

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi saat ini dicirikan oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat dan canggih, menyebabkan perubahan dalam pola konsumsi masyarakat. Hal ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk mengadaptasi sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen sehingga bisa bersaing di pasaran yang kompetitif. Untuk bertahan dan berkembang, pengelola bisnis harus mampu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, harga, fasilitas dan lokasi. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2007).

Indonesia adalah salah satu negara agraris dengan mayoritas masyarakatnya bekerja di sektor pertanian yang artinya sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara. Salah satu subsektor yang memberikan kontribusi terhadap sektor pertanian adalah hortikultura. Hidroponik melon merupakan salah satu sub sektor dari hortikultura, tanaman pada budidaya hidroponik umumnya jenis sayur-sayuran dan buah-buahan. Made Fresh adalah salah satu perusahaan hidroponik yang memproduksi buah melon. Keunikan hidroponik melon Made Fresh di Kota Bogor pengunjung dapat memetik melon secara langsung dari kebun, dan diajak berkeliling oleh karyawan sambil dijelaskan bagaimana cara budidaya, jenis buah, tekstur buah dan lain sebagainya. Hal ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk.

Hidroponik Made Fresh menawarkan kelebihan dan keunikan produk perusahaan, seperti kualitas melon premium, kemudian pengunjung diperbolehkan memetik melon secara langsung, memberikan tester produk melon, menyediakan edukasi tentang proses budidaya melon, penyesuaian harga dengan kualitas, ketersediaan fasilitas untuk menikmati buah melon, dan lokasi strategis yang meningkatkan minat pembelian. Salah satu hal yang perlu di perhatikan adalah kualitas produk.

Namun dalam beberapa tahun terakhir semakin banyak pelaku usaha yang bergelut di bidang yang sama, akibatnya jumlah produksi buah melon semakin meningkat. Berdasarkan data Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura (DTPH, 2022) produksi buah melon di pulau Jawa mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, total produksi buah melon mencapai 100.906 ton. Pada tahun 2020, total produksi buah melon mencapai 112.332 ton. Sementara itu, pada tahun 2021, total produksi buah melon mencapai 108.414 ton. Hal ini menyebabkan perusahaan dihadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat dalam meraih konsumen. Para produsen bersaing untuk menawarkan berbagai keunggulan produk, harga, kenyamanan fasilitas, lokasi dan masih banyak hal lain yang mereka tawarkan kepada konsumen untuk mempertahankan kontinuitas pembelian dan kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan (Daga, 2017). Hidroponik Made Fresh memiliki kualitas produk yang baik dengan rasa yang manis dan tekstur melon yang *juicy* dan *crunchy*. Namun besarnya biaya produksi membuat harga melon Made Fresh cukup tinggi.

Selain faktor kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk. Jadi jika harga tersebut dapat mencerminkan nilai kualitas dari suatu produk, dengan kata lain adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maka dapat mendorong kepuasan pelanggan akan dicapai oleh pelanggan. Dimana produk yang dimaksud disini ialah melon. Pada perkebunan hidroponik biaya produksinya lebih tinggi di bandingkan dengan cara konvensional, dengan harga jual Rp. 50.000 per/kg (retail) dan Rp. 35.000 per/kg (grosir) hal ini menjadi permasalahan ketika panen raya dimana harga melon di pasar turun sehingga mengakibatkan terjadinya perang harga.

Disamping harga, fasilitas yang tersedia juga berperan menjadi faktor penentu kepuasan. Kepemilikan sebuah perusahaan tidak lepas dari fasilitas yang

disediakan untuk kenyamanan para konsumen. Saat ini fasilitas merupakan salah satu faktor pertimbangan bila konsumen akan melakukan kunjungan. Konsumen mempunyai anggapan atau pendapat bahwa fasilitas yang tersedia di Made Fresh dapat memenuhi harapannya. Fasilitas yang diharapkan konsumen antara lain dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas berfungsi dengan baik, kelengkapan alat yang digunakan sesuai spesifikasinya. Bila hal ini di penuhi akan membuat konsumen nyaman sehingga tertarik untuk berkunjung kembali. Namun terdapat beberapa kekurangan fasilitas yang tidak berfungsi dengan baik seperti pintu toilet yang sulit di tutup, tempat parkir yang kurang mencukupi, simbol atau keterangan tempat yang minim dan lain sebagainya. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam perusahaan sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono & Chandra 2016 dalam Kurniawan & Soliha, 2022). Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh perusahaan maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Tidak kalah penting yaitu lokasi yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen. Mudahnya akses menuju Made Fresh berpeluang tinggi terhadap konsumen untuk mengunjungi tempat tersebut. Lokasi hidroponik Made Fresh dekat dengan Gedung Olahraga (GOR) Bogor Utara, dan hanya beberapa meter dari jalan raya akan tetapi tidak ada plang petunjuk arah menuju Made Fresh sebagai tanda menuju ke perusahaan. Hal menyebabkan konsumen tidak menyadari keberadaan hidroponik Made Fresh. Lokasi yang mudah di akses, dekat perbelanjaan, mudah dijangkau kendaraan dan ketersediaan lokasi yang dapat menjangkau konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Bailia *et al.*, 2014).

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh variabel kualitas Produk, Harga, Fasilitas, dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen Hidroponik Made Fresh.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), fasilitas (X3), dan lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen secara simultan ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2) fasilitas (X3) dan lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial ?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen ?

## **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), fasilitas (X3), dan lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), fasilitas (X3) dan lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.
3. Menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

## **Manfaat Penelitian**

Segala hal yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat manfaat yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak-pihak lain yang terkait, yaitu:

1. Bagi Pelaku Usaha, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan tentang bagaimana kualitas produk, harga, fasilitas dan lokasi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga berguna untuk mempertahankan konsumen.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam agribisnis.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dengan topik penelitian sejenis.