

KUALITAS PRODUK PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PADA PERUSAHAAN CV. SUKAHATI PRATAMA CHICKEN PROCESSING KOTA TASIKMALAYA

Rudi Setiawan

STIA YPPT Priatim Tasikmalaya

e-mail co Author: rudisetiawan110684@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan pada umumnya akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas merek, di mana kualitas layanan yang sangat baik memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui dampak dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan CV. Sukahati Pratama Chicken Processing. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Jenis penelitian ini merupakan explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh customer aktif yang terdaftar pada perusahaan CV. Sukahati Pratama Chicken Processing. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 185 customer. Penelitian ini mengambil sampel menggunakan teknik simple random sampling dan diperoleh 65 customer yang menjadi sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki dampak tidak terlalu besar terhadap kepuasan pelanggan perusahaan CV. Sukahati Pratama Chicken Processing Kota Tasikmalaya.

Kata kunci : Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan yang baik mengarah pada kepuasan pelanggan dan, oleh karena itu dapat membuat perusahaan lebih kompetitif di pasar. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat dicapai dengan mengidentifikasi masalah layanan dan menentukan perkembangan untuk menilai kinerja dan hasil layanan serta tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan penting karena menunjukkan jika pelanggan menyukai apa yang dilakukan. Kepuasan yang tinggi mengarah pada retensi pelanggan yang lebih besar, daya tahan perusahaan semakin tinggi dan reputasi merek yang lebih kuat.

Menurut Kotler (Zaenal, 2018) mengemukakan: "Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun". Pendapat lain mengemukakan bahwa: "Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan

orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sinambela, 2008)".

Pelayanan yang baik merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan dengan standar yang telah ditentukan. Menurut Moenir (2002) menyatakan: "Pelayanan merupakan kegiatan yang diteruskan oleh organisasi atau perseorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, konsumen yaitu masyarakat yang mendapat manfaat dan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi yang memberikan pelayanan".

Dewasa ini perusahaan dituntut harus mengikuti perkembangan dunia usaha agar perusahaan tidak tertinggal jauh dari perusahaan lainnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan yaitu haruslah memperbaiki kualitas produk yang dimiliki agar dapat memuaskan keinginan pelanggannya. Terkadang, pelanggan memiliki standar kualitasnya tersendiri dibanding kualitas yang sudah ditentukan oleh perusahaan, atau kualitas dibandingkan dengan pelanggan lainnya. Maka dari itu perusahaan dituntut untuk segera mengedepankan perubahan konseptual dalam menentukan keinginan pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, terlebih dari segi kualitas. Kualitas menjadi fokus utama dalam memberikan kepuasan pelanggan. Karena dengan kualitas yang baik, maka hasil dari penilaian pelanggan juga pasti akan baik. Dan *image* perusahaan di kalangan pelanggan tergantung dari bagaimana mereka memuaskan keinginan para pelanggannya. Semakin banyak pelanggan yang puas, maka akan semakin banyak pula pundi-pundi keuangan yang di dapat, dan hal itu tentunya baik bagi perusahaan.

Pada dasarnya tujuan didirikan suatu perusahaan antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri dapat dilakukan melalui kegiatan pemasaran untuk menjual hasil produknya. Kegiatan pemasaran mempunyai arti yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan. Pasar yang kompleks, kompetisi yang gencar, dan konsumen yang banyak keinginan, semuanya adalah gambaran tentang persaingan pasar saat ini. Semakin banyaknya persaingan antara perusahaan, maka semakin banyak pula kesempatan konsumen untuk memilih tempat dalam menentukan pilihannya. Maka sudah seharusnya perusahaan semakin berkreasi dan berpikiran ke depan guna menarik perhatian dan minat konsumen.

Kepuasan pelanggan dikemukakan Bahrudin dan Zuhro (2016) dengan menyatakan: "Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa". Sementara menurut Djaslim (2003) menyatakan bahwa: Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya".

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok dengan pasar. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset dan juga studi banding yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok

bagi tiap kalangan yang ada di masyarakat. Menentukan target pasar juga penting, dengan menentukan target pasar untuk produk perusahaan dapat menentukan kualitas dan juga harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

Perusahaan yang mampu memahami perilaku pembelian konsumen, mereka yang yang akan memangkan persaingan. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif agar melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian uang. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi pelanggan Indonesia yang bersifat konsumtif.

Semakin konsumtif dan bervariasi perilaku pelanggan di Indonesia dan didukung dengan jumlah penduduk yang besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis di bidang pangan ataupun makanan. Perkembangan dunia usaha semakin hari semakin berkembang dan berinovatif. Sebut saja tukang *Fried Chicken* yang semakin merebak di pinggir jalan maupun outlet-outlet baru. Melihat perkembangan seperti itu, maka pemenuhan kebutuhan mengenai pangan terutama ayam potong semakin banyak. Dan akhirnya memunculkan perusahaan-perusahaan pemotongan baru baik itu berskala besar maupun rumahan.

Setiap perusahaan mengupayakan kualitas layanan, dimana memiliki tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dan untuk menghindari terjadinya tuntutan konsumen, serta membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan sehingga konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya. Arianto (2018) menyatakan: "Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan".

Perusahaan CV. Sukahati Pratama *Chicken Processing* Kota Tasikmalaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Rumah Pemotongan Ayam. Dalam kegiatan operasionalnya. Perusahaan CV. Sukahati Pratama *Chicken Processing* Kota Tasikmalaya terdiri dari staff dan divisi produksi. Dalam divisi produksi terdiri dari beberapa divisi lagi seperti divisi ayam hidup, divisi jeroan, divisi usus, divisi karkas, divisi gudang fresh, divisi gudang lanjutan, dan divisi gudang frozen. Dari setiap divisi masing-masing mempunyai operator yang di dalamnya terdiri dari leader (pemimpin) yang memiliki tanggung jawab untuk mengawasi kinerja karyawan di masing-masing divisi yang telah ditetapkan, serta anggota yang melaksanakan kegiatan perusahaan.

Semakin maraknya minat masyarakat akan olahan makanan ayam, menjadikan banyaknya peluang untuk menghasilkan pendapatan. Bisa dilihat dari banyak berdirinya outlet-outlet *fried chicken* di pinggir jalan menjadi bukti betapa masyarakat sangat menggemari olahan ayam seperti itu. Tidak bisa dipungkiri, KFC, Mc.D, Hisana, dan olahan *fried chicken* lainnya membuat persaingan antara perusahaan

RPA (Rumah Potong Ayam) semakin marak. Hal itu karena fenomena yang tidak lain dan tidak bukan dikarenakan banyaknya perusahaan *fried chicken* baru yang menginginkan bergabung memenuhi keinginan masyarakat. Perusahaan CV. Sukahati Pratama menjadi salah satu perusahaan yang mengembangkan sayapnya untuk dapat terus berkontribusi dalam memasok keinginan masyarakat tersebut.

Bisa dilihat dari tahun ke tahun betapa seriusnya perusahaan dalam memperbaiki kinerja perusahaan maupun produknya agar pelanggan dapat terus puas akan pelayanan yang diberikan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga mutu atau kualitas produknya adalah harus menerapkan SOP untuk semua tahapan proses produksi. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi mutu produk yang dihasilkan sehingga sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu perbandingan harga pasar dengan pasar lainnya menjadi hal yang tidak kalah pentingnya guna mengetahui para pesaing di pasarnya. Hal itu akan membuat perusahaan menjadi prioritas utama para pelanggan apabila dapat memenuhi kedua hal tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi perusahaan CV. Sukahati Pratama *Chicken Processing*. Dimana ada hal yang membuat pelanggan puas, maka hal itu pula yang menjadi patokan untuk tetap mempertahankan keberhasilan tersebut. Memuaskan pelanggan memiliki tingkat kesulitan tersendiri bagi perusahaan. Dimana banyaknya keinginan mengenai kualifikasi ukuran, potongan ayam, dan juga standar kualitas yang berbeda dimiliki oleh tiap pelanggan. Maka dari itu tugas perusahaan untuk lebih berfikir jauh mengenai tindakan yang perlu diambil dalam memenuhi semua permintaan pelanggan dan mempersiapkan SDM yang kompeten guna menghadapi perubahan dalam permintaan.

Namun demikian, banyaknya pelanggan yang berlangganan menjadikan gambaran bahwa perusahaan CV. Sukahati Pratama *Chicken Processing* telah berhasil memenuhi permintaan dari pelanggan tersebut. Tidak sedikit pelanggan baru, maupun pelanggan yang sudah lama yang masih memberikan kepercayaan mereka kepada perusahaan dalam memenuhi permintaan *Sales Order* yang dimintakan. Bertambahnya pelanggan dalam setiap tahun, menjelaskan bagaimana berhasilnya perusahaan dalam menarik perhatian bagi pelanggan. Hal tersebut salah satunya didasarkan oleh kualitas produk yang baik yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Perusahaan selalu memperhatikan faktor kualitas produk melalui beberapa kali penyortiran sebelum masuk kedalam kategori "layak dijual". Seperti pemilihan ayam karkas grade A, B, dan C, penyortiran jeroan untuk pedagang dan supermarket, dan juga pemilihan partingan untuk beberapa jenis pelanggan. Semua itu melalui beberapa tahap penyortiran guna menghasilkan produk dengan kualitas terbaik untuk para pelanggannya. Untuk ayam karkas sendiri, dibedakan menjadi 3 jenis yaitu grade A, B, dan C. Hal yang membedakan ketiga grade tersebut ialah dari bagaimana tampilan ayamnya apakah itu masih segar (*fresh*) atau pucat, fisik ayamnya dimana ayam tersebut masih memiliki fisik yang sempurna, tidak cacat, dan tidak patah.

Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan: “Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Pentingnya faktor kualitas tersebut, memaksa perusahaan untuk selalu memperbaiki setiap kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan. Guna mempertahankan eksistensi perusahaan dan dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya. Persaingan yang ketat bersama dengan berdirinya perusahaan-perusahaan rumah pemotongan ayam yang baru memaksa perusahaan untuk terus melakukan riset pasar baik itu secara harga, kualitas, dan juga kuantitas yang diperlukan oleh masyarakat.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode asosiatif yang merupakan penelitian untuk mencari hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih dari beberapa populasi atau sampel, teknik pengambilan sampel secara random dan menggunakan instrumen dalam pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau dugaan yang telah ditetapkan dengan beberapa pertanyaan atau pernyataan angket kepada 65 customer.

Menurut (Sugiono, 2017) menjelaskan bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan selalu mendapatkan perhatian peneliti, hal tersebut dikarenakan dampak yang luar biasa dari adanya pelayanan yang memiliki kualitas tinggi terhadap kepuasan penerima layanan atau pelanggan. Sifat hubungan yang tepat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan masih terdapat beberapa pandangan yang berbeda. Dalam penelitian mengambil pendekatan yang berbeda dan memandang kepuasan pelanggan sebagai konstruksi multidimensi dengan cara yang sama seperti kualitas pelayanan, tetapi kepuasan pelanggan harus dioperasionalkan sepanjang faktor yang sama di mana kualitas pelayanan dapat dioperasionalkan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mengumpulkan data berupa angket yang disebarkan kepada responden penelitian terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dari hasil pengolahan uji statistik diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Besarnya Pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel Terikat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.246	1.40216

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk

Tabel di atas menjelaskan besarnya hubungan (R) yaitu sebesar 0,508 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari hasil olah spss di atas mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 25,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 2 Uji Hipotesis

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.124	1	43.124	21.934	.000 ^a
	Residual	123.861	63	1.966		
	Total	166.985	64			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel diatas diketahui F hitung sebesar 21,934 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 3 Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.812	1.924		5.100	.000
	Kualitas Produk	.480	.102	.508	4.683	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel *coefficients* kolom B pada constant (a) adalah 9,812 sedangkan nilai kualitas produk (b) adalah 0,480 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX \text{ atau } 9,812 + 0,480X$$

Maka ditarik kesimpulan bahwa:

1. Konstanta sebesar 9,812 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas produk maka nilai kepuasan pelanggan 9,812
2. Koefisien regresi X sebesar 0,480 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai pengawasan, maka nilai disiplin kerja bertambah sebesar 0,480

Pada tabel *coefficients* diketahui bahwa Kualitas Produk nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $4,683 < 5,100$ dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_0 di terima dan H_a di tolak. Penelitian pada CV. Sukahati Pratama Chicken Processing Kota Tasikmalaya, diperoleh hasil bahwa variable kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan ringkasan analisis maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut: Berdasarkan uji signifikan dengan menggunakan uji t untuk masing-masing koefisien persamaan regresi diperoleh nilai t koefisien kualitas produk adalah 4,683 dengan nilai sig. sebesar 0,00, ini berarti t hitung $< t$ Tabel, yang artinya H_0 di terima dan H_a di tolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian hasil hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian yang baik mengenai kualitas produk yang sesuai dengan tingkat keinginan dan kebutuhan konsumen akan mendorong kepuasan konsumen. Hasil ini menjelaskan bahwa hasil pengalaman konsumen dalam menilai kualitas produk dan memakai produk akan menghasilkan penilaian konsumen terhadap produk tersebut. Apabila produknya baik, maka hal itu akan memuaskan konsumen dan akan memberikan kesan yang positif sehingga konsumen akan terus membeli barang dan berlangganan. Dengan demikian maka konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk sebagai pertukaran pengorbanan uang yang digunakan konsumen untuk membeli sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji kuesioner yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner ke 65 responden di Perusahaan CV. Sukahati Pratama *Chicken Processing* Kota Tasikmalaya disimpulkan hasil uji Koefisien determinan menunjukkan R bernilai 0.508 dan R square 0,258 menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah 25,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>

- Djaslim, *Saladin*, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Moenir A.S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi. Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,.
- Zaenal, Muhibudin. 2018. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung : Pustaka Setia