REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan, baik itu restoran biasa maupun restoran *fast food*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin berkembang, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akancenderung loyal. Kualitas produk yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui produk yang ditawarkan, sedangkan kualitas pelayanan yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.[1]Kualitas produk dan kualitas pelayanan bertumpu pada upaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tidak bisa hanya salah satu saja yang diperhatikan, kedua elemen ini harus sejalan.Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan

[1]Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 15, 2014, hlm. 1-2.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi restoran *fast food* dalam menarik minat beli pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang maksimal adalah senjata restoran *fast food* untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran yang bersangkutan melainkan berdampak juga bagi calon pelanggan. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.[2]

Semakin beranekaragam merek-merek produk yang beredar dipasaran, hal tersebut mendorong konsumen untuk lebih pintar dan lebih cermat lagi dalam memutuskan pemilihan produk yang diharapkan, karena pada umumnya merek sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal di pasaran lebih bagus dan lebih berkualitas dibandingkan dengan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer di pasaran memberikaninformasi yang lengkap dibandingkan produk dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran, maka dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah untuk membedakan karakteristik dari tiap-tiap produk yang bermunculan dipasaran, dan perusahaan juga memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, diantaranya faktor yang turut berperan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk dan citra merek (*brand image*) suatu produk.[3]

Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, baik produksi maupun jasa. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dituntut mempunyai strategi yang tepat

[2]Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati,*Ibid.*,hlm. 2.

[3]Supriyadi, Yuntawati Fristin, dan Ginanjar Indra K.N, *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 3, 2016, hlm. 135.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

untuk memenuhi target penjualan. Hal ini dapat memicu perusahaan memperbaiki bisnisnya menjadi lebih maju. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan pesaingnya.

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat dan kebutuhan sarana penunjang kegiatan ekonomi yang semakin meningkat juga, mengakibatkan banyak bermunculan produk-produk sarana transportasi kendaraan bermotor dengan merek, model, desain yang memberikan kualitas bagus tapi harga yang cukup bersaing. Banyak perusahaan modern yang telah sukses karena didorong dengan pemikiran, berwawasan pasar dan perencanaan strategi dalam perusahaan harus mampu melaksanakan beberapa fungsi dasar dari kegiatan pemasaran. Usaha perusahaan untuk dapat memahami konsumen dan pemuasan kebutuhan konsumen seringkali mengalami kesulitan. Dalam memenangkan kesuksesan suatu produk dari perusahaan itu, maka perusahaan harus menemukan cara jitu agar proses pemasarannya dapat berjalan dengan baik dan produk yang dihasilkan dapat dinyatakan sukses.[4]

Indikator kesuksesan produk dapat diketahui melalui beberapa unsur bahwa indikator kesuksesan suatu produk dapat diukur melalui tingkat pendapatan yang dapat diartikan sebagai kinerja keuangan produk dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, pangsa pasar yang dimiliki suatu produk terhadap produk lain yang sejenis, penerimaan pasar yang subjektif terhadap produk, dan melalui kualitas produk.[5]

Di dalam kondisi persaingan, sangatlah berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih

[4] Henro Suryano Rompas, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Produk Sepeda Motor Kawasaki di Kota Manado*,Jurnal EMBA, Volume 1, 2013, hlm. 572.

[5] Mathilda Sri Lestari, Ainur Komariah, dan Rahmatul Ahya, *Analisis Faktor Penyebab Kesuksesan Produk Minyak Goreng*, Seminar Nasional IENACO, 2016, hlm. 165.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

baik, sehingga dapat memberikan dayaguna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.

Dengan produk dimaksudkan adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Jadi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Dalam produk ini terkandung oleh konsumen tersebut, yang sering dinyatakan sebagai produk plus (pelayanan). Faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu/kualitas, penampilan (*appearance*), pilihan yang ada (*options*), gaya (s*tyles*), merek (*brand names*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*size*), jenis (*product lines*), macam (*product items*), jaminan (*warranties*), dan pelayanan (*services*)[6].

Di sini pemasaran juga sangat berpengaruh besar. Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini, terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan (*utilitas*) dari produk yang ada, yaitu kegunaan karena waktu, kegunaan karena tempat, dan kegunaan karena pemilikan. Jadi fungsi pemasaran, seperti pembelian, penjualan, pengangkutan dan pergudangan merupakan proses untuk menambah kegunaan (*utilitas*) produk yang ada.[7]

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan masalah yang ada pada UD. Jenang Karomah Kudus. Dalam setiap perusahaan pasti ada pencapaian kesuksesan dan ada pula kegagalan yang dialami. Dalam menciptakan sebuah produk, perusahaan harus

[6] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 181-182.

[7] Sofjan Assauri, *Ibid.*, hlm. 16.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

mengetahui bagaimana cara agar produk tersebut dapat mencapai kesuksesan, dan menghindari kegagalan. Karena kualitas produk sangat berpengaruh pada peningkatan volume penjualan. Dalam UD. Jenang Karomah Kudus, masalah yang terjadi pada perusahaan ini ialah pembuatan produk yang terlalu banyak, sehingga jika produk tersebut belum terjual akan terjadi penumpukan barang yang dapat mengakibatkan kualitas produk tersebut menjadi menurun atau rusak. Dan terjadinya kerusakan pada produk tersebut, menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan sebuah produk pada UD. Jenang Karomah tersebut. Dengan terjadinya kegagalan produk, perusahaan akan rugi dan tidak adanya peningkatan pada volume penjualan. Jadi, dalam penelitian ini, dibahas tentang kualitas sebuah produk dalam meningkatkan volume penjualan.

Dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kualitas produk yang baik dapat mendukung pada peningkatan volume penjualan. Sehingga penelitian ini mengambil judul**"Analisis Kualitas Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus".**

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, yang menjadi fokus penelitian di sini meliputi kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan. Agar adanya peningkatan penjualan produk dan peningkatan laba pada UD. Jenang Karomah Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas,maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dimensi kualitas produk pada UD. Jenang Karomah Kudus?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi volume penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus?
3. Bagaimana dampak kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus?

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisisbagaimana dimensi kualitas produk pada UD. Jenang Karomah Kudus.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi volume penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus.
3. Untuk menganalisis bagaimana dampak kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun melihat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan khasanah ilmu pengetahuan bagi perusahaan tentang kualitas produk dan peningkatan volume penjualan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi tambahan dalam menentukan kebijakan produk bagi UD. Jenang Karomah Kudus.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah penelitian dan pemahaman dalam skripsi ini, peneliti membuat sistematika yang terdiri beberapa bagian, yaitu bagian muka, bagian isi dan bagian akhir. Dengan sistematika tersebut diharapkan penelitian ini dapat tersusun secara sistematis dan sesuai dengan prosedur-prosedur penelitian. Adapun sistematika yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

1. Bagian Muka

   Bagian muka ini meliputi halaman sampul, halaman judul, halaman persembahan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, abstrak, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran.

2. Bagian Isi

   Pada bagian isi ini adalah bagian terpenting dari skripsi yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

   Bab I : PENDAHULUAN

   Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

   Bab II : LANDASAN TEORI

   Dalam bab ini, berisi tentang definisi mengenai pengertian produk, pengertian kualitas produk, dimensi kualitas produk, klasifikasi produk, atribut produk, pengertian penjualan dan volume penjualan, faktor-faktor yang menentukan volume penjualan, pemasaran, strategi acuan/ bauran pemasaran (*marketing mix),* hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

   Bab III : METODE PENELITIAN

   Dalam bab ini, menjelaskan dan menerangkan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi, jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

   Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

   Pada bagian ini, merupakan bab inti di mana di dalamnya berisi tentang pembahasan dan hasil penelitian penulis tentang dimensi kualitas produk, volume penjualan, serta kualitas produk dalam mempengaruhi peningkatan volume penjualan pada UD. Jenang Karomah Kudus.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Bab V : PENUTUP

Pada bab ini adalah bagian bab terakhir yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini, berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.

http://eprints.stainkudus.ac.id