

Perbandingan Kualitas Produk Buah-buahan Terkait dengan keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pondok Indah Pasar Buah dengan Brastagi Supermarket di Medan)

Rizki Anggiani Simbolon, Rizky Aryansyah, Siti Aisyah

rizkianggianisimbolon@gmail.com , rizkyaryansyah090101@gmail.com , siti.aisyah@uinsu.ac.id

Abstrak

Kualitas produk adalah Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Setiap konsumen pasti menginginkan produk yang memiliki kualitas terbaik. Begitu juga dengan produk buah-buahan, semakin baik buah-buahan tersebut maka semakin banyak konsumen yang memilihnya. Jurnal ini membahas tentang perbandingan produk buah-buahan dari dua supermarket besar di daerah Medan, Sumatera Utara. Kedua supermarket tersebut adalah Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket. Kedua supermarket tersebut sama-sama menawarkan buah-buahan baik impor maupun lokal. Jadi di jurnal ini akan terlihat mana yang lebih unggul dari kedua supermarket tersebut terkait dengan kualitas produk buah-buahannya. Perbandingan ini diharapkan dapat menjadi titik acuan kedua supermarket untuk lebih memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan mereka terkhusus produk buah-buahan. Juga perbandingan ini tidak bermaksud membangun nama suatu perusahaan dan menjatuhkan nama perusahaan lainnya. Penelitian ini real dari tanggapan konsumen yang merupakan responden dari pengumpulan data jurnal.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Supermarket, Medan

Abstract

Product quality is a characteristic of a product or service that depends on its ability to satisfy stated or implied customer needs. Every consumer wants a product that has the best quality. Likewise with fruit products, the better the fruits, the more consumers choose them. This journal discusses the comparison of fruit products from two large supermarkets in Medan, North Sumatra. The two supermarkets are Pondok Indah Fruit Market and Berastagi Supermarket. Both supermarkets offer both imported and local fruits. So in this journal it will be seen which one is superior to the two supermarkets in terms of the quality of their fruit products. This comparison is expected to be a reference point for the two supermarkets to pay more attention to the quality of the products they offer, especially fruit products.

Also this comparison is not meant to build the name of one company and drop the name of another company. This research is real from consumer responses which are respondents from journal data collection.

Keywords: Product Quality, Supermarket, Medan

Pendahuluan

Buah-buahan adalah salah satu produk yang cepat sekali membusuk bila tidak dimasukkan ke dalam lemari pendingin atau kulkas. Untuk menanggulangi hal tersebut para pengusaha yang memilih bisnis untuk menjual buah-buahan ini harus memiliki strategi untuk mempertahankan kesegaran buah-buahan yang dijualnya.

Harga terkadang bukan menjadi patokan bagi konsumen. Harga yang murah namun produk tidak memuaskan menurut konsumen akan percuma saja bila akhirnya konsumen tersebut kecewa dengan rasanya. Kualitas produk menjadi alasan nomor satu bagi konsumen, karena bila kualitasnya bagus meski terkesan mahal, akan tetapi ketika dimakan konsumen tersebut mendapatkan kenikmatan dari rasa yang ditawarkan buah-buahan tersebut harga menjadi tidak masalah.

Setiap konsumen pasti akan memilih produk yang terbaik, begitu juga dengan buah-buahan. Buah-buahan yang segar akan terasa nikmat bila disantap, selain masih terasa manis juga masih renyah apabila digigit. Sedangkan buah-buahan yang layu rasanya akan berkurang juga alot ketika digigit.

Dalam jurnal kali ini penulis akan membahas kualitas produk buah-buahan dari dua supermarket yang memiliki reputasi terkenal akan kelezatan buah-buahan yang dijual oleh kedua supermarket tersebut. Adapun kedua supermarket itu adalah Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket yang berdomisili di Medan, Sumatera Utara.

Alasan kenapa penulis memilih dua supermarket tersebut adalah kedua supermarket tersebut dekat dengan rumah penulis sehingga mudah untuk mengumpulkan data, dan kedua supermarket tersebut memang terkenal akan buah-buahan yang baik yang lokal maupun impor.

Data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dikumpulkan dari wawancara langsung kepada konsumen Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket. Jumlah responden yang dikumpulkan penulis sebanyak 50 orang yang dipilih secara random dan dipastikan merupakan konsumen dari kedua supermarket tersebut agar penilaian kualitas produknya adalah adil dan tidak terkesan pilih kasih.

Selanjutnya, untuk membantu penulis dalam menyelesaikan jurnal ini, penulis juga mempelajari beberapa jurnal terdahulu yang terkait dengan judul di atas. Juga dari pendapat-pendapat para ahli mengenai topik pembahasan yaitu kualitas produk buah-buahan. Hasil akhir dari jurnal ini akan memperlihatkan kualitas produk dari supermarket mana yang kualitasnya paling terbaik menurut konsumen.

Pengertian Kualitas

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang strategik. Definisi dari yang konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung

dari suatu produk seperti: performansi (performance), keandalan (reability), mudah dalam penggunaan (ease of use), estetika (esthetics), dan sebagainya.(Gaspersz, 2005)

Mutu adalah kemampuan suatu produk, baik itu barang maupun jasa/layanan untuk memenuhi keinginan pelanggannya. Sehingga setiap barang atau jasa selalu diacu untuk memenuhi mutu yang diminta pelanggan melalui pasar.(Tampubolon, 2004)

Dalam ISO 8402 (Quality Vocabulary), kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas sering kali diartikan sebagai kepuasan pelanggan (customer satisfaction) atau konformansi terhadap kebutuhan atau persyaratan (conformance to the requirements).(Gaspersz, 2005)

Pengertian Produk

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (intangible), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (tangible).(Kurniawan, 2014)

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan, sedangkan menurut Kotler dan Keller kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.(Kotler, 2009)

Gambaran Umum Brastagi Supermarket

Sebelum berdirinya Brastagi Supermarket, perusahaan ini berdiri dengan nama “Supermarket Club Store” yang menjual berbagai perlengkapan atau kebutuhan sehari-hari sama seperti yang terdapat di Brastagi Supermarket. Setelah Supermarket Club Store Jl. Gatot Subroto tidak beroperasi lagi tutup, manajemen PT.CBU dengan mitranya dari Jakarta membeli gedung eks.Clubstore. Brastagi Supermarket berasal dari CV. Sumber Segar Utama CV.SSU yaitu sebuah perusahaan Pasar Buah Brastagi PT.Central Buah UtamaCBU yang berada di jalan Wajir Medan.

Untuk memperluas pasarnya, maka Pasar Buah Brastagi membentuk sebuah manajemen untuk mengelola usaha barunya tepatnya di Brastagi Supermarket di jalan Gatot Subroto Medan. Brastagi Supermarket berdiri pada tanggal 6 Juni 2006 dan mulai beroperasi di gedung eks.Clubstore. Sejak berdirinya hingga sekarang Brastagi Supermarket disebut sebagai supermarket lokal yang tetap bertahan dan maju, walaupun berdampingan dengan supermarket raksasa lainnya seperti Carefour yang berada di Jl. Gatot Subroto Medan dan Makro yang berada di Jl. Binjai Km. 13. Universitas Sumatera Utara

Gambaran Umum Pondok Indah Pasar Buah

Pondok Indah Pasar Buah adalah salah satu supermarket besar yang beralamatkan di Jl. Setia Budi No.136, Tj. Rejo, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara. Pondok Indah Pasar Buah ini merupakan cabang dari Plangkaraya Semi Mart dan belum sampai 10 tahun berdiri. Namun meski baru sebentar, Pondok Indah Pasar Buah bahkan lebih ramai di kunjungi oleh konsumen dari pada perusahaan yang

menjadi kepala nya dan mampu bersaing dengan supermarket-supermarket besar yang telah lebih dulu terjun dalam dunia retail.

Sama seperti supermarket-supermarket yang lain, di Pondok Indah Pasar Buah kita juga dapat membeli berbagai kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, sayur-sayuran bahkan buah-buahan baik yang lokal maupun yang impor. Dengan harga yang terjangkau membuat Pondok Indah Pasar Buah memiliki konsumen dari berbagai kalangan, bukan hanya kalangan atas saja. Teknik marketing yang digunakan juga cukup baik dengan selalu memberikan diskon pada produk-produk tertentu di hari Kamis-minggu.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket selama seminggu (26 Juni - 3 Juli). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sampel yang diambil berasal dari 50 responden yang merupakan konsumen Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket yang diwawancarai langsung, dengan cara mewawancarai masing-masing responden secara berkala yaitu satu hari per 5-10 orang responden juga bersumber dari hasil penelitian terdahulu yang publish di jurnal-jurnal dan buku-buku yang berkenaan dengan judul yaitu kualitas produk. Sebelum memulai wawancara penulis memastikan bahwa konsumen menilai kualitas produk dari kedua supermarket tersebut secara jujur dan tidak memihak salah satu supermarket sehingga penilaian akhir adalah valid. Kemudian menganalisis informasi yang didapat dari responden yang berfokus pada kualitas produk-produk buah dari kedua supermarket tersebut, lalu menyajikan pembahasan dan hasil dengan cara membuat penjelasan berbentuk narasi.

Hasil dan Diskusi

Tabel 1. Data Responden Konsumen Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket

Data	Jumlah (Persen)
Jenis Kelamin	Laki-laki : - Perempuan : 100%
Rentan Usia	25 - 30 : 20% 30 - 35 : 10% 35 - 40 : 30% 40 - 45 : 40%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tidak ada satu pun responden laki-laki yang penulis wawancarai. Responden berasal dari kalangan wanita dengan rentan Usia dari 25 sampai 30 sebanyak 20% (10 orang), usia 30 sampai 35 sebanyak 10% (5 orang), usia 35 sampai 40 sebanyak 30% (15 orang) dan usia 40-45 sebanyak 40% (20 orang). 50 responden yang dimaksudkan disini (25 orang dari Pondok Indah Pasar Buah dan 25 orang dari Brastagi Supermarket).

Selama waktu yang di tentukan penulis yaitu seminggu (26 Juni - 3 Juli). Penulis mewawancarai responden sebanyak 5 sampai dengan 10 orang per hari nya. Bila pada hari itu (misal 26 Juni) diwawancarai sebanyak 10 orang, maka responden tersebut berasal dari Pondok Indah Pasar Buah sebanyak 5 orang dan Brastagi Supermarket sebanyak 5 orang, begitu seterusnya hingga batas waktu dan jumlah responden yang ditentukan.

Perbandingan Kualitas Produk

Menurut Tjiptono ada beberapa dimensi-dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah: (Tjiptono, 2008)

1. Kinerja (Performance)
2. Daya Tahan (Durability)
3. Kemampuan pelayanan (Serviceability)
4. Keistimewaan Tambahan

Berikut penulis jabarkan dimensi kualitas produk dari Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket :

1. Kinerja (performance)

Tabel 2. Kinerja Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket

Kinerja	Pondok Indah Pasar Buah (persen %)	Brastagi Supermarket (persen %)
Kualitas kerja pegawai	65%	35%
Kuantitas	50%	50%
Ketepatan waktu	70%	30%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kinerja yang di tunjukkan oleh Pondok Indah Pasar Buah lebih besar dari Brastagi Supermarket. Konsumen mengatakan kualitas kerja pegawai di Pondok Indah Pasar Buah lebih baik 65% dari Brastagi Supermarket dengan alasan rata-rata mengatakan pegawai di Pondok Indah Pasar Buah lebih sigap dalam melayani konsumen.

Dalam kuantitas, konsumen mengatakan Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket setara dalam hal kelengkapan produk buah-buahan. Produk yang di jual di Pondok Indah Pasar Buah juga ada di Brastagi Supermarket, jadi keduanya seimbang dalam hal kuantitas produk buah-buahan.

Ketepatan waktu, dalam hal ini konsumen memilih Pondok Indah Pasar Buah dalam jumlah 70% lebih unggul dari Brastagi Supermarket dengan alasan konsumen harus menunggu lama jika minta diambilkan buah-buahan dalam jumlah besar di Brastagi Supermarket, sehingga memilih Pondok Indah Pasar Buah.

2. Daya Tahan (Durability)

Tabel 3. Daya Tahan Produk Buah-buahan Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket

Pondok Indah Pasar Buah		Brastagi Supermarket	
Lebih Cepat Busuk	Lebih Lama Busuk	Lebih Cepat Busuk	Lebih Lama Busuk
35%	65%	60%	40%

Dari tabel di atas terlihat bahwa kualitas produk buah-buahan dalam hal dimensi daya tahan, konsumen sebanyak 35% mengatakan produk di Pondok Indah Pasar Buah lebih cepat busuk sedangkan 65% lagi mengatakan produk tersebut lebih lama busuk. Sedangkan daya tahan produk buah-buahan di Brastagi Supermarket sebanyak 60% konsumen mengatakan lebih cepat busuk dan 40% nya mengatakan lebih lama busuk.

3. Kemampuan Pelayanan (serviceability)

Tabel 4. Kemampuan Pelayanan Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket

No.	Kemampuan Pelayanan	Pondok Indah Pasar Buah	Brastagi Supermarket
1	Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan	70%	30%
2	Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat	60%	40%
3	Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat	65%	35%
4	Karyawan melakukan pelayanan dengan cermat dan hati-hati	50%	50%
5	Karyawan melakukan pelayanan dengan ramah	50%	50%
6	Semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan	50%	50%

Tabel diatas menjelaskan bahwa :

1. Pondok Indah Pasar Buah memenangkan kategori merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan sebanyak 70%. Konsumen mengatakan bahwa apabila mereka kesulitan menemukan produk yang dicari maka karyawan di supermarket Pondok Indah Pasar Buah akan merespon dengan cepat.

2. Dalam kategori karyawan melakukan pelayanan dengan tepat juga di menangkan oleh supermarket Pondok Indah Pasar buah sebanyak 60% responden. Menurut responden tersebut, saat mereka mencari buah yang mereka inginkan maka karyawan akan memilihkan produk buah tersebut sesuai dengan yang diinginkan konsumen.
3. Dalam kategori karyawan melakukan pelayanan dengan cepat juga dimenangkan oleh Pondok Indah Pasar Buah sebanyak 65% dengan perbandingan bahwa Brastagi Supermarket terkadang suka lama dalam melayani konsumennya, sehingga memakan waktu hanya untuk menunggu satu produk saja.
4. Untuk kategori karyawan melakukan pelayanan dengan cermat dan hati-hati, kedua supermarket tersebut seimbang
5. Untuk kategori karyawan melakukan pelayanan dengan ramah, kedua supermarket menduduki tempat yang seimbang bagi konsumen
6. Untuk kategori semua keluhan pelanggan direspon oleh karyawan juga sama-sama di menangkan oleh kedua supermarket tersebut.

4. Keistimewaan Tambahan

Tabel 5. Keistimewaan Tambahan Produk Buah-buahan di Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket

No.	Keistimewaan	Pondok Indah Pasar Buah	Brastagi Supermarket
1	Kelengkapan Produk	50%	50%
2	Kesegaran Produk	70%	30%
3	Harga Produk	35%	65%
4	Potongan Harga Produk	40%	60%

Tabel di atas menjelaskan bahwa :

1. Kelengkapan produk, responden mengatakan kedua supermarket tersebut memiliki berbagai macam produk buah-buahan baik lokal maupun impor
2. Kesegaran produk, untuk kesegaran produk supermarket Pondok Indah dinilai jauh lebih baik dari Brastagi Supermarket. Responden mengatakan menemukan buah-buahan segar di Pondok Indah Pasar Buah, sedangkan di Brastagi Supermarket memang segar namun tidak sesegar di Pondok Indah Pasar Buah
3. Harga produk, untuk harga produk buah-buahan konsumen mengatakan bahwa Brastagi Supermarket lebih murah dari Pondok Indah Pasar Buah.
4. Potongan harga produk, untuk potongan harga produk buah-buahan Brastagi Supermarket lebih sering memberikan potongan harga dari pada Pondok Indah Pasar Buah.
- 5.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Kinerja (Performance), dalam dimensi kinerja dimenangkan oleh supermarket Pondok Indah Pasar Buah
2. Daya Tahan (Durability), untuk dimensi daya tahan dimenangkan oleh supermarket Pondok Indah Pasar Buah
3. Kemampuan pelayanan (Serviceability), untuk dimensi kemampuan pelayanan dimenangkan oleh supermarket Pondok Indah Pasar Buah
4. Keistimewaan Tambahan, untuk dimensi keistimewaan tambahan dimenangkan oleh supermarket Pondok Indah Pasar Buah

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa perbandingan kualitas produk buah-buahan antara Pondok Indah Pasar Buah dan Brastagi Supermarket di menangkan oleh Supermarket Pondok Indah Pasar Buah berdasarkan data-data yang diambil dari 50 responden konsumen kedua supermarket tersebut.

Saran

Saran dari penulis adalah terlepas dari hasil yang di dapat pada penelitian ini bukanlah patokan tetap agi konsumen untuk selalu berbelanja di Pondok Indah Pasar Buah dan meninggalkan Brastagi Supermarket. Setiap supermarket pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, apa yang di dapat pada penelitian ini hanya pendapat dari responden yang di pilih bukan dari semua konsumen yang ada di medan. Untuk brastagi supermarket tetap perbaiki apa yang menjadi kekurangan yang terlihat di penelitian ini dan semoga selalu berjaya.

Daftar Pustaka

- Gaspersz, V. (2005a) *Total Quality Management*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.
- Gaspersz, V. (2005b) *Total Quality Management*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.
- Kotler, P. & K. (2009) *manajemen pemasaran*. ketigabelah. Jakarta: erlangga.
- Kurniawan, A. R. (2014) *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Tampubolon, M. P. (2004) *Manajemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi OFFSET.