

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Desa Penglatan, Buleleng, Bali terkenal sebagai desa yang kaya kuliner tradisional seperti dodol, iwel, kaliadrem, satu dan blayag. Diantara makanan tradisional khas Penglatan yang sangat terkenal di pasaran yaitu dodol, hal ini bisa dilihat bagaimana pemasaran industri dodol Penglatan ini hampir ke seluruh Bali, apalagi pada hari raya Agama Hindu terutama Galungan dan Kuningan, penjualan dodol ini bisa sampai berton-ton, bahkan mantan Presiden RI Megawati juga pernah membeli dodol di Penglatan.

Dodol merupakan salah satu makanan tradisional yang mudah dijumpai di beberapa daerah di Indonesia. Dodol memiliki rasa manis gurih, dengan berbagai rasa, tekstur lunak, digolongkan makanan semi basah Prayitno (2002). Meskipun dodol Penglatan dalam pengemasannya tidak ada label khususnya, akan tetapi masyarakat sudah bisa membedakan dodol khas Penglatan dengan dodol dari Daerah lainnya. Hal ini bisa dilihat dari segi rasa, yaitu dengan rasa yang manis dan gurih dilidah dengan banyak tersedia varian rasa. Dodol Penglatan dari segi pengemasan menggunakan kulit jagung kering sebagai bungkusnya, dengan bentuk lebih besar dari kebanyakan dodol di Daerah lain. Yang paling disenangi dari Dodol Penglatan selain rasanya, yaitu kualitas terjamin yang menggunakan bahan-bahan alami tanpa bahan kimia, meskipun tanpa bahan kimia dodol Penglatan bisa awet sampai sekitar satu bulan. Timbulnya industri dodol ini selalu memiliki latar

belakang, tidak hanya latar belakang sejarah tetapi juga latar belakang ekonomi, sosial, kebudayaan, dan keagamaan.

Industri dodol Penglatan ini berkembang dari tradisi lokal, yaitu dari usaha kecil yang hanya di gunakan pribadi atau untuk keperluan tertentu yang masih lingkup pemasarannya di sekitar Daerah sendiri. Kemudian barulah pada sekitar tahun 2000an industri dodol Penglatan ini berkembang menjadi industri 2 besar yang diawali oleh munculnya krisis ekonomi yang di alami Indonesia. Krisis ini menimbulkan kesusahan masyarakat di Desa Penglatan sehingga masyarakat berusaha mencari solusi, kemudian masyarakat memanfaatkan dodol sebagai usaha sampingan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Puncaknya pada sekitar tahun 2004 industri dodol ini mengalami perkembangan pesat hingga produksinya bisa mencapai berton-ton, terutama pada hari raya Galungan dan Kuningan sehingga banyak bermunculan *home industry* di desa Penglatan yang menyerap banyak tenaga kerja. Perkembangan dodol Penglatan ini tidak terlepas dari dodol sebagai proses industri secara ekonomi yang melibatkan faktor-faktor produksi. Salah satu faktor di industri dodol ini adalah dengan di tunjang adanya distributor yang tinggal di Daerah lain seperti Kota Denpasar. Ini juga salah satu faktor dodol Penglatan ini bisa di kenal luas dan menjadi terkenal di Bali.

Namun sejak tahun 3 tahun terakhir ini terdapat salah satu usaha dodol mengalami penurunan jumlah penjualan karena diduga berkurangnya loyalitas pelanggan, Salah satu usaha dengan penurunan penjualan yaitu usaha dodol Tibet dengan ditinjau menurut data penjualan pada produk dodol penglatan Tibet berikut ini.

Tabel 1. 1
Komparasi Penjualan Berbagai Merek Dodol

Tahun	Dodol Bu Ketut	Dodol Mekly	Dodol Tibet
2021	2,5 ton	2,6 ton	2,5 ton
2022	2,3 ton	2,7 ton	2,4 ton
2023	2,4 ton	2,75 ton	2,3 ton

Sumber: Data diolah oleh Peneliti Tahun 2024

Data di atas menunjukkan penjualan di 3 tahun terakhir ini dari 3 usaha dodol penglatan. Usaha dodol Bu Ketut mengalami penjualan yang stabil. Usaha dodol Mekly memiliki data penjualan yang terus meningkat di setiap 3 tahun terakhir sedangkan usaha dodol Tibet memiliki data penjualan yang menurun. Menurut data di atas terjadinya penurunan penjualan dikarenakan loyalitas pelanggan yang menurun diduga karena harga yang lebih mahal di dodol penglatan Tibet dengan harga Rp. 30.000/kg sedangkan 2 usaha kompetitor diatas menjual produk dodol dengan harga Rp. 28.000/kg dan diduga kepuasan pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan. Hal ini di lihat dari hasil observasi dari beberapa konsumen yang sudah berlangganan atau konsumen yang pernah membeli dodol penglatan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 10 orang pelanggan Dodol Penglatan yang pernah membeli Dodol Penglatan 2 kali menyatakan bahwa harga dodol terus naik dan memilih mencari di usaha lain yang mendapat harga lebih murah. Selain itu 3 orang yang mengatakan bahwa kurang puas akan pelayanan yang diberikan seperti lama dalam pembelian dan untuk sisanya memiliki alasan lain tidak melakukan pembelian kembali pada Dodol Penglatan Tibet. Maka dari itu 10 orang pelanggan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian kembali karena Dodol penglatan Tibet memiliki harga yang lebih mahal dan tidak puas dalam pelayanannya.

Loyalitas pelanggan mengalami perkembangan yang pesat sepanjang tahunnya. Loyalitas pelanggan sebagaimana diketahui merupakan variabel penting di dalam perusahaan yang harus dijaga Ariyanto dkk.(2022). Dengan memiliki pelanggan yang loyal perusahaan telah menghemat banyak biaya promosi Laely & Nur (2016). Loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan karena memiliki efek yang positif pada pertumbuhan perusahaan. Terbentuknya loyalitas pelanggan tentunya tidak lepas dari faktor yang membentuknya. Nawarini (2019) menjelaskan bahwa salah satu faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Semakin pelanggan puas atas pelayanan yang diberikan, kecenderungan pelanggan akan mengulang kembali keputusan pembeliannya dimasa mendatang.

Faktor lain pembentuk loyalitas pelanggan adalah harga. Harga adalah salah satu variabel yang sensitif bagi pelanggan. Namun disatu sisi, harga merupakan ukuran kualitas sebuah produk atau jasa. Ukuran dari sebuah harga dapat dilihat dari sejauh mana kualitas itu melekat pada sebuah produk. Semakin baik kualitas semakin memiliki harga sebuah produk tersebut. Menurut Aissyah dkk., (2022) harga memiliki peran dalam pembentukan loyalitas pelanggan. Harga yang pas dapat menjadi alasan bagi pelanggan untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan untuk jangka waktu yang lama. Pelanggan memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap harga yang ditentukan. Terkadang harga dipersepsikan murah jika barang atau jasa yang diberikan melebihi harapan para pelanggan, sehingga para pelanggan itu cocok dengan barang yang dibelinya dan bersedia menjalin kerjasama untuk jangka waktu yang panjang.

Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa harga, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Nawarini (2019).

Gultom dkk., (2020) Harga menjadi aspek yang sensitif bagi pelanggan didalam menentukan keputusan belinya. Semakin harga itu terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang dibeli, maka akan mendorong pelanggan untuk membeli kembali. Sebagaimana dalam penelitian Akbari dkk., (2016), menjelaskan bahwa seringkali konsumen membeli sesuatu karena referensi atau dorongan dari orang lain yang mereka anggap dapat dipercaya. Selain itu, faktor kepuasan juga menjadi alasan pelanggan untuk membeli kembali. Penelitian Mamahit dkk., (2022) menjelaskan bahwa pelanggan yang puas akan membeli kembali diwaktu yang akan datang. Hasil penelitian berbeda, dijelaskan oleh Astuti & Lutfi (2020), yang menjelaskan bahwa kepuasan yang dirasakan tidak selalu mendorong pelanggan untuk membeli kembali. Hal ini disebabkan banyaknya variasi produk yang lain. Walaupun pelanggan mendapatkan kepuasan, mereka tidak selalu membeli ulang, karena mereka ingin mencoba produk baru yang mereka anggap dapat memberikan pengalaman baru Sasmiyarsi & Meliana (2019).

Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian atau kesenjangan diantara penelitian sebelumnya, maka penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan ini. selanjutnya, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh variabel harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk dodol penglatan. Sehingga dengan adanya permasalahan tersebut penulis tertarik mengangkat tema ini dengan memilih judul: **“Pengaruh Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dodol Penglatan Tibet Di Kecamatan Buleleng”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah penulis berikan sebelumnya, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yaitu:

- 1) Adanya penurunan penjualan pada Dodol Penglatan Tibet
- 2) Harga Dodol Penglatan Tibet lebih mahal dari produk dodol penglatan lainnya
- 3) Konsumen dodol penglatan yang kurang puas
- 4) Adanya kesenjangan penelitian terdahulu mengenai variable harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada usaha Dodol Penglatan, maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Harga dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas, loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

- 1) Apakah harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng?
- 3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Menguji harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng.
- 2) Menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng.
- 3) Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Dodol Penglatan Tibet di Kecamatan Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat yaitu manfaat:

- 1) **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

- 2) **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak manajemen dari usaha Dodol Penglatan sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan untuk mengembangkan harga, kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.