

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Zaman yang sudah berkembang ini, perusahaan makanan dan minuman semakin meningkat. Sehingga membuat persaingan semakin ketat, hal nya yang dialami perusahaan teh celup. Teh sariwangi adalah merek lokal di Indonesia yang diluncurkan atau dikeluarkan pada tahun 1973 dalam bentuk teh celup (suatu cara modern minum teh yang membedakan dari teh terdahulu yakni teh tubruk). Sariwangi ada sebagai suatu merek teh nomor 1 di Indonesia. Perusahaan Sariwangi sudah memanjakan pasar teh Indonesia yang mana sempat mengalami penurunan. Golongan teh celup saat ini mampu meningkatkan pangsa pasar pada beberapa tahun terakhir, khususnya karena adanya dorongan konversi secara agresif yang telah dilakukan oleh Sariwangi untuk mencoba merubah konsumsi dari teh tubruk menjadi teh celup (Unilever Indonesia).

Minuman teh sangat akrab didalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Aromanya yang sedap, dan rasanya yang sedikit sepat dan ada juga yang pahit disukai banyak orang. Minuman ini bagaikan teman setia saat makan sampai bersantai sore bersama keluarga.

Perusahaan teh sudah banyak memproduksi berbagai teh dengan merek produk yang berbeda-beda dan berbagai model seperti teh celup, teh tubruk bahkan saat ini banyak perusahaan yang memproduksi minuman teh dalam kemasan siap minum seperti Teh Pucuk Harum, Teh Gelas, Teh Botol Sosro, dll. Seperti yang

dikatakan, semakin berkembangnya zaman dan waktu perusahaan teh celup sariwangi ini memiliki kompetitor – kompetitor yang perusahaannya juga memiliki produk yang sama yakni teh celup dengan merek yang berbeda, seperti yang dikenal selain teh sariwangi yaitu : teh tong tjie, teh celup bendera, teh sosro celup, dan teh celup cap poci, nuzulia (2020). Dengan adanya pesaing pesaing tersebut perusahaan teh sariwangi pun membuat inovasi baru dengan membuat produk teh celup sariwangi dengan varian rasa.

Meminum teh ini sudah menjadi kebiasaan yang dikenal sejak lama. Tak hanya sekedar sebuah minuman, teh pun juga menyimpan sebuah sejarah yang panjang sejak masa hindia belanda. Teh pertama dikenal pada 1684 ketika seseorang bernama Andreas Cleyer berkebangsaan belanda membawa tanaman teh ini ke Indonesia. Seiring waktu berjalan, teh di duga ternyata kebiasaan minum teh ini sudah menjadi budaya turun temurun dan bahkan menjadi tradisi khas bagi penduduk negeri indonesia ini. Minuman yang tidak memandang usia, budaya ataupun batasan-batasan kelas sosial ini sangat mudah didapat dan dinikmati. Minuman teh di Indonesia ini biasanya disajikan dengan selera masing masing setiap orang, dalam keadaan panas ataupun bisa dalam keadaan dingin. berikut adalah tabel dari produk dan harga dari varian rasa teh celup sariwangi.

Tabel 1. 1
Produk dan Harga teh Sariwangi

| No | Produk | ISI | Harga |
|----|-------------------------|--------------|------------|
| 1. | Sariwangi 100% teh asli | 1 Box 25pcs | Rp. 5.200 |
| 2. | Sariwangi teh mawar | 1 Box 25pcs | Rp. 6.500 |
| 3. | Sariwangi teh hijau | 1 Box 25pcs | Rp. 11.100 |
| 4. | Sariwangi sari murni | 1 Box 100pcs | Rp. 22.500 |
| 5. | Sariwangi teh melati | 1 Box 100pcs | Rp. 27.000 |

Sumber : diolah peneliti (Harga.web.id 2022)

Pada tabel diatas, produk sariwangi mengeluarkan inovasi baru yakni dengan adanya berbagai varian rasa agar teh celup yang diberikan tidak terlalu monoton. Dan juga dengan harga yang terbilang tidak mahal dan mudah dijangkau, tujuan adanya inovasi seperti ini tidak jauh untuk menarik pelanggan/konsumen kepada produk mereka dan juga menetapkan para konsumen yang sudah ada sebelumnya untuk tidak pindah ke merek lain.

Dalam hal lain, produk teh celup sariwangi ini juga menjadi salah satu rekomendasi produk teh terbaik di Indonesia. Seperti pada website *Sehatq.com* milik Kementerian Kesehatan Republik Indonesia teh celup sariwangi menjadi salah satu produk yang menjadi rekomendasi teh yang mudah di dapat di Indonesia.

Tabel 1. 2
Rekomendasi Produk teh celup teratas di Indonesia

| No | Nama Barang |
|----|----------------------------------|
| 1 | Dilmah Pure Camomile Flowers Tea |
| 2 | Teh Celup Sariwangi |
| 3 | Teh Celup Sosro |
| 4 | Teh Poci Celup |
| 5 | Teh Celup Tong Tji |

Sumber : Diolah Peneliti 2022 (Sehatq.com).

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa teh celup sariwangi menjadi salah satu produk rekomendasi teh celup di Indonesia dan mudah untuk didapat. Selain dilihat dari rekomendasi produknya, teh celup sariwangi juga dapat dilihat dari harganya yang terjangkau dan mampu bersaing dengan para kompetitor-kompetitornya.

Tabel 1. 3
Daftar Harga Teh Celup di Indonesia

| No | Nama Barang | Harga |
|----|--------------------------|-----------|
| 1 | Teh Poci Celup asli | Rp. 5.000 |
| 2 | Teh Celup Sariwangi 25'S | Rp. 5.200 |
| 3 | Teh Celup Sosro 30 | Rp. 5.200 |
| 4 | Teh Celup Sosro 15 | Rp. 3.000 |
| 5 | Teh Celup Tong Tji | Rp. 8.800 |

Sumber : Diolah Peneliti 2022 (Ngupasan Jaya)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Harga teh celup sariwangi mampu bersaing dengan harga produk-produk teh lainnya dan mampu dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat.

Perusahaan menggunakan berbagai cara agar dapat memperoleh pasar salah satunya ialah dengan cara mendominasi kepemilikan dalam suatu pasar, dengan meningkatkan dan menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan suatu kunci dari berhasilnya sebuah perusahaan, yang mana dengan menciptakan hal tersebut perusahaan teh sariwangi berusaha untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen sehingga terbentuklah loyalitas konsumen yang tinggi. Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen yang ingin bertahan secara terus menerus dengan membeli secara berulang-ulang dan juga berlangganan baik itu dengan produk ataupun jasa yang sudah dipilih dengan konsisten dari masa ke masa. Oliver dalam Hurriyati (2020).

Untuk mendapatkan suatu Loyalitas Konsumen, beberapa penelitian menunjukkan konsumen akan menjadi loyal ketika memiliki kualitas produk tinggi. Kualitas mempunyai pengaruh atau dampak secara langsung dalam kinerja produk dan jasa, maka dari itu, kualitas memiliki hubungan yang erat terhadap nilai dan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk adalah kemampuan pada suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, yang terdiri dari ketahanan produk atau daya tahan, mudah dalam beroperasi, dan perbaikan serta atribut lainnya. Kotler dan Amstrong (2006).

Harga ialah sejumlah nilai yang ditagih pada setiap suatu produk dan jasa. Dalam artian yang meluas, harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan kepada pelanggan/konsumen untuk mendapatkan suatu keuntungan dari menggunakan suatu produk dan jasa. Kotler dan Amstrong (2019).

Peneliti melakukan sebuah observasi awal tentang pengetahuan masyarakat sekitar terhadap produk yang akan diteliti. Pada observasi ini, peneliti melakukan observasi yang bertempat dan kepada masyarakat Perum puri nirwana residences cikarang dan dilaksanakan pada bulan juni. Pada obsevasi ini peneliti memberikan beberapa pertanyaan mengenai kualitas produk, harga dan loyalitas konsumen terhadap teh celup sariwangi kepada 10 orang responden sebagai .dugaan kesimpulan sementara, berikut adalah tabel pernyataan dan jawaban dari 10 orang responden :

Tabel 1. 4
Data Hasil Kuesioner Awal

| No | Pertanyaan | Jawaban | |
|----|---|---------|-------|
| | | YA | TIDAK |
| 1 | Apakah Bpk/Ibu mengenal produk teh sariwangi ? | 10 | 0 |
| 2 | Apakah kemasan produk terlihat menarik ? | 10 | 0 |
| 3 | Apakah Harga teh sariwangi terjangkau atau ekonomis ? | 10 | 0 |
| 4 | Apakah Konsumen merasakan Manfaat yang diberikan oleh produk teh sariwangi dengan pembelian harga yang ditentukan ? | 10 | 0 |
| 5 | Apakah Bpk/Ibu menyediakan stok produk teh sariwangi dirumah ? | 7 | 3 |
| 6 | Apakah bpk/ibu membeli produk teh sariwangi secara teratur/berkala/berulang-ulang | 7 | 3 |
| 7 | Apakah bpk/ibu tidak akan tertarik dengan pesaing yang memiliki produk sama ? | 6 | 4 |
| 8 | Apakah bpk/ibu merekomendasikan produk ini kepada orang lain ? | 6 | 4 |

Sumber : Diolah Peneliti (2022).

Dari beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti pada tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa dari 10 orang menjawab 100% mengetahui atau mengenal produk teh celup sariwangi, berpendapat memiliki kemasan produk yang menarik, mempunyai harga yang terjangkau ekonomis, mendapatkan manfaat yang diperoleh dari produk teh celup sariwangi dengan pembelian harga yang telah ditentukan. Dan sekitar 60-70% masyarakat memiliki kelayaitasan terhadap produk teh celup sariwangi ini, dengan adanya penyediaan stok produk di rumah, pembelian produk teh celup sariwangi dengan terus menerus atau berulang-ulang, dengan menunjukkan kalau mereka tidak begitu tertarik dengan produk lain yang sama dengan teh celup sariwangi, dan mau merekomendasikan produk teh celup sariwangi kepada orang lain.

Dari hasil observasi yang telah dijabarkan, mendapat kesimpulan sementara bahwa hampir dari setiap warga yang diberikan pertanyaan berikut mengetahui produk teh celup sariwangi yang akan dijadikan studi pada penelitian kali ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik dengan kajian yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan/konsumen, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Teh Celup Sariwangi : Studi pada masyarakat Perum Puri Nirwana Residences Cikarang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, terdapat beberapa data hasil pencarian yang menarik yakni :

1. Produk teh celup sariwangi berada dalam rekomendasi teh celup teratas di Indonesia.
2. Harga teh celup sariwangi mampu bersaing dengan produk-produk teh celup lainnya.
3. Beberapa masyarakat puri nirwana merasa loyal terhadap teh celup sariwangi.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen masyarakat Perum Puri Nirwana ?
2. Bagaimana pengaruh harga teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen masyarakat Perum Puri Nirwana ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen masyarakat Perum Puri Nirwana ?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen masyarakat Perum Puri Nirwana.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen masyarakat Perum Puri Nirwana.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga teh celup sariwangi terhadap loyalitas konsumen Perum Puri Nirwana.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan agar memberi manfaat dan informasi :

1. Bagi Perusahaan : hasil penelitian ini dapat menjadi informasi untuk pihak manajemen unilever atau sariwangi, dan saran tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis : berharap penelitian ini mampu meningkatkan Ilmu pengetahuan dan membuka wawasan tentang manajemen pemasaran khususnya tentang bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yakni tentang kualitas produk dan harga.
3. Bagi peneliti berikutnya : hasil penelitian ini bisa dijadikan salah satu referensi baik untuk belajar maupun sebagai menyusun sebuah penelitian berikutnya diwaktu yang akan datang.