk yang lengkap oleh perusahaan, sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen yang puas dapat menjadi kepuasan yang loyal. Kepuasan konsumen adalah target yang berubah-ubah masing-masing konsumen memasuki situasi jual beli dengan serangkaian kebutuhan pada tingkat yang berbeda-beda (Titik Wijayanti,2014:178).

Pembedaan produk (*product differentiation*) merupakan strategi untuk menarik perhatian para pembelian pada atribut-atribut yang ada pada sebuah produk yang dianggap berbeda dari produk pesaing (Ali Hassan,2013:504). Perusahaan dapat mendiferensiasikan tawaran pasarannya melalui diferensiasi produk. Dengan demikian merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh dalam keunggulan bersaing suatu produk dipasaran. Dengan adanya diferensiasi produk, menjadikan produk tersebut memiliki ciri khas yang akan selalu dicari oleh konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba, sehingga dapat memberi kepuasan bagi konsumen. Dalam perkembangannya saat ini kebutuhan produk makanan dengan berbagai bentuk dan rasa telah

dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Oleh karena itu, berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak dalam industri makanan.

Makin banyaknya produk sejenis yang beredar dipasaran maka perusahaan akan dituntut untuk memenangkan persaingan merebut konsumen baik dalam mempertahankan pembeli lama atau menciptakan pembeli baru sehingga otomatis perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Di samping faktor sistem pemasaran yang baik dalam memasarkan produknya untuk merebut pasar sasaran dibutuhkan suatu faktor pendukung, salah satunya dengan memberikan konsumen produk yang berbeda dari pesaing.

Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan. Jika perusahaan melakukan hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik. Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh (Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani,2008:148). Pada umumnya pelayanan yang tinggi dapat memuaskan konsumen sehingga konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh pembisnis atau perusahaan. Hal tersebut penting bagi Toko LCK untuk mengetahui secara pasti bagaimana tanggapan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan dan apakah kualitas pelayanan tersebut

dapat memenuhi selera konsumen, maka diharapkan hal ini dapat menumbuhkan respon konsumen yang baik dan dapat berperan di dalam menjaring konsumen baru serta mempengaruhi kepuasan konsumen dan senantiasa mengkonsumsi produk Toko LCK. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh pihak manajemen Toko LCK untuk memberikan kepuasan yang optimal pada konsumen. Namun demikian pada kenyataannya masih ada konsumen yang merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan bahkan produk yang ditawarkan Toko LCK.

Tabel I.4
Data Pra Survey Terhadap 15 Konsumen di Toko LCK Pangkalpinang

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Produk yang dihasilkan oleh Toko LCK adalah kualitas terbaik	2 (13,3%)	2 (13,3%)	3 (20%)	4 (26,7%)	4 (26,7%)
2.	Pelayanan yang diberikan tepat waktu dan cepat dalam melayani	3 (20%)	3 (20%)	3 (20%)	4 (26,7%)	2 (13,3%)
3.	Pemilik/karyawan Toko LCK selalu merespon/menanggapi keluhan pembeli.	1 (6,7%)	5 (33,3%)	5 (33,3%)	3 (20%)	1 (6,7%)
4.	Saya merasa Produk Toko LCK memiliki varian dan mutu produk yang memuaskan	1 (6,7%)	3 (20%)	4 (26,7%)	5 (33,3%)	2 (13,3%)
5.	Saya bersedia merekomendasikan produk Toko LCK kepada orang lain	–	5 (33,3%)	5 (33,3%)	3 (20%)	2 (13,3%)

Sumber: Data diolah peneliti, 2016

Berdasarkan data pra survey tersebut, pernyataan pertama sebanyak 13,3% responden memberikan jawaban sangat setuju, 13,3%, memberikan jawaban setuju, 20% memberikan jawaban netral, 26,7% memberikan jawaban tidak setuju, 26,7% memberikan jawaban sangat tidak setuju, pernyataan kedua 20%, responden memberikan jawaban sangat setuju, 20% memberikan jawaban setuju, 20% memberikan jawaban netral, 26,7% memberikan jawaban tidak setuju, dan 13,3% memberikan jawaban sangat tidak setuju, pernyataan ketiga sebanyak 6,7% responden memberikan jawaban sangat setuju, 33,3% memberikan jawaban setuju, 33,3% memberikan jawaban netral, 20% memberikan jawaban tidak setuju, dan 6,7% memberikan jawaban sangat tidak setuju, Pernyataan keempat sebanyak 6,7% responden memberikan jawaban sangat setuju, 20% memberikan jawaban setuju, 26,7% memberikan jawaban netral, 33,3% memberikan jawaban tidak setuju dan 13,3% memberikan jawaban sangat tidak setuju, dan untuk pernyataan kelima sebanyak 33,3% responden memberikan jawaban setuju, 33,3% memberikan jawaban netral, 20% memberikan jawaban tidak setuju, dan 13,3% memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Permasalahan yang terjadi di toko makanan khas bangka ini adalah dari varian produk dan kualitas produk yang ditawarkan masih ada beberapa konsumen yang belum merasa puas dan dari kualitas pelayanan konsumen merasa belum puas karena terjadi penurunan pelayanan kurang tepat waktu dalam melayani konsumen contohnya dalam jasa pengiriman.

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya Toko LCK berusaha untuk memuaskan para pelanggannya dengan berbagai produk yang bervariasi dan memberikan produk yang berbeda dari pesaingnya. Untuk dapat berkembang dan bersaing dalam industri makanan Toko LCK dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif tersendiri dengan menganalisis para konsumen dalam menentukan kebutuhan dan keinginannya agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO LCK PANGKALPINANG”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang ?
2. Apakah ada pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang ?
4. Apakah ada pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Di sini peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu dengan dua variabel *independen* dan satu variabel *dependen*, yakni : diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan melakukan penelitian di Toko LCK Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana gambaran diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko LCK Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan teori dari kepuasan konsumen serta sebagai bahan pertimbangan perbandingan dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya untuk pihak-pihak tertentu.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran

perusahaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, dapat menjadi pertimbangan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan dalam menyusun kebijakannya, khususnya mengenai diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab pembahasan yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, variabel penelitian, operasionalisasi dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran.

