

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jamur tiram putih (*pleurotus ostreotus*) merupakan jenis jamur yang banyak dikonsumsi di Indonesia. Konsumsi rata-rata jamur di Indonesia tergolong tinggi yaitu 0,179 kg jamur per tahun (Effendi, 2016). Kesadaran masyarakat tentang hidup sehat berpengaruh positif terhadap peningkatan konsumsi jamur yang rata-rata mencapai 20%-25% per tahun. Di Indonesia budidaya jamur mulai di rintis dan di perkenalkan pada petani terutama di desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan. Jamur tiram putih (*pleurotus ostreotus*) memiliki cita rasa yang khas, jamur tiram juga memiliki nilai gizi yang tinggi. Jamur tiram mengandung protein sebanyak 19 – 35% dari berat kering jamur, dan karbohidrat sebanyak 46,6 – 81,8%. Selain itu jamur tiram mengandung tiamin atau vit.B, serta beberapa garam mineral dari unsur-unsur Ca, P, Fe, Na, dan K dalam komposisi yang seimbang. Bila dibandingkan dengan daging ayam yang kandungan proteinnya 18,2 gram, lemaknya 25,0 gram, namun karbohidratnya 0,0 gram, maka kandungan gizi jamur masih lebih lengkap sehingga tidak salah apabila dikatakan jamur merupakan bahan pangan masa depan.

Budidaya jamur tiram putih memiliki prospek ekonomi yang baik. Jamur tiram merupakan salah satu produk komersial dan dapat di kembangkan dengan teknik yang sederhana. Bahan baku yang dibutuhkan tergolong bahan yang murah dan mudah diperoleh seperti serbuk gergaji, dedak dan kapur, sementara proses budidaya sendiri tidak membutuhkan berbagai pestisida atau bahan kimia lainnya.

Selain itu, konsumsi masyarakat akan jamur tiram cukup tinggi, sehingga produksi jamur tiram mutlak diperlukan dalam skala besar. Suhu optimum untuk pertumbuhan tubuh buah jamur tiram adalah 20 - 28 C, dengan kelembaban 80 – 90%. Pertumbuhan jamur tiram membutuhkan cahaya matahari tidak langsung, aliran udara yang baik, aliran udara yang baik, dan tempat yang bersih.

Berikut adalah tabel penjualan Jamur Tiram Di Desa Bangun Rejo periode bulan Januari sampai bulan November 2019:

Tabel 1.1 Penjualan Jamur Tiram

BULAN	PENJUALAN/KG
Januari 2019	100 kg
Februari 2019	50 kg
Maret 2019	56 kg
April 2019	75 kg
Mei 2019	100 kg
Juni 2019	67 kg
Juli 2019	95 kg
Agustus 2019	90 kg
September 2019	89 kg
Oktober 2019	90 kg
November 2019	80 kg

Jamur tiram menjadi makanan favorit kalangan masyarakat terutama pada masyarakat Desa Bangun Rejo, untuk mengkonsumsi jamur tiram tersebut masyarakat hanya cukup memesan dengan cara delivery atau datang langsung ke tempat pembuatan jamur tiram. Jika pelanggan memilih memesan dengan cara delivery maka pelanggan harus siap untuk membayar biaya ongkos kirim sesuai alamat pelanggan. Beberapa UMKM yang menjadi pesaing Usaha Jamur Tiram ini adalah Usaha Jamur Tiram lainnya yang berada persis sama di Desa Bangun Rejo.

Dengan semakin banyak UMKM yang serupa berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut diyakini adanya persaingan harga yang banyaknya alternatif pilihan jamur tiram yang lebih murah. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif dan mampu memilih salah satu diantara alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Mengatasi keadaan tersebut maka pada usaha jamur tiram khususnya Di Desa Bangun Rejo harus mampu menciptakan suatu kepuasan pelanggan.

Dengan mengkonsumsi jamur tiram maka konsumen dapat hidup sehat karena jamur tiram putih banyak mengandung vitamin jika tidak salah dalam proses pengolahannya. Tidak hanya menjaga kesehatan dengan mengonsumsi jamur tiram putih tetapi juga dengan olahraga. Namun ada hal lain yang diketahui bahwa jamur tiram putih dapat mengandung racun apabila salah dalam proses budidaya itu sendiri. Jumlah konsumsi jamur tiram pada desa Bangun Rejo meningkat 50% karena rasa jamur tiram sendiri yang kenyal dan legit.

Dalam keadaan persaingan yang ketat terutama dalam pasar pembeli, peranan kualitas produk dan biaya peralihan sangat penting terutama untuk menciptakan terjadinya loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen. Menurut **(Rizal & Bulan, 2016)** loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. **(Mindari, 2020)** mengemukakan loyalitas pelanggan adalah suatu sikap konsumen yang menunjukkan kesetiaan pada perusahaan dengan tetap membeli satu merek atau produk tersebut, bila yang didapat konsumen sesuai yang diharapkan maka konsumen akan melakukan pembelian kembali, hal ini dapat menimbulkan kesetiaan terhadap konsumen.

Menurut **(Galih, 2015)** yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah citra merek. Kenyataan yang terjadi saat ini adalah konsumen sangat sadar akan keberadaan merek, karena konsumen menganggap citra merek sebagai kepuasan pelanggan tersendiri dan menciptakan rasa bangga bagi pemakainya sebagai pembeda dengan produk lainnya.

Kesetiaan pelanggan juga dapat mendorong pengembangan usaha dengan memberikan masukan atau saran kepada pengusaha agar meningkatkan kualitas produk pada sebuah. Kualitas produk sangat penting dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang akan digunakan oleh pelanggan. Kesetiaan pelanggan juga dapat mendorong pengembangan usaha dengan memberikan masukan atau saran kepada pengusaha agar meningkatkan kualitas produk.

Kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk menentukan positioning produknya di pasar. Perusahaan diharuskan memilih tingkat produk dari setiap produk yang akan dihasilkannya dimana nantinya dapat membantu meningkatkan atau mempertahankan positioning produk dalam pemasarannya **(Lie, Butarbutar, & Wijaya, 2018).****(Ernawati, 2019)** kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa.**(Amilia & Nst, 2017)** kualitas adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Salah satu aspek yang diindikasikan memberikan kepuasan konsumen adalah biaya peralihan melalui dimensi keterjangkauan harga. **(Studi, Fakultas, Dan, & Magelang, 2020)** mendefinisikan biaya peralihan sebagai pengembangan model layanan atau dengan beralih perilaku yaitu tidak sengaja, beralih masalah etika, pertemuan produk gagal, ketertarikan oleh persaingan, dan respons karyawan terhadap kegagalan produk.

Dalam setiap persaingan, pebisnis memiliki strategi tersendiri yang dianggap lebih baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan

memberikan rasa puas secara maksimal terhadap pelanggan. Tujuan dari suatu usaha adalah dapat menciptakan rasa puas terhadap pelanggan.

(**Andrian & Fadillah, 2021**) mengemukakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut (**Saparudin, 2021**) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, kepuasan pelanggan ini berkaitan dengan tingkat perasaan pelanggan atau seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Menurut (**ARINGGA, 2021**) kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh nasabah sama dengan ekspektasi nasabah itu sendiri.

Dari fenomena yang ada, perusahaan harus meneliti faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab menurunnya loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk jamur tiram putih, serta sejauh mana faktor-faktor tersebut dapat secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan tersebut. Selanjutnya perlu diteliti juga seberapa besar implikasi loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil survey yang dilihat pada lokasi tempat “Budidaya” Jmur Tiram terlihat para pekerja dengan semangat mengumpulkan serbuk gergaji dan memasukannya ke dalam plastik yang sudah di sediakan sebagai bahan utama untuk tempat pertumbuhan jamur tiram kemudian melubangi plastik yang sudah diisi tadi dengan paku untuk sirkulasi udara. Karena bahayanya serbuk gergaji

yang dipakai maka pekerja mengenakan pakaian lengkap dengan lengan panjang dan memakai masker sebagai penutup mulut dan hidung agar serbuk gergaji tidak masuk dan juga tidak lupa memakai sarung tangan. Namun beberapa dari pekerja juga ada yang tidak memakai masker dan baju lengan panjang. Kualitas jamur tiram terlihat sehat dan segar, namun beberapa dari jamur tersebut juga ada yang sedikit layu dan hampir busuk sehingga menciptakan ketidakpuasan bagi para pelanggan yang gemar akan jamur tiram, apa lagi dengan harga yang menguras kantong

Ketidakpuasan ini terjadi biasanya karena jamur yang seharusnya tidak layak lagi untuk dikemas tetapi tetap dimasukkan dalam kemasan dengan tertutup oleh jamur yang segar lainnya sehingga pelanggan kecewa, dan juga karena kurang baiknya pekerja terhadap pelanggan yang datang seperti, ketika melakukan proses tawar-menawar penjual menunjukkan wajah yang kurang akan keramahan dan juga penjual akan menunjukkan wajah yang beda pada saat pelanggan datang hanya bertanya saja tetapi tidak membeli.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BIAYA PERALIHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA JAMUR TIRAM DI DESA BANGUN REJO KECAMATAN SANGIR KABUPATEN SOLOK SELATAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak factor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kualitas produk karena kelalaian dari pekerja
2. Loyalitas pelanggan masih kurang karena sifat pribadi pekerja
3. Kepuasan pelanggan masih belum terpenuhi
4. Biaya beralih yang masih kurang kejelasannya
5. Kurangnya kualitas produk karena perubahan cuaca
6. Kepuasan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi
7. Loyalitas pelanggan masih kurang karena kurangnya kualitas produk.
8. Konsumen belum merasakan nilai yang didapati
9. Masih rendahnya hubungan pelanggan
10. Rendahnya kepercayaan pelanggan

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis membatasi masalah ini dengan Kualitas Produk (X_1) dan Biaya Peralihan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?
2. Apakah biaya peralihan berpengaruh pada loyalitas pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?
4. Apakah biaya peralihan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?
5. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan ?
7. Apakah biaya peralihan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis?

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.
2. Untuk mengetahui apakah biaya peralihan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.
4. Untuk mengetahui apakah biaya peralihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.
6. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.

7. Untuk mengetahui pengaruh biaya peralihan berpengaruh loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Usaha Jamur Tiram di Desa Bangun Rejo Kecamatan Sangir Kabupaten Solok Selatan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Bagi Peneliti

Merupakan salah satu sarana bagi peneliti untuk berfikir ilmiah serta mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang peneliti dapatkan dari aktifitas perkuliahan jurusan manajemen pemasaran Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

B. Bagi Akademik

Penulis mengharapkan dari hasil penelitian ini dan dari data yang telah dikumpulkan dapat menjadi pertimbangan sivitas atau universitas dan perbaikan nilai suatu akademik.

1.6.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat menjadi media pembelajaran secara nyata oleh peneliti, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di bangku kuliah. Hasil penelitian ini juga dapat diberikan referensi bagi pengembang ilmu pengetahuan khususnya mengenai ilmu manajemen pemasaran dan untuk mempertajam pengetahuan mengenai perilaku konsumen.