

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian ini dapat mempengaruhi berbagai aspek dalam bernegara, seperti perekonomian, sosial, dan pemerintahan. Apabila hasil pertanian mengalami penurunan secara drastis dapat menyebabkan ketidak seimbangan karena export hasil pertanian akan sangat menurun dan ditambah lagi pendapatan Negara akan mengalami penyusutan.

Pertanian tidak bisa dipandang sebelah mata karena hasil yang diberikan juga tidak sedikit untuk Negara, salah satu cara pengembangan pertanian di Indonesia yaitu yang pertama lahan untuk pertanian yang harus disiapkan atau dimiliki. Aspek pertanian yang ada salah satu peluang dalam pemasaran dipertanian yaitu menjadipengusaha-pengusaha dibidang pertanian, dizaman sekarang yang sangat dinamis pengusaha harus selalu mengikuti zaman.

Dunia usaha didalamnya banyak sekali masalah yang dihadapi, salah satunya yaitu persaingan antara pengusaha. Setiap pengusaha akan saling mencari kelemahan dari setiap pesaingnya sehingga pengusaha menjadikan persaingan menjaditarget utama untuk mencapai target bisnisnya.

Salah satu indikasi untuk mengetahui keberhasilan dalam persaingan yaitu memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan atau konsumennya. Biasanya yang dilihat untuk mencapai keinginan konsumen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan dari suatu perusahaan tersebut sehingga mendapatkan kepuasan dari konsumen.

Kepuasan memiliki beberapa pengertian salah satunya yaitu pendapat yang diperoleh dari konsumen yang akan memberika pendapatnya mengenai produk yang telah dibelinya dan memberikan suatu pencapaian atau nilai setelah menggunakan produk tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam memastikan bahwa suatu produk ditempatkan sesuai kriteria dengan sendirinya sehingga dapat bersaing dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Dan jika tingkat kepuasan konsumen yang rendah mengakibatkan produk yang cacat terlempar dari persaingan pasar, itu adalah hal yang dihindari perusahaan, sehingga mereka saling

bersaing semaksimal mungkin untuk membuat konsumen senang, pengguna merasa puas. Oleh karena itu, kualitas produk dan kualitas layanan merupakan beberapa faktor dari mana konsumen membeli produk.

Kepuasan pelanggan merupakan tolok ukur dalam kebijakan pelayanan konsumen. Memberikan layanan berkualitas akan meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, memperluas bisnis yang ada, lebih sedikit kesalahan dan kehilangan pelanggan yang ada. Kualitas biasanya ditentukan oleh klien dan kualitas layanan akan diinterpretasikan secara berbeda oleh pelanggan (Vikaliana R, 2018).

Setiap pelanggan memiliki arti tersendiri, pelayanan sangat penting disini, maka kualitas pelayanan mulai dari produk hingga komplain harus terlayani dengan baik. Dalam pemasaran, iklan mencakup dua hal, pertama untuk menyajikan barang produksi dan kedua, untuk menarik konsumen agar membeli barang tersebut.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi barang tersebut sesuai dengan kegunaannya. Produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan (Kodu, 2012).

Salah satu produk yang akan dibahas yaitu teh, teh telah dikenal luas sebagai minuman yang baik untuk Kesehatan, Teh dipercaya memberikan banyak manfaat bagi kesehatan seperti mencegah berat badan berlebih, anti masuk angin, mencegah stress dan cemas, anti kanker, dll. (Hartoyo, 2003).

Cina menjaditempat kelahiran teh, mereka menikmati rasa daun teh yang enak dan mulai menggunakannya sebagai minuman. Ada banyak jenis pohon teh dan kegunaan serta bentuknya yang berbeda.

Teh merupakan salah satu minuman yang cukup favorit diIndonesia (Soelaiman, Lestari, & Mariza, 2016). Kebiasaan minum teh diIndonesia tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Mereka mengkonsumsi teh sesuai dengan kesukaan mereka masing-masing, seperti es teh, teh panas, teh manis, teh tawar, dll. Teh yang

dikenal meliputi; teh putih, teh hijau, teh olong, teh hitam. Serta ciri khas dari setiap teh seperti Saat diseduh teh putih, warna airnya hanya sedikit kuning. Teh hijau diproses tanpa fermentasi (oksidasi enzimatis), teh hitam mengalami fermentasi. Jenis teh berasal dari pengolahan tanaman yang sama dan perlakuan yang berbeda akan menghasilkan jenis teh yang berbeda.

Semua jenis teh yang ada yang berasal dari tanaman teh yang sama lalu melalui proses pengolahan tertentu akan memberikan ciri khas dari teh tersebut. Waktu fermentasi dan jenis teh dapat menyebabkan perbedaan rasa, aroma, komposisi, dan jumlah bahan kimia dalam teh. Dari sana, teh yang ada dan mungkin semakin banyak teh baru.

Tidak hanya jenis-jenis teh yang disebut diatas, masih banyak inovasi yang berasal dari teh menjaditeh rasa baru, seperti teh lemon, teh jahe, teh melati dan masih banyak lagi. Salah satu inovasi yaitu teh melati, teh melati merupakan teh yang memiliki aroma dari melati sehingga membuat rasa teh semakin nikmat, salah satu produk yang dijual menggunakan teh melati merupakan teh Gardoe, produk ini dipasarkan meliputi seluruh karisidenan Surakarta dengan target pasar hampir seluruh usia konsumen.

Penjualan teh Gardoe memiliki berbagai cara dan bentuk, ada penjualan yang berbentuk kemasan yang belum diseduh dengan dipasarkan melalui toko kelontong, swalayan, bahkan mall, sedangkan ada juga penjualan yang sudah siap minum, yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu teh Gardoe yang sudah siap konsumsi yang pamasarannya dioutlet atau digerai teh Gardoe yang sudah tersebar diwilayah karisidenan Surakarta. Harga yang diberikan untuk satu cap siap minum es teh Gardoe dipatok dengan harga Rp.4.000,00.

Salah satu perusahaan yang bergerak diindustri teh dan merupakan pemilik dari teh Gardoe yaitu PT. Gunung Subur Sejahtera adalah perusahaan teh yang inovatif dan berorientasi global yang berlokasi diSolo, Jawa Tengah, Indonesia. Penjualan teh Gardoe siap minum sudah memiliki banyak outlet penjualan ada lima lokasi yang akan diambil untuk penelitian yang pertama yaitu diOutlet Depan SMA N 5 Surakarta, Mall Solo Paragon, Mall Solo Square, outlet diPGS (pusat Grosir Solo), dan yang terakhir yaitu dioutlet Teh Gardoe ditaman Jayawijaya Mojosongo.

Teh Gardoe juga tidak luput dari persaingan banyak pesangin yang menjadicompetitor teh Gardoe salah satunya yaitu teh Tong Ji, Tong Ji sendiri merupakan merek teh yang menjual produknya secara siap saji dan memiliki banyak lokasi penjualan.Perbedaan antara Tong ji dan Gardoe terletak pada harga, teh tong ji memiliki harga yang lebih mahal dengan kisaran harga dari Rp6.000,00 – Rp7.000,00 untuk teh yang original dibandingkan dengan gadoe dengan harga Rp4.000,00 dalam segi harga tong ji memang lebih mahal dibandingkan dengan Gardoe tetapi tong ji memiliki varian rasa yang lebih beragam dibandingkan dengan teh Gardoe.

Kepuasan konsumen ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan untuk produk dan peningkatan pembelian produk. Konsumen yang tidak puas akan membuat berpindahnya konsumen kepada pesaing. Masalah yang selalu timbul yaitu menghadapi berbagai pesaing yang bermunculan agar konsumen tetap setia dengan produk teh Gardoe dan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Ini mendorong untuk penjual lebih meningkatkan kualitas produk dan layanan supaya memunculkan citra baik kepada konsumen.

Kualitas produk dan kualitas layanan merupakan faktor-faktor penting untuk meningkatkan daya saing, harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas layanan yang diberikan juga harus disesuaikan harapan Konsumen. Konsumen akan menilai layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan telah sesuai atau belum dengan harapan saat awal membeli produk.

Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana profil konsumen yang membeli produk teh Gardoe yang berada dikota Surakarta, kemudian mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk dan kualitas layanan dari teh Gardoe siap saji.

Dengan penjelasan diatas maka dari itulah peneliti tertarik untuk meneliti tentang kepuasan konsumen teh Gardoe.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana profil konsumen Teh Gardoe?
2. Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk dan kualitas layanan teh Gardoe?

C. Tujuan Penelitian

1. Profil konsumen teh Gardoe
2. Mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk dan kualitas layanan pada Teh Gardoe.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi untuk perusahaan agar dapat memenuhi keinginan konsumen dan kepercayaan terhadap produk akan semakin meningkat setelah terpenuhinya kepuasan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan mendapat kualitas produk yang lebih tinggi sesuai dengan yang diharapkan.

3. Bagi Peneliti

Untuk peneliti diharapkan mendapat ilmu pengetahuan mengenai kepuasan konsumen.