

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era global saat ini persaingan industri sangat ketat dan keinginan untuk bersaing semakin tinggi. Maka perusahaan harus memiliki strategi untuk memiliki keunggulan kompetitif sebagai suatu pondasi. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mampu bersaing, perusahaan kecil seperti usaha jenang juga berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kita secara makro. Keberadaan usaha jenang di nilai kuat dan tersebar di seluruh negeri yang menguasai sekitar persen aktivitas bisnis di Indonesia, dan lebih dari persen berstatus usaha mikro (Kompas.com, 2021). Kuatnya usaha jenang dalam pembangunan perekonomian Indonesia karena keunggulannya, ada faktor yang mempengaruhi yakni inovasi, desain, dan kualitas pada produk usaha jenang tersebut. Hal ini memungkinkan usaha jenang juga tersebar di daerah kabupaten Kudus. Kudus terkenal dengan produsen jenang, yang tersebar di beberapa daerah.

Produsen jenang paling banyak berada di Desa Kaliputu, maka tidak heran jenang Kudus menjadi usaha jenang unggulan masyarakat Kudus. UMKM jenang Kudus merupakan produk jenang yang mengalami perubahan dengan cepat. Perubahan yang terjadi memungkinkan perusahaan untuk terus melakukan yang terbaik untuk memenangkan persaingan. Munculnya persaingan yang ketat dapat mengakibatkan para usaha jenang ingin memiliki keunggulan yang berbeda dari pesaing lain. Pada tingkat industri, keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan perusahaan di dalam negeri untuk mencapai kesuksesan yang

berkelanjutan bila dibandingkan dengan pesaing luar negeri pada industri yang sama (Wingwon, 2019). Dalam 2 penjelasan diatas dapat dilihat bahwa pelaku usaha jenang yang mempunyai keunggulan kompetitif yang bagus akan memiliki dampak baik pada kelangsungan suatu usaha usaha jenang. Menurut (Data Dinas Perindustrian, koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus, 2021) usaha jenang setiap tahun mengalami fluktuasi. Maka dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, pelaku usaha jenang harus memiliki daya saing. Syarat utama untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Dalam penjelasan diatas dapat dilihat bahwa pelaku usaha jenang yang mempunyai keunggulan kompetitif yang bagus akan memiliki dampak baik pada kelangsungan bisnis. Adapun faktor yang menentukan keunggulan bersaing salah satunya adalah dengan inovasi. Inovasi adalah ide baru dari rekombinasi ide lama dan dianggap baru oleh individu yang terlibat kemudian dikembangkan secara internal (Panigrahy dan Pradhan, 2019:68).

Permintaan konsumen yang semakin tinggi dan bermacam-macam memungkinkan para pelaku usaha jenang jenang Kudus diharuskan untuk melakukan inovasi. Permintaan akan terus berubah-ubah dan pelanggan tidak terus menggunakan produk yang sama. Maka Inovasi menjadi syarat penting untuk menciptakan produk yang berbeda sesuai keinginan konsumen pada perusahaan.

Persepsi harga adalah kaitan bagaimana sebuah informasi dengan pemahaman harga oleh konsumen secara keseluruhan terhadap makna yang diberikan pada diri mereka (Peter dan Olson, 2018:63). Makna yang tercipta dipengaruhi oleh informasi terhadap produk produk Jenang baik kualitasnya

maupun keistimewaan yang dimilikinya, berdasarkan persepsi harga yang diharapkan, karena setiap konsumen mempersepsikan harga berbeda-beda berdasarkan kebutuhan dan kemampuan mereka serta mengharapkan produk yang berkualitas dengan harga murah namun kadang beberapa konsumen menghendaki produk yang mahal dengan kualitas yang baik. Persepsi ini timbul berdasarkan persepsi harga yang tercipta dan pandangan harga terhadap produk, apakah nantinya produk Jenang sebagai brand sebuah smartphone dipandang positif maupun negatif, tergantung bagaimana persepsi konsumen itu sendiri.

Peneliti juga melakukan perbandingan harga jenang Karomah Kudus dengan beberapa jenis produk jenang pesaing. Berikut hasil perbandingan yang telah disajikan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Produk Jenang Karomah dengan Pesaing

Jenis Produk	Karomah	Mubarok	Sinar Tiga-tiga
Rasa Kombinasi : Isi : 10x3 slop (30 pcs) 600 gram	Rp. 33.000,-	Rp. 35.900,-	Rp. 45.000
Jenang Deluxe Besar 800g	Rp.57.000,-	Rp. 45.000	Rp. 51.000,-
Jenang Uk 1 kg	Rp. 98.000,-	Rp. 84.000	Rp. 102.000,-

Sumber : UMKM Jenang Kabupaten Kudus, 2023.

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa harga yang ditawarkan oleh Jenang Karomah dan pesaing yakni beberapa item produk lebih mahal dibandingkan produk pesaing. Kisaran harga produk Karomah dan pesaing tidak terlalu jauh, akan tetapi kebijakan penetapan harga tersebut menjadi perbandingan bagi konsumen dengan tidak mengeluarkan biaya yang terlalu besar untuk ukuran spesifikasi yang sama.

Produk yang dirancang dengan baik menawarkan manfaat yang baik dan estetika bagi konsumen, yang dapat menjadi sumber diferensiasi yang penting (Kotler dan Keller, 2018:85). Kualitas produk yang baik juga dapat membentuk kepercayaan konsumen. Maka produk berkualitas tinggi akan menjadi target konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumsi konsumen terhadap jenang Kudus sangat tinggi, tidak hanya di dalam Kudus di luar Kudus juga banyak yang konsumsi.

Asumsi konsumen terhadap jenang produksi Kudus sangat baik. Sebaiknya pelaku usaha jenang jenang terus melakukan perbaikan kualitas produk agar persepsi konsumen terhadap minat pembelian jenang Kudus tidak menurun. Tidak hanya itu, konsumen juga menganggap kualitas produk sebagai hal utama yang perlu diperhatikan dalam memilih produk yang akan dibeli. Smith dan Wright (2019:48) menggambarkan kualitas produk sejauh mana produk yang disediakan oleh merek memenuhi harapan pelanggan. Penjelasan diatas dapat di pahami bahwa keunggulan kompetitif saat ini menjadi utama dalam suatu bisnis. Berikut beberapa permasalahan kualitas produk masih ditemukannya produk rusak dan produk kadaluwarsa di tahun 2020-2023 pada Jenang Karomah Kudus adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2
Data Keluhan mengenai Kualitas Produk pada Jenang Karomah Kudus
Tahun 2020-2023

Permasalahan	2020	2021	2023
Produk rusak	52	62	54
Ketahanan (expired) /produk kadaluwarsa	35	51	43

Sumber : Jenang Karomah Kudus, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, tak bisa dimungkiri bahwa ada banyak masalah produksi yang akan kita hadapi dalam berbisnis pengolahan produk jenang. Masalah-masalah itu, bila tak diatasi dengan cepat akan membuat penurunan minat beli pelanggan. Permasalahan dihadapi adalah masih adanya kasus kerusakan produk, dan daya tahan produk /produk kadaluwarsa.

Desain produk merupakan salah satu faktor yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Dengan adanya perbedaan desain produk, konsumen mampu membedakan produk satu dengan yang lain dan mampu menjadi identitas suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2019:52). Artinya, desain produk merupakan salah satu unsur penting dalam suatu produk yang akan diproduksi dan dipasarkan. Setiap produk pasti memiliki desain tersendiri yang diciptakan oleh produsen untuk membentuk ciri khas dari produk tersebut dan sebagai cara untuk menarik minat calon konsumen dalam melakukan pembelian. Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga untuk bertujuan memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan bersaing.

Minat beli ulang diartikan seberapa besar kinerja perusahaan tertentu untuk memenuhi harapan pelanggan. Ini juga dapat didefinisikan sebagai keputusan pelanggan untuk membeli lagi di outlet makanan atau layanan tertentu. Selain minat

beli ulang, kepuasan pelanggan juga memiliki peranan penting. Kepuasan pelanggan merupakan kepuasan yang diterima oleh pelanggan terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Salah satu keuntungan dari puasnya seorang pelanggan dapat berdampak pada pengaruh pelanggan dan perusahaan yang semakin harmonis, dengan perilaku seperti ini artinya dapat membuat pelanggan untuk terus melakukan pembelian ulang produk di perusahaan tersebut. Berikut data perkembangan produk di outlet Jenang Kudus Karomah pada tahun 2018-2023.

Tabel 1.4
Produk Terjual di Outlet Jenang Kudus Karomah
Bulan Mei-Juli Tahun 2023

No	Jenis Produk	Produk	Bulan		
			Mei	Juni	Juli
1	Jenang Karomah Rasa Original 250gr		456	654	632
2	Jenang Karomah Asli Kombinasi Wijen 500gr		677	654	610
3	Jenang Karomah Asli Kaya Rasa 500gr		566	602	634

Sumber : Usaha Jenang Karomah Kudus, 2023.

Berdasarkan tabel 1.4 diatas menunjukkan bahwa produk terjual pada usaha jenang Karomah Kudus selama tiga bulan terakhir yakni Mei-Juli Tahun 2023 mengalami perkembangan yang rfluktuatif. Jenis jenang rasa original dan kombinasi wijen mengalami kenaikan pada bulan Juni dan menurun pada bulan selanjutnya.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian penelitian terdahulu. Burhan, dkk (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mumu, dkk (2021) menyatakan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Nyarmiati dan Astuti (2021), Pratama dan Yulianthini (2023), Akbar, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Izzudin dan Muhsin (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Godal dan Setiabudi (2020), Burhan dkk (2023) menyimpulkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Namun berbeda dengan penelitian Safitri (2019) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif terhadap minat beli ulang.

Saputra dkk (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Berbeda dengan Panjaitan (2021) menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Saputra, dkk (2021) memberikan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mufreni (2018) yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli.

Nyarmiati dan Astuti (2021), Pratama dan Yulianthini (2023), Burhan, dkk (2021) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Namun berbeda dengan penelitian Praseyua dan Yulius (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

1.2 Ruang Lingkup

- 1.2.1. Obyek penelitian meneliti produk jenang Karomah Kudus
- 1.2.2. Variabel eksogen penelitian ini terdiri dari persepsi harga, kualitas produk, desain produk.
- 1.2.3. Variabel endogen penelitian ini adalah minat beli ulang.
- 1.2.4. Variabel intervening penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.
- 1.2.5. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Beberapa permasalahan (fenomena) pada produk jenang karomah Kudus antara lain :

- a. Persepsi harga dikeluhkan pelanggan beberapa produk masih memiliki harga yang tinggi.
- b. Kualitas produk selama dua tahun terakhir masih ada beberapa produk rusak dan expired.
- c. Desain pada kemasan mika masih kurang steril.
- d. Produk terjual bulan Mei dan Juli mengalami perkembangan secara fluktuatif.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

- 1.3.1. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.3. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.4. Bagaimanakah pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.5. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.6. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus?
- 1.3.7. Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus.
- 1.4.2. Menganalisis poengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan pada Jenang Karomah Kudus.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus.
- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus.
- 1.4.6. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Jenang Karomah Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya mengenai kepuasan pelanggan serta dampaknya minat beli yang dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas produk, dan desain produk.

2. Manfaat Praktis

Bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji masalah yang sama di masa mendatang. Bagi perusahaan yaitu membantu pihak manajemen dalam mengetahui persepsi harga, kualitas produk, desain produk dalam mempengaruhi minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

