

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertanian adalah suatu jenis kegiatan produksi yang berlandaskan pada proses pertumbuhan dari tumbuh-tumbuhan dan hewan. Pertanian dalam arti sempit dinamakan pertanian rakyat, sedangkan pertanian dalam arti luas meliputi kehutanan, peternakan, perkebunan dan perikanan. Secara garis besar, pengertian pertanian dapat diringkas menjadi empat komponen yang tidak terpisahkan yaitu proses produksi, petani atau pengusaha pertanian, tanah tempat usaha dan usaha pertanian termasuk pemasarannya. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (*agribusinessman*) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya agar mendapatkan laba dan usaha terus berkembang. Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi disertai pemindahan kepemilikan, guna waktu dan guna tempat yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Pemasaran banyak melibatkan kegiatan yang berbeda, sehingga nilai produk akan bertambah setelah terjadi pergerakan yang melalui sistem (Rahayu dan Kusuma, 2021).

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan apa yang diinginkan konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi kembali membeli produk yang dijual. Tidaklah mudah bagi salah satu produsen untuk mempertahankan produk yang dihasilkan di pasaran dikarenakan begitu banyaknya merek yang bermunculan saat ini (Yusat, 2016). Perkembangan usaha kuliner yang bermunculan di Kota Makassar membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan persaingan yang

berbeda-beda yaitu baik dari segi cita rasa, kualitas produk dan harga. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh setiap pelaku usaha adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

Industri kuliner adalah bagian dari industri penunjang yang belakangan ini berkembang pesat. Apalagi tren wisata kuliner sudah menjadi gaya hidup di masyarakat. Alasan tersebut yang membuat banyak pebisnis kuliner baru bermunculan dan bersaing ketat dalam merebut pasar. Persaingan membuat pelaku usaha dituntut bekerja keras dan memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Oleh karena itu pebisnis harus mampu menyusun strategi agar usahannya tidak kalah dalam persaingan pasar, dalam usaha kuliner, khususnya pisang *nugget* cita rasa menjadi faktor yang dapat memicu konsumen tetap ramai (Rahayu dan Kusuma, 2021).

Menurut Wahidah (2010) cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia yakni, perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran.

Cita rasa adalah bagian penting dari suatu produk. Saat ini sudah banyak produk baru yang muncul dengan jenis yang sama sehingga konsumen cenderung memilih dan membandingkan produk. Penyebab pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk adalah dengan memilih makanan yang harus dibedakan dalam hal rasa makanan dan manfaat yang didapatkan oleh konsumen saat membeli produk tersebut, maka cita rasa dapat dijadikan sebagai kewajiban yang harus digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, karena

jika cita rasa produk masih belum sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan membelinya. Jika cita rasa sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas dan akan membeli produk tersebut (Hermanto, 2020).

Sebelum memasarkan produk dari perusahaan, perusahaan harus dapat mengetahui apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen. Jika perusahaan mampu mengetahui kebutuhan konsumen, produk yang dipasarkan akan laris. Tidak hanya itu, perusahaan harus terus bekerja untuk meningkatkan kualitas produk yang lebih baik sehingga konsumen tetap melanjutkan menggunakan produk yang di berikan oleh perusahaan itu sendiri (Awal dkk., 2018)

Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplementasikan bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk adalah salah satu penyebab yang menentukan tingkat keberhasilan kualitas perusahaan, kemampuan perusahaan dalam memberikan produk yang berkualitas dan produk yang mereka gunakan memenuhi kualitas yang mereka harapkan maka konsumen akan merasa puas, meskipun benar adanya bahwa konsumen yang tidak merasa puas terhadap produk yang diberikan akan memiliki kecenderungan untuk menceritakan kekecewaannya kepada konsumen lain, namun sebaliknya jika konsumen yang merasa puas terhadap produk yang di berikan akan mengumumkan kepuasannya kepada konsumen lain atau perusahaan yang telah menyenangkan mereka (Kotler, et al., 2012).

Harga (*price*) merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh perusahaan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Harga juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karna harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas dan berujung kecewa sedangkan jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas (Kotler, 2014)

Buah pisang merupakan buah yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu bahan baku yang dapat diproses menjadi bahan pangan. Salah satu alternatif yang ditawarkan dalam pemanfaatan pisang sebagai panganan atau jajanan adalah mengolahnya menjadi pisang *nugget*. *Nugget* merupakan produk olahan yang dicetak dengan penambahan bahan-bahan tertentu. Pisang *nugget* adalah olahan makanan berbahan dasar pisang yang dipotong menjadi beberapa bagian kemudian digoreng dengan tepung roti dan menggunakan berbagai *topping* diatasnya untuk menunjang inovasi produk untuk menarik daya beli konsumen.

Bisnis pisang *nugget* di Kota Makassar sudah sangat banyak kita jumpai, salah satunya adalah bisnis dari wirausahawan muda yang merintis bisnis makanan dengan merek BB. Jika dilihat dari potensinya, produk olahan pisang

*nugget* cukup menjanjikan untuk dijadikan sebagai usaha kuliner. Pisang *nugget* tentunya memiliki rasa manis dan biasanya disajikan dengan beragam *topping*. Inilah yang menjadi daya tarik dari pisang *nugget* yang memiliki aneka rasa dan penampilan yang menggugah selera. Adapun usaha pisang *nugget* di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Usaha Pisang *Nugget* di Kota Makassar

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Big Bananas	Jl. Pongtiku, Jl. Hertasning, Jl. Perintis Kemerdekaan, Jl. Buru, Jl. Paccerrakkang, Jl. Landak Lama, Jl. Daeng Tata Raya, Jl. Cendrawasih, Jl. Mappaodang, Jl. H.M Yasin Limpo, Jl. Talasalapang Raya, Rappocini, Antang Raya, Jl. Pelita Raya, BTP, Jl. Poros Pallangga, Jl. Meranti, Jl. Ahmad Yani dan CPI
2.	Dapur Mami Ughi	Jl. Abdul Rasyid Dg. Lurang 2
3.	Pisang Goreng <i>Nugget</i> (PGN)	Jl. AP. Pettarani, Jl. Sultan Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan dan Hertasning
4.	Kam-sia Food	Komp. Yppkg
5.	KCP Dapur Sehat	Jl. Monginsidi Baru
6.	Pisang Goreng <i>Nugget</i> Atila	Jl. Sidrap Raya
7.	Dapoer Rahma	Jl. Berua
8.	Pisang <i>Nugget</i> Mbak Kasma	Jl. Kerung – Kerung
9.	Piscok Lumer	Jl. Taman Sudiang
10.	Igor	Jl. Sulawesi
11.	Pisang <i>Nugget</i> Rizky	Jl. Pajonga Dg. Ngalle

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa terdapat 11 usaha pisang *nugget* di Kota Makassar. Hal ini menunjukkan banyaknya peminat dalam usaha pisang goreng *nugget* dan banyaknya persaingan dalam usaha tersebut. Diantara semua usaha tersebut, Big Bananas memiliki outlet terbanyak, yaitu 20 outlet. Selanjutnya yaitu pisang goreng *nugget* (PGN) dengan 4 jumlah outlet dan usaha

lainnya hanya memiliki 1 outlet, hal ini berdasarkan sumber dari *google maps*, Go-jek dan Go-Food.

Peran cita rasa, kualitas produk dan harga pada perusahaan sangatlah penting karena hal tersebut merupakan salah satu faktor utama dalam perkembangan suatu usaha. Usaha peningkatan cita rasa, kualitas produk dan harga dalam perusahaan dapat memberikan dampak positif yang meluas dan akhirnya akan berdampak terhadap peningkatan penjualan dan peningkatan terhadap kepuasan konsumen. Setiap perusahaan dituntut agar selalu mengembangkan cara-cara baru untuk menarik perhatian konsumen agar diharapkan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Cita rasa, kualitas produk dan harga merupakan poin penting bagi perusahaan, kurangnya perhatian perusahaan terhadap hal tersebut akan memberikan dampak yang merugikan perusahaan.

Semakin baik cita rasa, kualitas produk dan harga yang diberikan oleh perusahaan dan sesuai dengan harapan konsumen, maka tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen akan semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan peneliti sebelumnya dari Muzdalifah (2019) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel cita rasa dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Hermanto (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel cita rasa dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Setiap konsumen memiliki tolak ukur yang berbeda-beda tergantung dengan

kepuasan yang didapatkan dari produk pisang *nugget* BB. Perusahaan tidak dapat menghindari fakta bahwa ia harus memuaskan konsumen agar konsumen tersebut dapat bertahan dan tidak beralih pada produk lain. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pisang *Nugget* di Kota Makassar (Studi Kasus Pada BB Outlet Pongtiku, Landak Lama dan Bumi Tamalanrea Permai)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana varian, volume produksi dan penjualan produk pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar?
2. Bagaimana tanggapan konsumen berdasarkan cita rasa, kualitas produk dan harga pada usaha BB di Kota Makassar?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar?
4. Apakah cita rasa, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan varian, volume produksi dan penjualan produk pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar.

2. Menganalisis tanggapan konsumen berdasarkan cita rasa, kualitas produk dan harga pada usaha BB di Kota Makassar.
3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar.
4. Menganalisis pengaruh cita rasa, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pisang *nugget* pada usaha BB di Kota Makassar.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Secara umum, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh cita rasa, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk pisang *nugget* di Kota Makassar. Secara khusus penelitian ini dapat memberikan kegunaan secara praktis yaitu :

1. Peneliti, sebagai aplikasi atas pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan.
2. Perusahaan, sebagai informasi bagi suatu perusahaan untuk menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dan efisien.
3. Pemerintah, sebagai pertimbangan dalam mengembangkan UMKM melalui peningkatan kualitas produk dan peningkatan kapasitas dalam mengelola *brand* UMKM.