

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan perekonomian di Indonesia berjalan sangat pesat dengan dampak perkembangan teknologi. Hal itu juga berjalan yang seiring dengan ketatnya dalam dunia persaingan kerja ataupun industri untuk mendapatkan penghasilan. Maka dengan berbagai cara yang dilakukan untuk menjaga persaingan (Pane, 2016). Dunia industri saat ini sangat ketat dalam persaingan yang mengakibatkan para pemilik bisnis untuk membuat terobosan supaya produknya terjual di pasaran (Mahmud, 2021). Hal ini dikarenakan, tujuan utama membangun bisnis adalah untuk mencari keuntungan. Hal utama yang dapat mempengaruhi daya tarik perusahaan dalam menjual produknya yaitu dengan strategi promosi penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan, menciptakan berbagai macam produk dengan varian yang berbeda serta besaran harga yang menguntungkan antara penjual dan pembeli (Mahmud, 2021).

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan (Purba et al., 2021). Perusahaan akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Persaingan bisnis yang semakin kuat dan ketat, yang ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan pesaing yang bermunculan menuntut perusahaan untuk semakin gencar dalam menarik dan mempertahankan konsumen (Rohmiatin, 2019).

*Home* industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang berupa pengelola barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, pelaku bisnis harus dapat melakukan sesuatu yang lebih baik dari pesaingnya. Dengan memberikan suatu yang penting kepada pelanggan berupa produk yang lebih baik, harga yang lebih rendah ataupun pelayanan yang lebih baik. Dengan begitu diharapkan perusahaan dapat memenangkan persaingan dan menarik minat pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam menarik minat konsumen dalam pasar tertentu maka harus merumuskan kombinasi aspek aspek strategi dengan tepat dan menggunakan teknik-teknik yang sesuai dengan perilaku konsumen. Perusahaan berupaya untuk mencari strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan (Rohmiatin, 2019).

Persaingan *home* industri saat ini sangatlah ketat, salah satu sebabnya karena adanya pandemi covid-19. Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menjadikan masyarakat berbondong-bondong untuk mendirikan *home* industri. Hal ini tentunya *home* industri harus memiliki strategi-strategi yang lebih unggul dalam hal dunia persaingan bisnis. Pada umumnya pemilik bisnis menginginkan seorang konsumen yang bertahan selamanya, karena konsumen yang setia merupakan suatu hal yang berharga. Strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan dalam menarik minat konsumen diantaranya meningkatkan kualitas produknya, melakukan promosi berupa potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak dan strategi pemasaran.

*Home* industri keripik Tela rumah Ike di Pasirian merupakan sebuah usaha kecil yang di dirikan oleh perorangan sejak tahun 2018. Lokasi *home* industri berada di Jalan Raya Pasirian dengan posisi yang strategis karena secara wilayah

pemasaran tepat berada di tengah-tengah kecamatan Pasirian. Keadaan tersebut membuat keripik tela harus menghadapi persaingan yang ketat. Hal ini dikarenakan seiring berjalannya waktu muncul *home* industri lain dengan memproduksi produk yang sama. Namun *home* industri keripik Tela rumah Ike di Pasirian ini menciptakan sebuah pelayanan yang membuat para konsumen merasa puas saat membeli produknya. *Home* industri ini menciptakan kepuasan dalam hal pelayanan dan produk yang dijual.

Kotler & Amstrong (2014:150) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan Ritel dalam buku pemasaran adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen akhir bagi penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis. Kepuasan konsumen adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan (Kasmir, 2017:236). Kepuasan konsumen adalah perasaan puas konsumen mengenai produk yang telah mereka beli. Kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike sangat diperhatikan dengan baik dilihat pada peneliti mengunjungi *home* industri keripik Tela Rumah Ike di Pasirian. Konsumen yang melakukan pembelian keripik Tela mereka sangat antusias dengan membeli dalam jumlah banyak. Dengan hal itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di *home* industri keripik tela rumah Ike di antaranya *marketing online*, daya saing produk dan harga.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan *home* industri dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di antaranya *marketing online*, daya saing produk dan harga.

Saat ini pelaku bisnis menerapkan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat menggait para konsumen untuk membeli produknya. Strategi pemasaran saat ini yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis yaitu menawarkan produknya melalui media sosial yang biasa disebut dengan *marketing online*. *Marketing online* adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan secara *online*, melalui komputer untuk mempromosikan barang atau jasa dan menghubungkan antara penjual dan konsumen secara langsung (Widyawati & Faeni, 2021). *Marketing online* adalah sebagai usaha-usaha untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui media Internet (Mahajan, 2015). *Marketing online* adalah sebuah pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha melalui media internet guna mempercepat tersebarnya informasi penjualan produk.

*Marketing online* merupakan sebuah strategi untuk membuat terobosan pemasaran pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian. Pemilik *home* industri melakukan *marketing online* pada sebuah platform *e-commerce* *shopee* dan media sosial *instagram* dan *whatsapp*. Berikut ini contoh dari *marketing online* yang dilakukan oleh *home* industri Rumah Ike melalui media sosial *Whatsapp*.



Gambar 1.1 *Marketing online* melalui *Whatsapp*

Sumber: *Whatsapp Home* Industri Rumah Ike Pasirian, 2022

Faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen kedua yaitu harga yang merupakan hal penting untuk menjadi pertimbangan konsumen. Secara umum harga menunjuk pada nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011:169). Harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Upaya yang dilakukan pihak produsen untuk menarik, membentuk dan mempertahankan konsumen adalah memberikan harga sesuai dengan standar yang berlaku. Dengan harga yang diberikan pihak produsen diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga kedepannya tercipta niat berkunjung kembali dan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang kuat untuk tetap menggunakan produk barang atau jasa (Putri & Trisnowati, 2021).

Harga adalah nilai yang diberikan ke penjual oleh seorang pembeli untuk mendapatkan produk yang kita inginkan. Pada *home* industri keripik tela Rumah Ike di Pasirian menjual semua produknya dengan harga yang ramah pada konsumen yaitu sebesar Rp. 5.000 dalam 1 *pouch* plastik dengan berat 120 gram. Harga tersebut merupakan harga yang murah untuk ditawarkan kepada konsumen di semua kalangan.



Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ketiga yaitu daya saing produk. Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler & Armstrong, 2010). Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen (Rahmiati & Baktiono, 2015).

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen yang memiliki nilai untuk di perhatikan, di beli atau dikonsumsi. *Home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian memproduksi berbagai macam produk diantaranya keripik tela, basreng dan kulpi renyah. Berbagai produk yang diproduksi oleh *home* industri tersebut memiliki banyak varian rasa seperti pedas, original, balado dan *barbeque*. Berikut produk dari *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian:



Gambar 1.2 Produk *Home* Industri Keripik Tela Rumah Ike Pasirian

Sumber: *Home* Industri Rumah Ike Pasirian, 2022

Penelitian terdahulu (Widyawati & Faeni, 2021) dengan judul “Pengaruh *Marketing Online*, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur”. Hasilnya *Marketing online* dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(Wantojo, 2018) dengan judul “Pengaruh Daya Saing Produk, Harga, Tempat dan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Emas Sumber Djaja”. Hasilnya menunjukkan bahwa Daya saing produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko emas Sumber Djaja”. Harga, tempat dan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko emas Sumber Djaja.

(Nurfalah et al., 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten)”. Hasilnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(Widyawati & Faeni, 2021) yang berjudul “Pengaruh *Marketing Online*, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur”. Hasilnya bahwa *marketing online* dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal yang menjadi sebuah fenomena pada penelitian ini yakni pada sebuah *home* industri yang masih dalam tahap merintis, namun memiliki konsumen yang banyak dari semua kalangan yang tersebar di Kecamatan Pasirian. Pemilik *home* industri ini melakukan sebuah strategi *marketing online* melalui media sosial *instagram* dan *whatsapp* serta *e-commerce shopee* untuk memasarkan produknya. Karena saat ini pemasaran produk melalui media *online* informasinya lebih cepat

sampai kepada para konsumen. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau sehingga para konsumen dapat dengan mudah untuk mendapatkan produk dengan berbagai varian rasa dari *home* industri ini.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *marketing online*, harga dan daya saing produk terhadap kepuasan konsumen *home* industri keripik tela Rumah Ike di Pasirian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu diatas terletak pada obyek penelitian dan beberapa variabel yang digunakan, dimana penelitian ini mengambil obyek *home* industri keripik tela Rumah Ike di Pasirian dan variabel yang digunakan adalah *marketing online*, harga, daya saing produk dan kepuasan konsumen.

Alasan yang mendasari peneliti mengambil judul tersebut dikarenakan *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian ini mempunyai strategi pemasaran secara *online* dengan melalui media sosial (*instagram*, *whatsapp*) dan *e-commerce* (*shopee*). Begitu pula dengan harga yang ditawarkan untuk semua produk dengan varian produk yang berbeda sangat ramah di semua kalangan baik pelajar maupun dewasa karena *home* industri tersebut menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang, fenomena dan alasan peneliti yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Marketing Online*, Harga dan Daya Saing Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada *Home* Industri Keripik Tela Rumah Ike di Pasirian”.



## 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, serta paparan tentang ruang lingkup permasalahan agar tidak berganti arah dari apa yang telah ditetapkan pembatasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini merupakan penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran yang difokuskan pada pengukuran *marketing online*, daya saing produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dari *home* industri keripik tela rumah Ike di pasirian.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *marketing online* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian ?
2. Apakah daya saing produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian ?
4. Apakah *marketing online*, daya saing produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah”

1. Untuk mengetahui pengaruh *marketing online* terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian
2. Untuk mengetahui pengaruh daya saing produk terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian
4. Untuk mengetahui pengaruh daya saing produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memberikan referensi dan dapat digunakan untuk menguji kembali terkait manajemen pemasaran *marketing online*, daya saing produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi pihak-pihak yang terkait terutama bagi pihak *home* industri yang khususnya industri keripik tela rumah Ike di Pasirian.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi *Home* Industri Rumah Ike di Pasirian

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi *home* industri rumah Ike di Pasirian, khususnya tentang *marketing online*, daya saing produk dan harga terhadap kepuasan konsumen untuk memperbaiki dan meningkatkan pemasaran produknya.

### b. Bagi Peneliti

Sebagai media belajar dalam mencari informasi dan wawasan lebih luas dalam mengembangkan kemampuan dan pengalaman peneliti dalam berpikir secara ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Serta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menambah referensi bacaan mengenai pemasaran yang dapat berguna bagi ilmu pengetahuan tentang *marketing online*, daya saing produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *home* industri keripik tela rumah Ike di Pasirian.