

BAB I PENDAHULUAN

Persaingan bisnis saat ini dalam hal pemasaran dan teknologi yang dilakukan oleh pesaing yaitu banyaknya perusahaan yang menawarkan jenis barang atau jasa yang relative murah atau terjangkau. Dimana bahan pangan yang ditawarkan berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Dalam hal ini kebutuhan bahan pangan menjadi fungsi utama pada ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhannya.

Perum Bulog adalah Perusahaan Umum Bidang Urusan Logistik di Indonesia yang bertugas mengatur tata niaga pangan. Seiring dengan perkembangan Perum Bulog sendiri, serta tuntutan kebutuhan pangan Indonesia Perum Bulog pun terus bertransformasi dan mencari inovasi-innovasi baru. Dengan maksud agar Perum Bulog bisa semakin berkembang dan menjadi bagian penting dalam ketahanan pangan Indonesia. Saat ini, Bulog sudah memiliki berbagai produk-produk pangan dan sudah bisa didapatkan oleh masyarakat. Saat ini ada dua katagori yang merupakan cakupan bidang usaha Bulog yaitu kegiatan pelayanan publik dan kegiatan komersial. Pelayanan publik berupa tugas menjaga stabilitas harga serta pasokan berbagai bahan pangan utama dari hulu hingga ke hilir di seluruh wilayah Indonesia. Sedangkan dalam kegiatan komersialnya menjadi tiga bagian yaitu, perdagangan, unit bisnis, serta anak perusahaan. Tujuan perusahaan adalah turut serta membangun ekonomi nasional khususnya dalam rangka pelaksanaan program pembangunan nasional dibidang pangan [1].

Sektor pertanian khususnya usaha tani lahan sawah, memiliki nilai multifungsi yang besar dalam peningkatan ketahanan pangan, kesejahteraan. Kebutuhan pangan seperti beras yang tinggi menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia yang masih didominasi oleh padi padi – padian dibanding terigu, umbi – umbian, pangan hewani atau pun kacang – kacangan [2]

Tabel 1.1 Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting

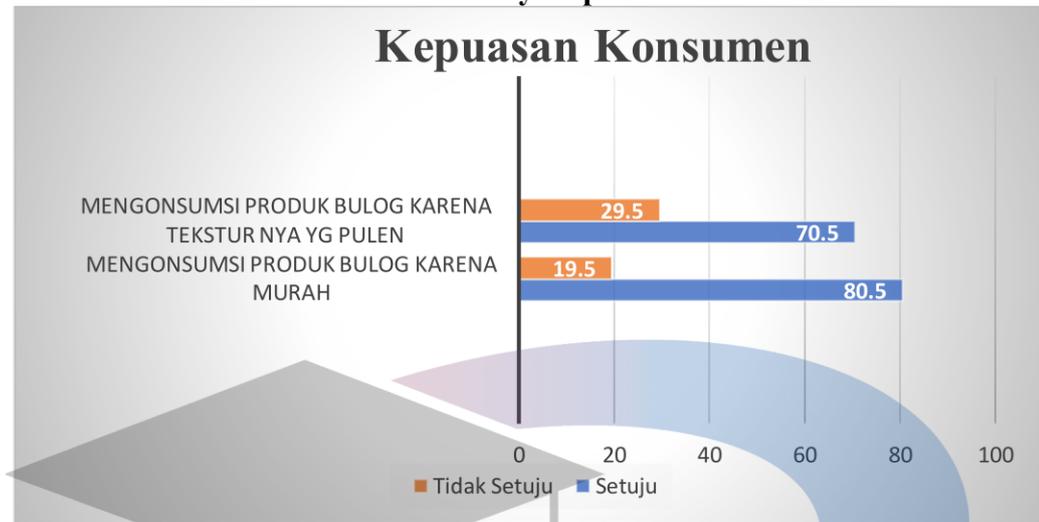
Jenis Bahan Makanan	Satuan	2018	2019	2020	2021
Beras lokal	Kg	1,551	1,504	1,505	1,569
Jagung	Kg	0,029	0,039	0,050	0,034
Ketela	Kg	0,091	0,084	0,093	0,119
Ikan	Kg	0,324	0,336	0,333	0,353
Daging	Kg	0,009	0,009	0,009	0,009
Kacang Kedelai	Kg	0,001	0,001	0,001	0,001
Minyak	Liter	0,227	0,228	0,233	0,253
Gula Pasir	Ons	1,309	1,272	1,254	1,281

Sumber : www.bps.go.id (Publikasi Statistik Indonesia)

Menurut data yang peneliti dapatkan yaitu dari Badan Pusat Statistik untuk tahun 2018-2021 yang lalu kebutuhan pangan untuk jenis bahan pangan beras meningkat pada tahun 2021, dapat dilihat dari Tabel 1.1 apabila di urutkan dari jenis bahan pangan tersebut konsumsi akan beras berada di posisi ke-1 yang mengalami kenaikan. Kondisi kenaikan terjadi karena permintaan penyediaan pangan, yang mengacu pada peningkatan kemampuan produksi, daya beli dan preferensi konsumen pada kebutuhan ibu rumah tangga di Indonesia

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka [3]. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu rumah tangga di Medan Polonia yang menjadi konsumen produk Perum BULOG berupa Beras dan Gula yang menjadi salah satu produk andalannya, secara umum dari segi kualitas produk yang terkenal di BULOG adalah beras yang berkualitas dan pulen. Sedangkan untuk produk yang lain BULOG memiliki banyak jenis seperti gula pasir, minyak goreng, daging, tepung terigu, ikan dan bahan bahan pangan lainnya yang sangat diminati oleh konsumen terutama Ibu Rumah Tangga. Pada tahap pengujian awal peneliti melakukan prasurvei kepada 100 Ibu rumah tangga di Kelurahan Polonia yang menggunakan produk dari Perum Bulog. Adapun hasil Prasurvey ke 100 responden berikut hasil dari *Prasurvey* tersebut :

Hasil Prasurvey Kepuasan Konsumen



Sumber : Hasil Penelitian Prasurvey 2022

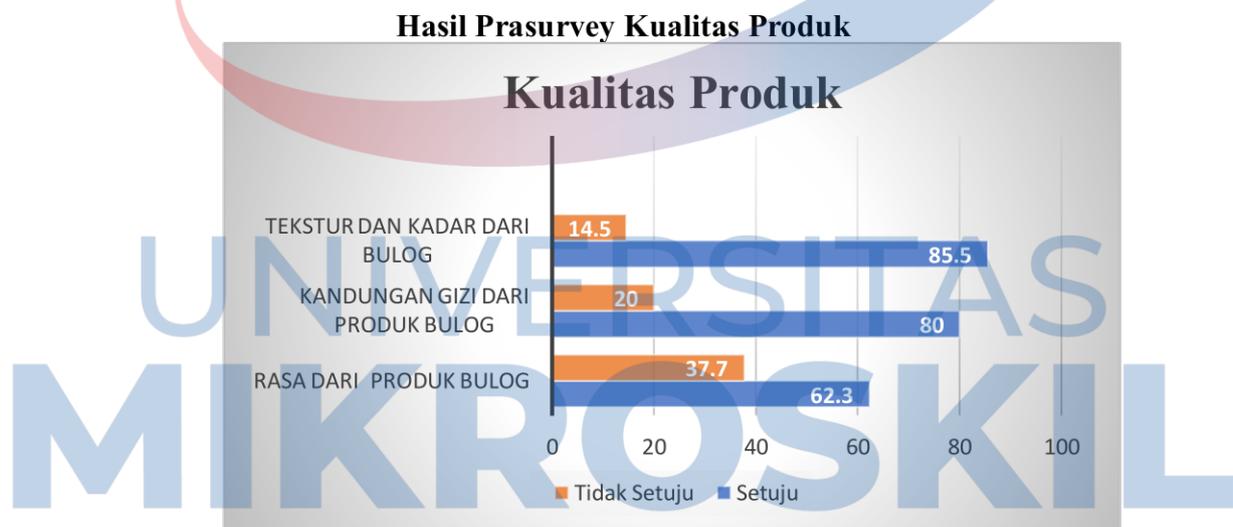
Gambar 1.1 Hasil Prasurvey Kepuasan Konsumen

Berdasarkan gambar 1.1 Peneliti melihat bahwa beras adalah suatu kebutuhan pokok utama ibu rumah tangga. Karena beras merupakan kebutuhan pangan yang penting dalam rumah tangga. Prasurvey yang peneliti lakukan di lapangan menunjukkan bahwa 100 responden diperoleh hasil bahwa 70 orang memberikan jawaban puas mengonsumsi produk beras dari Bulog karena memiliki tekstur yang beda dari beras lainnya yaitu pulen, wangi, dan lebih cepat kenyang apalagi ketika dimasak nasi menjadi lebih banyak, dan 30 dari mereka tidak setuju karena berpendapat bahwa rasa produk beras dari Bulog kurang manis. 80 orang dari mereka mengonsumsi produk beras dari Bulog karena murah dan 10 orang dari mereka tidak setuju karena membandingkan rasa dengan produk lain yang lebih manis. Dari hasil tersebut dapat kita ketahui bahwa kualitas produk, harga, dan promosi menjadi penentu untuk ibu rumah tangga dalam memilih, dan mengonsumsi suatu produk

Kualitas produk merupakan *totalitas figure* dan karakteristik jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, kualitas produk adalah suatu kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik dilihat dari package size, perceived quality, performance, dan design yang memang benar-benar bagus menurut sudut pandang pelanggan [4].

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Selain itu, konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya.

Kualitas dari produk Bulog seperti beras KITA memiliki kandungan gizi yang cukup besar, Beras kualitas premium produksi dalam negeri dengan tekstur yang pulen, memiliki kadar amilosa rendah dan amilopektin tinggi serta bebas dari pemutih, pengawet dan pewangi. Banyak konsumen tertarik mengonsumsi produk beras dari Bulog karena kualitasnya dan harganya yang terjangkau [5]. Adapun hasil *Prasurvey* ke 100 responden yang menggunakan produk beras dari Bulog untuk kualitas produk adalah sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian Prasurvey 2022

Gambar 2.1 Hasil Prasurvey Kualitas Produk

Berdasarkan gambar 2.1 dapat kita lihat bahwa dari 100 responden 15 orang menyatakan tidak setuju karena produk beras premium dari Bulog ketika dimasak tidak seperti beras pada umumnya beras Bulog dimasak dengan air yang banyak karena kalau tidak nasi akan menjadi keras dan 85 orang menyatakan bahwa produk beras premium dari Bulog memiliki tekstur yang pulen, wangi, dan

juga tanpa bahan pemutih. Dan 20 orang menyatakan bahwa kandungan gizi beras Bulog biasa saja lebih enak beras produk lain dan 80 orang mengatakan kandungan gizi pada beras Bulog bervitamin dan memiliki kandungan gizi yang besar. Dan untuk rasa 38 orang dari mereka menyatakan tidak setuju karena rasa dari produk Bulog yang kurang manis, dan 62 orang dari mereka mengatakan rasa dari produk Bulog sama seperti beras pada umumnya. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebesar 30 % responden menyatakan bahwa produk beras dari Bulog belum memiliki kualitas produk yang baik. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [6] Berbeda dengan hasil penelitian yang lain penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen [7]

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga (*price*) merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian, Harga merupakan suatu pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran, dimana dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih meragukan kualitas produknya. [8].

Dari segi harga beras premium atau medium memiliki perbedaan, Pada umumnya dari segi harga beras yang dipasarkan BULOG relatif lebih murah dari produk beras perusahaan lain dikarenakan kadar gula yang terkandung dalam beras BULOG lebih rendah dari produk beras perusahaan lain dan warna beras pada BULOG lebih putih dari beras produk lain, Berikut ini adalah daftar harga beras Bulog secara keseluruhan di Indonesia.

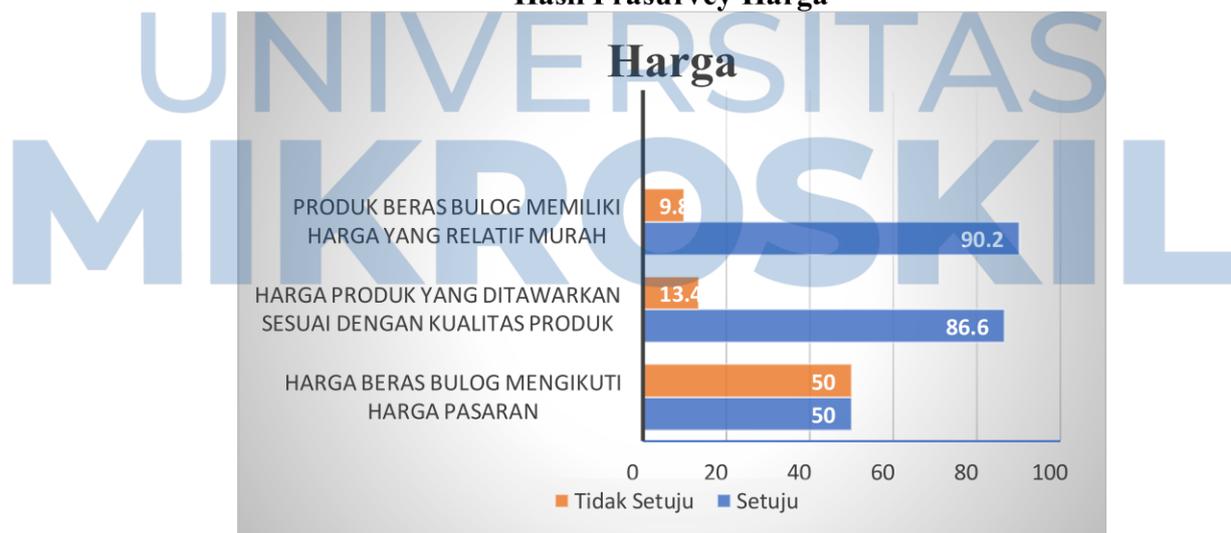
Tabel 2.1 Daftar Harga Beras Bulog Komoditi Komersial Perum Bulog

Nama Beras	Kemasan	Harga RPK
Beras Kita Medium	1 Kg	Rp 8,600
Beras Kita Premium	5 Kg	Rp 54,000
Beras Andaliman	5 Kg	Rp 64,000
Beras Danau Toba	5 Kg	Rp 60,000
Beras Queensativa	5 Kg	Rp 54,000
Beras Bukit Barisan	10 Kg	Rp 110,000
Beras Fortivit	1 Kg	Rp 14,000
Beras KPSH	5 Kg	Rp 46,250

Sumber : Perum Bulog Subdiv Tanjung Morawa ,Desember 2021

Dari Tabel 2.1 dapat kita lihat bahwa harga beras Bulog yang tertera di tabel berbeda – beda harga dan kualitas nya. Dan masih terbilang murah dari beras produk lain, Untuk yang terkenal di pasaran dan banyak ibu rumah tangga yang mengonsumsinya adalah beras Kita Medium, dari sini kita dapat melihat bagaimana kepuasan konsumen dari ibu rumah tangga. Berikut hasil presurvey kepada 100 responden yang mengonsumsi produk beras dari Bulog untuk melihat kondisi harga sebagai berikut :

Hasil Prasurvey Harga



Sumber : Hasil Penelitian Prasurvey 2022

Gambar 3.1 Hasil Prasurvey Harga

Berdasarkan gambar 3.1 dapat kita lihat dari 100 responden 10 orang mengatakan bahwa produk beras Bulog memiliki harga yang sebanding di pasaran, dan 90 orang mengatakan bahwa harga dari beras Bulog relative lebih murah dari pada harga dipasaran , dan 13 orang mengatakan produk yang ditawarkan Bulog tidak sesuai karena ada kualitas yang menengah rasa berbeda dengan harga yang ditawarkan dan 87 orang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh Bulog sesuai dengan harga kalau kualitas yang bagus harga pun lebih mahal ,kalau kualitas medium harga lebih murah. Dan 50 orang mengatakan bahwa harga dari beras Bulog tidak mengikuti pasaran karna dari beras lain beras Bulog yang paling murah , 50 orang lagi mengatakan bahwa produk dari bulog mengikuti harga pasaran, jadi secara keseluruhan sebanyak 80 % responden mengatakan bahwa produk beras dari bulog relative lebih murah dari produk lain. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial [9]. Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa harga sama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [10].

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu promosi. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan [11]. Dalam hal ini promosi sangat dibutuhkan dalam menawarkan barang atau jasa yang akan kita tawarkan kepada konsumen.

Promosi yang dilakukan oleh Perum BULOG berupa kegiatan seperti menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan/ dijual ke masyarakat, ke pasar induk dan grosir grosir yang menjual sembako. Selain itu kegiatan pemasaran juga dilakukan dengan desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat yang dilakukan oleh tim marketing yang bergerak langsung dilapangan, dan di beberapa desa Bulog juga menggelar paket sembako dengan harga terjangkau bagi masyarakat yang membutuhkan, promosi tersebut

mengongsong Hari Ulang Tahun Kemerdekaan RI. Dan di masa pandemic covid Bulog juga melakukan promosi melalui daring dengan mengakses iPanganandotcom yaitu melalui jaringan gurita pangan yang dibina langsung oleh Bulog yaitu Rumah Pangan Kita (RPK). Bulog memiliki akun resmi di Tokopedia yaitu Bulog official store dan di Shoppe yaitu BULOG Official Shop [12]. Berikut hasil presurvey kepada 100 responden yang mengonsumsi produk dari Bulog yang menunjukkan kondisi promosi sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian Prasurvey 2022

Gambar 4.1 Hasil Prasurvey Promosi

Berdasarkan gambar 4.1 dapat kita lihat dari 100 responden 30 orang mengatakan bahwa promosi di hari hari besar seperti lebaran,natal Hut RI masih jarang dilakukan di tempat mereka dan 70 orang mengatakan promosi sering dilakukan di hari besar. Dan 14 orang mengatakan mereka tidak tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh Bulog dan 86 orang mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Bulog sangat menarik perhatian sehingga mereka tertarik untuk membeli produk tersebut. Dan 39 orang mengatakan produk Bulog jarang melakukan promosi , dan 61 orang mengatakan Bulog sering melakukan promosi karena mereka sering mendapatkan produk yang murah dari promosi tersebut. jadi secara keseluruhan sebanyak 40 % responden mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Perum Bulog belum baik . Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya promosi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen [13]. Hasil

penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen [14].

Berdasarkan uraian fenomena latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Perum BULOG (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Polonia)”.

1.1. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG di Kelurahan Polonia Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG di Kelurahan Polonia Medan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG di Kelurahan Polonia Medan?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG di Kelurahan Polonia Medan?

1.2. Ruang Lingkup

Melihat luasnya ruang lingkup yang dikaji dalam penelitian ini maka Ruang Lingkup yang dikaji dibatasi sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini membahas hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang berupa kualitas produk, harga dan promosi, Kepuasan Konsumen yang termasuk variable terikat sebagai (Y).
2. Variabel bebas yaitu Kualitas Produk sebagai Variabel (X_1), Harga sebagai Variabel (X_2), Promosi sebagai Variabel (X_3).
3. Objek penelitiannya adalah konsumen produk Beras dari Perum BULOG di Kelurahan Polonia.
4. Periode Pengamatan dalam Penelitian ini dimulai pada tahun 2021 sampai 2022.

1.3. Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya yang terkait dengan kualitas produk, harga serta promosi yang berpengaruh dengan kepuasan konsumen pada Perum BULOG. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan, yaitu Perum BULOG dalam mengambil kebijakan-kebijakan dalam menjalankan bisnisnya. Khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan promosi. Sehingga kepuasan konsumen Beras tetap dapat terjaga dan membuat masyarakat menjadi memiliki loyalitas yang lebih tinggi.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG.

1.5. Originalitas Penelitian

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang hampir serupa dengan penelitian ini, dimana penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti yg dilakukan

oleh Aldi An Nurfalalah, Surti Zahra, Mohammad Bayi Tabrani pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten” [4]

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variable kualitas produk dan harga sedangkan penelitian ini menggunakan variable kualitas produk, harga, dan promosi. Disini peneliti menambahkan variable promosi dikarenakan variable promosi pada Perum Bulog sangat sempit yang artinya ruang lingkupnya masih minim untuk diteliti sehingga peneliti menambah variable promosi agar dapat diketahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Perum BULOG.
2. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2020, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022.
3. Objek penelitian sebelumnya adalah konsumen kedai kopi mustafa85 di Pandeglang Banten, sedangkan objek penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Kelurahan Polonia yang merupakan konsumen dari Perum BULOG.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL