

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan adanya perubahan peradaban di masyarakat, pola konsumsi sedikit mengalami perubahan dari bahan pokok berupa beras beralih ke olahan makanan yang berdasarkan dari tepung gandum, tepung singkong, tepung jagung, tepung sagu dan lain-lainnya. Hal ini disebabkan karena banyaknya jenis olahan makanan yang berdasarkan dari tepung, sehingga masyarakat ingin menikmati varian rasa yang baru dalam pola konsumsinya.

Mie basah merupakan salah satu contoh hasil olahan yang berdasarkan dari tepung terigu dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lainnya. Tepung terigu ini berfungsi untuk membentuk struktur mie, sumber protein dan karbohidrat. Kandungan utama protein dalam pembuatan mie adalah gluten. Dalam proses pembuatan mie basah harus dengan tepung terigu dalam jumlah yang cukup tinggi supaya tekstur mie menjadi elastis dan tahan terhadap penarikan pada proses produksinya.

Mie basah merupakan salah satu makanan opsi pengganti nasi, mie basah dikenal dengan harganya yang murah serta kemudahan dalam penyajiannya untuk menjadi olahan. Seiring dengan berkembangnya jaman dan globalisasi mie menjadi produk olahan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Inovasi yang dilakukan dalam pembuatan dan pengolahan mie juga bermunculan. Melihat fenomena ini tercetus ide pembuatan mie berbumbu yang dapat menyederhanakan proses pengolahan mie menjadi masakan. Mie basah memiliki kadar air yang tinggi yakni sekitar $\pm 60\%$ sehingga memiliki umur simpan yang relative singkat yaitu sekitar 2-3 hari saja. Mie basah merupakan mie yang dapat diolah menjadi berbagai macam masakan. Beberapa bentuk olahan mie yang umum ditemui seperti mie

goreng, mie ayam, mie jebew dan sebagainya

CV Mie Basah Suprat merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam industri makanan, khususnya produk mie basah. Dengan fokus utama pada produksi dan penjualan mie basah. Untuk saat ini olahan CV Mie Basah Suprat menggunakan bahan baku berupa telur,tepung terigu cakra kembar dan campuran tepung terigu segitiga. Hal ini menjadi resep olahan utama dalam penjualan mie basah di CV. Mie Basah Suprat. Manfaat yang di kandung dalam produk mie basah suprat yaitu sebagai sumber energi tubuh karena mengandung karbohidrat dan kalori.

CV. Mie Basah Suprat cukup membantu dalam membuka dunia wirausaha, karena hal ini banyak diminati konsumen dari kelas menengah kebawah untuk membuka usaha seperti mie ayam keliling,restoran mie ayam dan olahan mie lainnya. Selain menawarkan produknya, CV. Mie Basah Suprat juga memberikan pelayanan berupa sistem *delivery* yang cukup baik, cepat dan bebas ongkir, sehingga konsumen tidak perlu untuk datang ke CV. Mie Basah Suprat. Selain pelayanan *delivery*, CV. Mie Basah Suprat juga menyediakan peralatan berupa gerobak, dandang, dan peralatan pendukung lainnya untuk konsumen yang ingin membuka usaha mie ayam. Dalam penjualan mie basah ini dijual dengan harga Rp.18.000/kg yang mana ini merupakan harga yang cukup murah untuk dipasarkan.

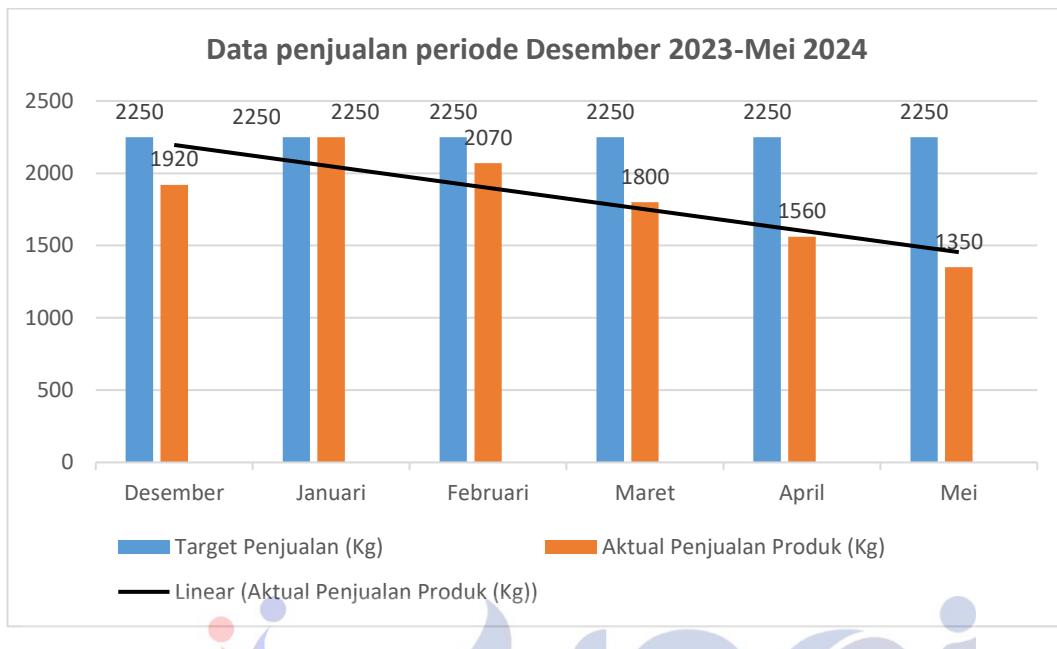
Dalam dunia bisnis sudah sejatinya terdapat beberapa kompetitor yang sama untuk saling bersaing dalam menciptakan kualitas yang terbaik untuk memuaskan para pelanggannya. Dalam 6 bulan terakhir penjualan CV.Mie Basah Suprat mengalami penurunan yang diduga disebabkan kalah daya saing oleh kompetitor yang lebih baik yaitu CV. Mie Basah Echo, perusahaan yang sejenis dengan CV. Mie Basah Suprat dengan produk yang sama yaitu pembuatan mie basah. Berikut ini adalah data penurunan penjualan di CV. Mie Basah Suprat pada periode Desember 2023 hingga Mei 2024.

Tabel 1.1
Data Penjualan Periode Desember 2023-Mei 2024

Bulan	Omset Penjualan (Rp)	Target Penjualan (Kg)	Aktual Penjualan Produk (Kg)	Persentase Pencapaian
Desember	Rp34.560.000	2250	1920	85%
Januari	Rp40.500.000	2250	2550	100%
Februari	Rp37.260.000	2250	2070	92%
Maret	Rp32.400.000	2250	1800	80%
April	Rp28.080.000	2250	1560	69%
Mei	Rp24.300.000	2250	1350	60%

Sumber: CV. Mie Basah Suprat

Berdasarkan tabel 1.1 CV. Mie Basah Suprat memiliki target penjualan sebanyak 2250 kg setiap bulannya, hal ini berdasarkan dari kapasitas produksi per harinya sebanyak 75 kg. Pada bulan Januari CV. Mie Basah Suprat mendapatkan penjualan tertinggi yaitu sebanyak 2250 kg penjualan mie basah dengan total omset penjualan sebanyak Rp.40.500.000 dengan persentasi 100% dan data penjualan terendah pada bulan Mei sebanyak 1350 kg penjualan mie basah dengan total omset penjualan sebanyak Rp.24.300.000 dengan persentasi 60% dan berdasarkan tabel 1.1 hanya bulan Januari yang mengalami pencapaian target penjualan. Berikut ini merupakan grafik penjualan pada periode Desember 2023 hingga Mei 2024.



Gambar 1.1
Grafik Data Penjualan Periode Desember 2023-Mei 2024

Sumber: CV. Mie Basah Suprat

Berdasarkan pada gambar 1.1 bisa dilihat terjadinya penurunan penjualan pada CV. Mie Basah Suprat setiap bulannya dari bulan Januari hingga bulan Mei 2024 dengan rata-rata penurunan penjualan disetiap bulannya sebanyak 300 kg. Hal ini terjadinya tidak pencapaian penjualan pada target penjualan di bulan Desember 2023, Februari, Maret, April dan Mei pada tahun 2024. Ini bisa disebabkan oleh beberapa elemen pemasaran yang tidak berfungsi dengan efektif, yang mengakibatkan kinerja penjualan yang suboptimal. Dari data yang dikumpulkan, jelas bahwa beberapa masalah dalam studi ini dapat diidentifikasi, termasuk tingkat kepuasan konsumen yang suboptimal, yang kemudian berdampak pada penurunan volume penjualan bulanan. Kualitas layanan tetap suboptimal, seperti yang dibuktikan oleh keluhan konsumen yang terus berlanjut. Selain itu, persepsi harga yang tinggi mengarah pada hasil penjualan yang suboptimal. Ketidakhadiran keragaman harga mengakibatkan kurangnya pilihan bagi konsumen, yang pada gilirannya menyebabkan perasaan ketidakpuasan di antara beberapa individu.

Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri makanan yang kompetitif, CV Mie Basah Suprat menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan meningkatkan penjualan. Dalam industri makanan yang kompetitif seperti ini, faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjualan. Penelitian dan pengetahuan yang mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi perilaku konsumen dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan mereka.

Salah satu faktor yang mungkin berkontribusi adalah kualitas produk. Menurut penelitian sebelumnya oleh Nugroho et al., (2024) dalam judul "*Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Greenwheels Coffee Idn.)*" mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Di dalam penelitian Andrian et al., (2024) dalam judul "*Analisis kualitas Produk, Variasi Produk, dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Mie Gacoan Krian Sidoarjo*" menyatakan bahwa kualitas produk berupa mie basah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Namun, dalam kasus Mie Basah Suprat, mereka mungkin telah kehilangan daya tarik konsumen karena persaingan yang semakin ketat dari merek lain yang menawarkan variasi produk yang lebih menarik atau berkualitas tinggi. Berikut ini tabel perbandingan komposisi dan hasil kualitas mie basah dengan kompetitor.

Tabel 1.2
Data Perbandingan Komposisi dan Kualitas Mie Basah

Produsen	Komposisi	Hasil Kualitas Produk
CV. Mie Basah Suprat	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung terigu • Telur ayam • Soda kue • Soda ash • Tepung sagu • Tepung tapioka 	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk kriting sedang • Tekstur rasa kenyal • Aroma tidak bau dan tidak menyengat • Tidak mengumpal dan tidak mudah terputus
CV. Mie Basah Echo	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung terigu • Telur bebek • Soda kue • Soda ash • Tepung tapioka 	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk tidak kriting • Tekstur rasa tidak kenyal dan sedikit legit • Aroma tidak bau dan tidak menyengat • Tidak menggumpal dan sedikit mudah terputus

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat beberapa perbedaan dari komposisi dan juga hasil kualitas produk ketika selesai diproduksi. Dengan hasil perbedaan dengan kompetitor, ini menjadi salah satu faktor diduganya terjadinya penurunan penjualan pada CV. Mie Basah Suprat. Akan tetapi CV. Mie Basah Suprat selalu mementingkan kualitas produknya dengan cara mengontrol kualitas bahan baku mulai dari kedatangan bahan baku hingga barang siap dikirim ke pelanggan. Selain itu juga selalu melakukan *improvement* terhadap komposisi pembuatan mie basah yang bertujuan agar dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan omset penjualan.

Selain kualitas produk, elemen lain yang dapat mempengaruhi situasi adalah penetapan harga produk. Hal ini terlihat jelas dari penelitian yang dilakukan oleh Sejati (2019), seperti yang tertera dalam judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Penjualan Produk Pada Starbuck*”

mengatakan bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jika biaya produksi meningkat tanpa penyesuaian harga yang sesuai, hal ini bisa menyebabkan penurunan margin keuntungan atau bahkan peningkatan harga jual yang tidak dapat diterima oleh konsumen. Maka dari itu diperlukan strategi yang cermat dan terukur, serta kemungkinan penyesuaian harga atau inovasi produk.

Di dalam hasil penelitian, Tampubolon (2024) dalam judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Kota Bekasi*” mengatakan bahwa harga produk mie secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini tabel data perbandingan harga pada CV. Mie Basah Suprat dengan kompetitor.

Tabel 1.3
Data Perbandingan Harga Dengan Kompetitor

Produsen	Harga/Kg
CV. Mie Basah Suprat	Rp.18.000
CV. Mie Basah Echo	Rp.20.000

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan tabel 1.3 terdapat perbedaan harga dengan kompetitor, harga yang diberikan pada CV. Mie Basah Suprat yaitu sebesar Rp.18.000/Kg sedangkan Kompetitor memberikan harga yaitu sebesar Rp.20.000 hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan pada CV. Mie Basah Suprat lebih murah dibandingkan dengan kompetitor. Maka ini merupakan salah satu strategi pendekatan dalam bersaing dengan kompetitor.

Selain itu, kualitas layanan di CV. Mie Basah Suprat sangat baik dan memadai, sehingga berdampak signifikan pada pilihan pembelian pelanggan. Menurut ahli Zulian Yamit dalam (Hulu et al., 2022), yang mengatakan bahwa:

“Konsumen tetap loyal terhadap pelayanan yang diberikan dan memilih untuk melakukan pembelian secara kontinyu, sehingga kualitas pelayanan yang memuaskan berdampak positif bagi bisnis”.

Di dalam hasil penelitian Rahman, (2021), dalam judul “*Analisis Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus di UMKM Mie Ayam H. Subiyono Kudus*” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan pelanggan puas karena terdapatnya kualitas pelayanan terhadap ketersediaannya produk dan kecepatan dalam melayani pelanggan. Berikut ini merupakan tabel perbandingan kualitas pelayanan dengan kompetitor.

Tabel 1.4
Tabel Perbandingan Kualitas Pelayanan Dengan Kompetitor

Produsen	Bentuk Pelayanan
CV. Mie Basah Suprat	<ul style="list-style-type: none"> • Delivery yang cepat dan bebas ongkir • Menyediakan peralatan mendukung (gerobak, dandang dan peralatan mendukung lainnya)
CV. Mie Basah Echo	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan yang ramah dan tanggap dalam melayani • Fasilitas yang lengkap • Selalu tersedianya stock • Karyawan yang ramah dan tanggap dalam melayani

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan dari tabel 1.4 terdapat perbedaan bentuk pelayanan dengan kompetitor hal ini juga diduga terjadinya pendekatan dalam penurunan penjualan di CV. Mie Basah Suprat. Pelayanan yang diberikan oleh CV. Mie Basah Suprat cukup terbilang sangat baik dan memuaskan pelanggan serta mendorong para masyarakat untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Karena terdapat bentuk pelayanan mulai dari sistem order pengiriman yang cepat dan bebas biaya ongkir, dan menyediakan peralatan-peralatan yang mendukung untuk usaha pengolahan

mie basah. Selain itu juga karyawan CV. Mie Basah Suprat sudah dibekali pelatihan-pelatihan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di CV. Mie Basah Suprat. Dengan bentuk pelayanan yang sudah ada, CV. Mie Basah Suprat tetap selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan untuk melakukan *improvement* dalam meningkatkan kepuasan pelayanan serta pendekatan dalam meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Mie Basah Suprat”**

B. Rumusan Masalah

Setelah latar belakang dijelaskan terdapat beberapa rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV.Mie Basah Suprat?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV.Mie Basah Suprat?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV.Mie Basah Suprat?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV.Mie Basah Suprat?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV. Mie Basah Suprat.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV. Mie Basah Suprat.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV. Mie Basah Suprat
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk CV. Mie Basah Suprat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Pembaca

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui tentang kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk dan di CV. Mie Basah Suprat. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Penjualan Produk.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur strategi pemasaran CV. Mie Basah Suprat di masa yang akan datang.

3. Bagi Kampus

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi yang relevan dengan mata kuliah yang bersangkutan, serta menjadi acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.