

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus bisa memberikan kepuasan terhadap para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang berkualitas, promosi yang menarik, dan menawarkan harga yang terjangkau dibanding para pesaingnya. Banyak cara dalam mendapatkan peluang usaha, salah satunya yaitu usaha di bidang *outdoor*. Hal ini menjadikan perusahaan peralatan petualangan alam terbuka memiliki potensi pasar tersendiri untuk menciptakan produk yang lebih kreatif disamping mementingkan model yang menarik, produk harus sesuai dengan standar keselamatan dan keamanan. Salah satu perusahaan yang memproduksi dan menjual peralatan petualangan alam terbuka yaitu Consina. Tingkat persaingan usaha di Indonesia cukup ketat karena setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam mendapatkan konsumen baru.

Merek adalah faktor penting dalam proses memperkenalkan produk yang dihandalkan oleh perusahaan kepada konsumen. Merek juga menjadi sebuah aset bagi perusahaan dan digunakan di sejumlah produknya atau yang mana pemakai merasakan manfaat dan terpenting mempunyai nama yang mudah diingat. Menurut Kartajaya merek yaitu simbol yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut

yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa (Marpaung *et al.*, 2020).

Consina ini didirikan pada tahun 1994 oleh seorang pria bernama Disyon Toba di Bekasi. Consina merupakan perusahaan khusus yang bergerak di bidang manufaktur dan retail peralatan dan perlengkapan petualangan alam untuk penikmat alam terbuka. Pada tahun 2001, Disyon resmi mendirikan badan hukum berupa PT Consina Segara Alam (Aswan, 2019). Consina sendiri memiliki berbagai macam produk yang dipasarkan yaitu tas gunung atau biasa disebut *carrier*, jaket gunung, tenda, topi, sandal gunung, *waist bag*, baju, sarung tangan dan berbagai aksesoris lainnya. Produk Consina sendiri memiliki bentuk produk yang cukup rapi dan kuat jahitannya. Consina mempunyai berbagai macam produk dan harga yang terjangkau (*shop.consina-adventure.cpm*, 2011). Dengan kualitas yang sangat baik, perusahaan Consina harus memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen agar konsumen yang membeli produk consina merasa puas dan tidak kecewa.

Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* bagi pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa oleh karena itu kualitas berhubungan dekat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kotler & Amstrong menyatakan arti dari kualitas produk yaitu kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Lenzun *et al.*, 2014).

Harga merupakan besaran rupiah yang harus dikeluarkan seorang pelanggan untuk memperoleh sebuah produk dan terjangkau oleh pelanggan (Priansa & Wibowo, 2017:146). Harga yaitu sejumlah uang yang dibutuhkan agar mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya, sedangkan kepuasan konsumen adalah salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen bisa meningkatkan intensitas membeli bagi konsumen tersebut. Dengan terbentuknya tingkat kepuasan konsumen yang baik maka membantu terciptanya loyalitas di benak konsumen yang merasa puas tadi. Kepuasan ditinjau dari sebaik apa harapan konsumen dipenuhi (Napitupulu, 2019).

Banyak perusahaan yang menawarkan merek, kualitas produk yang bagus dan harga terjangkau bagi konsumen untuk melakukan kegiatan *outdoor*. Beberapa perusahaan yang sudah ternama di dalam industri penyedia alat- alat *outdoor* yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1 Peralatan *Outdoor* Terbaik Buatan Indonesia

Peralatan <i>outdoor</i> terbaik di Indonesia
Eiger
Consina
Avtech
Cartenz
Jayagiri
Merapi Mountain
Alpina
Claw
Gravell
Forester

Sumber : www.cekaja.com (2020)

Menurut tabel 1.1 diatas ranking peralatan *outdoor* terbaik adalah merek Eiger dan diposisi kedua adalah merek Consina. Kedua merek ini menempati posisi paling atas sebagai peralatan *outdoor* terbaik di Indonesia yang sudah cukup terkenal di dunia pendakian. Untuk desainnya, Consina juga tak kalah modis. Bahkan Consina juga mempunyai kelebihan di desain apparelnya, dan bisa dibilang lebih *stylish* dari eiger. Consina terkenal akan kualitas produknya yang kuat dan awet. Banyak tas-tas *carrier* Consina dikelas *new entry level* mempunyai kualitas yang baik dan laku pesat dipasaran serta Consina mampu memberikan harga yang paling murah dibandingkan merek Eiger dan Rei dengan kualitas yang relatif hampir sama (Lestari, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis tingkat kepuasan konsumen produk *outdoor* consina berdasarkan merek, kualitas produk dan harga yaitu (Marpaung *et al.*, 2020) dalam studinya Pengaruh Harga, Promosi Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan *Skin Care* Himalaya Pada PT. *The Himalaya Drug Company* di Medan menjelaskan bahwa harga, promosi, dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Napitupulu, 2019) dalam studinya Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa.

Menurut (Lenzun *et al.*, 2014) dalam studinya Pengaruh Kualitas Poduk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel

menunjukkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut (Wahyuni *et al.*, 2017) dalam studinya Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Serabi Di Kota Surakarta (Studi Kasus Pada Konsumen Srabi Notosuman) menunjukkan bahwa 3 variabel bebas berupa citra merek, kualitas produk, dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen produk serabi yang ditawarkan Serabi Notosuman secara simultan dan parsial.

Menurut (Cahyani & Sitohang, 2016) dalam studinya Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa hasil Uji kelayakan model diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas produk adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan harus bisa bersaing agar mampu menguasai pangsa pasar produk peralatan dan perlengkapan petualangan alam terbuka. Namun, untuk mencapai hal tersebut perlu strategi yang matang dalam mencapai tujuan perusahaan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat bertujuan agar perusahaan dapat bertahan di ketatnya persaingan pasar saat ini. Perusahaan dikatakan berhasil apabila bisa memproduksi dan menjual hasil produksinya secara berkelanjutan

dengan jumlah yang semakin meningkat dan dapat memberikan rasa kepuasan kepada konsumennya.

Para wisatawan nusantara maupun mancanegara yang datang ke Kabupaten Lumajang membawa perubahan fenomena baru untuk sebagian masyarakat yang ada di Kabupaten Lumajang. Belakangan ini anak muda memiliki hobi baru yaitu menikmati alam bebas dengan bertujuan untuk melepas kepenatan setelah banyak melakukan kegiatan sekolah maupun masalah pekerjaan, banyak diantara mereka yang menggunakan produk *outdoor* Consina untuk kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah dan kegiatan lainnya. Terutama bagi pecinta alam bebas ataupun para pendaki di Lumajang biasanya menggunakan produk *outdoor* yang memiliki harga cukup terjangkau dengan kualitas yang baik. Masalah yang sering muncul dalam Kepuasan Konsumen adalah dimana konsumen membentuk harapan mereka berdasarkan pesan yang diterima dari penjual, orang lain, teman, dan sumber informasi lainnya. Jika penjual menginformasikan keunggulan suatu produk sedangkan konsumen tidak dapat merasakan keunggulan suatu produk tersebut, maka pelanggan akan mengalami harapan yang sia-sia. Semakin tinggi tingkat kesenjangan antara harapan dan mutu, maka akan semakin besar ketidakpuasan pelanggan. Perusahaan harus bisa mengambil keputusan untuk meminimalisir jumlah ketidakpuasan pasca pembelian lalu menggantinya dengan kepuasan yang lebih dari pelayanan produk yang diberikan. Sehingga perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen secara utuh. Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti memutuskan untuk mengambil judul sebagai berikut : **“Analisis**

Tingkat Kepuasan Konsumen Produk *Outdoor* Consina Berdasarkan Merek, Kualitas Produk dan Harga Di Lumajang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh merek terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang ?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang ?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang ?
- d. Apakah terdapat pengaruh merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan dalam mengatasi permasalahan terhadap kepuasan konsumen pada produk *outdoor* Consina di Lumajang. Secara khusus tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang di uraikan yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang

- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dipaparkan, maka manfaat yang dapat diperoleh dalam penulisan ini adalah:

- a. Manfaat praktis

- 1) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan pikiran mengenai merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen serta menjadi saran yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.

- 2) Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan berfikir di bidang manajemen khususnya Manajemen Pemasaran agar menambah wawasan dan pengetahuan mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina berdasarkan merek, kualitas produk dan harga di Lumajang.

- 3) Bagi Peneliti Lain

Dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran khususnya tentang analisis tingkat kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina berdasarkan merek, kualitas produk dan harga di Lumajang serta dapat dijadikan sebagai referensi dasar pelaksanaan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

b. Manfaat teoritis

Berupa tambahan bahan referensi yaitu memperkaya bukti empiris tentang tingkat kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina berdasarkan merek, kualitas produk dan harga di Lumajang.

