

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Best Seller Brownies Cinta Studi Kasus : Brownies Cinta Karanganyar 2023

Ayuni Lutfiah Aini¹

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan.Pabelan,Kartasura,Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

b300200120@student.ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 Desember 2023

Received in revised form 29 Desember 2023

Accepted 4 Januari 2024

Available online 12 Januari 2024

ABSTRACT

This research aims to analyze consumer satisfaction with the Best Seller product Brownies Cinta Karanganyar, to find out which Best Seller products are most popular with consumers. The sample in this study was collected through distributing questionnaires and obtaining 46 respondents, who were consumers of Brownies Cinta Karanganyar. The results of this research show that Brownies Cinta Karanganyar is widely known and has quite high public interest in purchasing Best Seller products. Love Brownies have good quality and can satisfy consumers. Consumer satisfaction is driven by several factors such as satisfaction with price which means the company has succeeded in setting competitive prices in accordance with the value of the product, satisfaction with packaging the company has succeeded in designing packaging that is attractive and in line with consumer preferences, and satisfaction with product quality means the company succeeded in maintaining product quality as demonstrated by the lack of complaints from consumers.

Keywords: Quality, Satisfaction Level, Product, Consumer

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk *Best Seller* Brownies Cinta Karanganyar, untuk mengetahui produk *Best Seller* mana saja yang paling diminati oleh konsumen. Sampel dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner dan mendapatkan sebanyak 46 responden, yang merupakan konsumen dari Brownies Cinta Karanganyar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Brownies Cinta Karanganyar sudah banyak dikenal dengan peminat masyarakat yang cukup tinggi dalam pembelian produk *Best Seller*. Brownies Cinta memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi konsumen. Kepuasan konsumen tersebut didorong oleh beberapa faktor seperti kepuasan terhadap harga yang berarti perusahaan telah berhasil dalam menetapkan harga yang kompetitif sesuai dengan nilai produk, kepuasan terhadap kemasan perusahaan telah berhasil dalam merancang kemasan yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen, serta kepuasan terhadap kualitas produk artinya perusahaan berhasil menjaga kualitas produk yang ditunjukkan oleh minimnya keluhan dari konsumen.

Kata Kunci: Kualitas, Tingkat Kepuasan, Produk, Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Saat ini berbagai jenis usaha di Indonesia berkembang cukup pesat khususnya pada jenis usaha kuliner. Selain itu kebutuhan yang mendorong masyarakat untuk makan yaitu, dengan berbagai macam variasi makanan

dengan rasa yang menjadikan selera makan dan bagaimana cara penyajiannya. Fenomena ini memberikan peluang bagi para pengusaha yang fokus di bidang kuliner untuk bersaing membuka usaha makanan yang dapat memenuhi permintaan konsumen. Setiap pengusaha kuliner menampilkan keunggulan produknya dan menyediakan menu dengan ciri khas masing-masing.

Diantaranya usaha kuliner yang saat ini sedang berkembang di kalangan masyarakat adalah Brownies. Brownies Cinta yang beralamat di Jl. Dr. Muwardi, Cangakan Timur, Cangakan, Kec. Karanganyar, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Brownies cinta merupakan usaha kuliner yang didirikan oleh Bapak Fauzi Yunianto dan Ibu Puspito Sari pada tahun 2010. Tujuan didirikannya usaha tersebut adalah memberikan kebermanfaatan pada sekitar yang dilandaskan oleh cinta dari beliau. Brownies Cinta Karanganyar memiliki karakteristik unik yang membuatnya memiliki produk Best Seller di daerah tersebut. Produk ini telah berhasil menarik konsumen dengan penjualannya yang tinggi.

Brownies Cinta saat ini sudah memiliki 17 macam produk antar lain Brownies Regular yaitu

Original, Hitam Putih, Oven Almond, Pandan Coklat, Choco Brownie, Double Choco, RedVelved, Choco Milk, Lapis Kukus Fruity. Untuk produk lainnya ada Chiffon, Paket Donat, Brownies Mini, Roll Cake, Mini Pudding, Dessert Box, Brownies Kering dan Pudding Brownies. Selama 13 tahun Bapak Fauzi Yunianto dan Ibu Puspito Sari menjalankan usahanya tidak terlepas dari banyaknya pesaing toko kue. Toko kue tersebut antara lain Roti Gembong, Roti Kecil, Papa Cookies, Alif Bakery, Roti Dika dan Siliwangi Bolu Kukus. Masing-masing toko kue tersebut pastinya memiliki ciri khas tersendiri dan ada berbagai masalah terutama keluhan-keluhan dari konsumen, Sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas-kualitas yang baik dengan tujuan bisa berkembang secara optimal untuk menghadapi konsumen.

Brownies Cinta merupakan salah satu usaha UKM yang menciptakan produk brownies kukus dengan berbagai macam varian yang menarik konsumen. Hal tersebut menjadi alasan Brownies Cinta Karanganyar semakin dikenal oleh masyarakat. Brownies Cinta brownies yang memberikan rasa cinta yang memiliki cita rasa yang berbeda dibandingkan dengan brownies yang dijual dipasaran pada umumnya. Sehingga Brownies Cinta mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis khususnya kuliner. (Pertiwinigrum, 2021)

Dalam meningkatkan kualitas produk yang diinginkan konsumen maka usaha dapat bertahan dan mampu menghadapi persaingan pasar. Cara untuk bertahan dalam persaingan pasar adalah dengan mempertahankan konsumen, memperbaiki manajemen yang baik dan memberikan informasi mengenai kualitas produk tersebut. Sehingga dapat menghadapi setiap persaingan dalam dunia bisnis. Setiap usaha pasti ada yang namanya persaingan untuk menginginkan pelanggan terhadap usaha kita (Hartati Rismauli, 2022). Suatu bisnis memiliki tujuan untuk memberikan tingkat kepuasan terhadap konsumen. Oleh sebab itu, dalam setiap persaingan para pengusaha menciptakan strategi guna memenuhi kepuasan secara maksimal serta kebutuhan konsumen (Tandra et al., 2021).

Pengalaman pelanggan dengan suatu barang atau jasa mencakup tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Jika harapan konsumen terpenuhi maka mereka akan merasa puas berdasarkan pengalaman yang diterima. Konsumen cenderung mengembangkan nilai-nilai tertentu. Pelanggan akan menggunakan nilai ini untuk membandingkan barang dan jasa yang mereka terima dari pesaing (Agestina & Susilowati, 2019). Perusahaan dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan jika perusahaan tersebut mampu memberikan produk yang berkualitas

Analisis mendalam terhadap keunggulan produk ini akan membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor apa yang membuat brownies ini begitu diminati oleh konsumen. Dengan memahami keunggulan produk Best Seller seperti di Brownies Cinta Karanganyar, pemilik usaha dapat mengoptimalkan pemasaran produk mereka, meningkatkan daya saing, dan memperluas pangsa pasar. Analisis ini juga dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis lainnya yang ingin memahami bagaimana sebuah produk dapat menjadi best seller di pasar lokal. Dengan memahami faktor-faktor yang membuat produk seperti Brownies Cinta Karanganyar menjadi Best Seller, para pelaku usaha kuliner lainnya dapat mengadopsi strategi yang sukses dan mengembangkan produk-produk unggulan mereka sendiri. Hal ini dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat identitas kuliner daerah.

2. METODOLOGI PENELITIAN

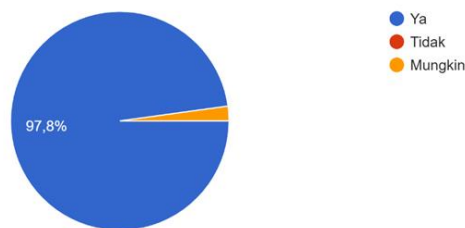
Tahapan yang dilalui dalam penelitian, pembangunan konsep, atau penyelesaian kasus, dituliskan pada Lokasi dalam penelitian ini di Brownies Cinta yang beralamat di Jl. Dr. Muwardi, Cangakan Timur, Cangakan, Kec. Karanganyar, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif yang menggunakan data primer. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian kehidupan individu atau sekelompok orang untuk memberikan informasi pengalaman mereka. Kemudian informasi tersebut dianalisis kembali oleh peneliti dalam metode deskriptif (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Metode dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuisioner dan melakukan observasi. Kuesioner adalah teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden. (Tandra et al., 2021). teknik analisis data yang pertama adalah teknik pengumpulan data. kedua, analisis tingkat kepuasan konsumen, dan yang terakhir memberikan solusi untuk evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data kuesioner dengan 11 pertanyaan dan pernyataan kepada konsumen Brownies Cinta Karanganyar sebanyak 46 responden, sebagai berikut :

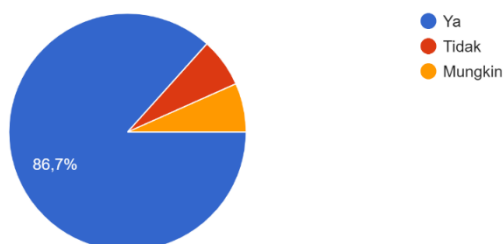
- 3.1. Berdasarkan hasil data kuisioner yang telah dibagikan oleh konsumen Brownies Cinta tentang “Survey Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Best Seller di Brownies Cinta Karanganya” diatas dapat disimpulkan bahwa dari 46 responden dengan presentase sebesar 97,80% mengetahui produk dari Brownies Cinta Karanganyar. Dapat disimpulkan bahwa produk Brownies Cinta sudah dikenal oleh masyarakat sekitar. Berikut merupakan diagram dari hasil kuisioner :

Apakah anda mengetahui produk Brownies Cinta ?
46 jawaban

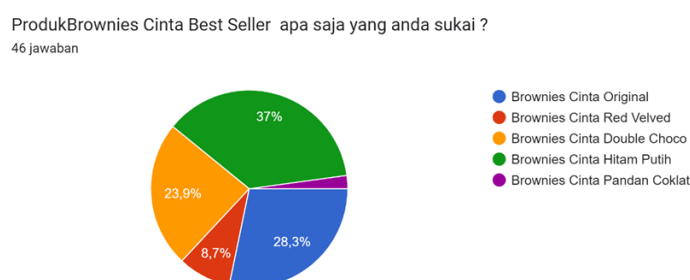


- 3.2. Dari total 45 responden ,dengan presentase 86,7 % pernah mencoba produk Best Seller Brownies Cinta dan sisanya dengan presentase 13,3 % belum mengetahui produk dari Brownies Cinta. Kesimpulan dari hasil survei adalah mayoritas responden telah mencoba atau sering membeli produk Best Seller Brownies Cinta. Meskipun ada sebagian kecil yang belum mengetahui produk tersebut, namun presentase yang lebih besar menunjukkan minat yang cukup tinggi dalam pembelian produk best seller tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa produk Best Seller Brownies Cinta cukup diminati oleh pasar dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Berikut merupakan diagram hasil dari kuisioner :

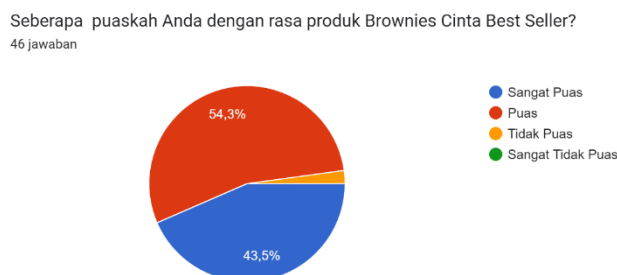
Apakah anda pernah mencoba produk Best Seller dari Brownies Cinta?
45 jawaban



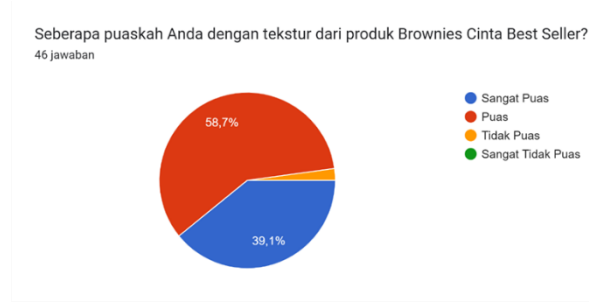
- 3.3. Dari total 46 Responden, dengan presentase 37% memilih produk Brownies Cinta Best Seller Varian Hitam Putih, dengan presentase 28,3% memilih produk Best Seller Brownies Cinta Varian Original, dengan presentase 23,9 memilih produk Best Seller Brownies Cinta Varian Double Choco, dengan presentase 8,7% memilih produk Best Seller Brownies Cinta Red velvet, kemudian yang terakhir ada produk Best Seller Brownies Cinta varian Pandan Coklat dengan presentase 2,1%. Kesimpulan dari hasil survei adalah mayoritas responden lebih memilih produk Brownies Cinta varian Hitam Putih sebagai Best Seller, diikuti oleh varian Original dan Double Choco. Meskipun produk Red Velvet dan Pandan Coklat memiliki presentase yang lebih rendah, namun tetap menunjukkan minat dari sebagian kecil responden. Hal ini menunjukkan bahwa produk Brownies Cinta memiliki variasi varian yang diminati oleh pasar, dan potensi untuk terus berkembang dengan memperhatikan preferensi konsumen. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:



- 3.4. Dari total 46 responden, dengan presentase 54,3% merasa puas dengan rasa produk dari Brownies Cinta, dengan presentase 43,5% merasa sangat puas dengan rasa produk dari Brownies Cinta, dengan presentase 2,2% merasa tidak puas dengan rasa dari produk Best Seller Brownies Cinta. Kesimpulan dari hasil survei adalah mayoritas responden merasa puas atau sangat puas dengan rasa produk Brownies Cinta, dengan hanya sebagian kecil yang merasa tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa produk Brownies Cinta memiliki kualitas rasa yang baik dan dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat terus mengembangkan produknya dengan memperhatikan preferensi konsumen dan mempertahankan kualitas rasa yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.



- 3.5. Dari total 46 responden, dengan presentase 58,0% tekstur dari produk Best Seller Brownies Cinta konsumen merasa puas, dengan presentase 39,1% konsumen merasa sangat puas dengan tekstur produk Best Seller Brownies Cinta dan sisanya 2,9% konsumen tidak puas dengan tekstur produk Best Seller Brownies Cinta. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan mayoritas konsumen puas dengan tekstur produk Best Seller Brownies Cinta. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner :



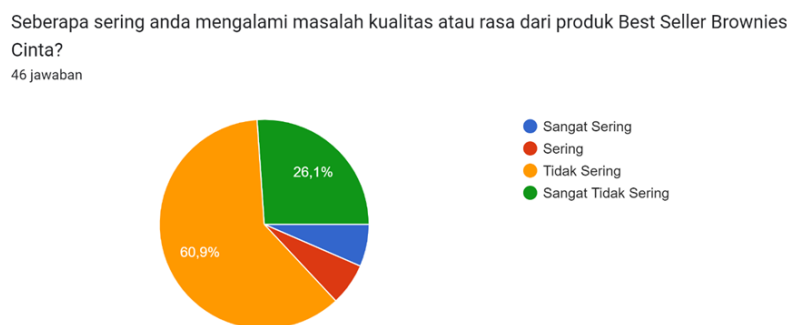
- 3.6. Dari total 46 responden, dengan presentase 71,7% Kemasan dari produk Best Seller Brownies Cinta sudah sesuai dengan keinginan dari konsumen dan sisanya yaitu dengan presentase 28,3% konsumen merasa sangat sesuai dengan kemasan yang digunakan pada produk Best Seller Brownies Cinta. Kesimpulan dari hasil survei adalah mayoritas responden merasa kemasan produk Best Seller Brownies Cinta sudah sesuai dengan keinginan mereka. Meskipun ada sebagian kecil yang merasa tidak puas dengan kemasan, namun secara keseluruhan, kemasan produk Brownies Cinta dinilai positif oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam merancang kemasan yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat terus mempertahankan desain kemasan yang sudah ada dan terus memperhatikan umpan balik konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.



- 3.7. Dari total 46 responden, dengan presentase 71,7% merasa bahwa harga dari produk Best Seller Brownies Cinta sudah sesuai dengan kualitas, sisanya yaitu dengan presentase 28,3% merasa bahwa harga dari produk Best Seller Brownies Cinta sudah sangat sesuai dengan kualitas. Kesimpulan dari hasil survei adalah mayoritas responden merasa bahwa harga produk Best Seller Brownies Cinta sudah sesuai dengan kualitasnya. Meskipun ada sebagian kecil yang merasa harga tersebut sangat sesuai dengan kualitas, namun secara keseluruhan, konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk. Dengan demikian, perusahaan dapat terus mempertahankan harga yang sudah ada dan terus memperhatikan umpan balik konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:



- 3.8. Dari total 46 responden, dengan presentase 60,9% tidak sering mengalami masalah kulaitas dan rasa dari produk Best Seller, dengan presentase 26,1% sangat tidak sering mengalami masalah kualitas dan harga, dengan presentase 6,5% sangat sering mengalami masalah dan sisanya yaitu 6,5% sering mengalami masalah. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak sering mengalami kendala pada kualitas dan rasa produk Best Seller. Namun, sebagian kecil responden mengalami masalah pada produknya, baik sering maupun sangat sering. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:



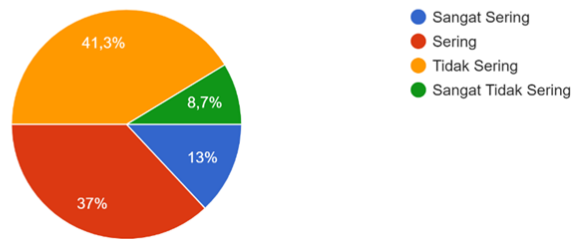
- 3.9. Dari 46 responden, dengan presentase 19,6% konsumen memungkinkan akan membeli produk Best Seller pada Brownies Cinta, dengan presentase 37,0% konsumen sangat besar kemungkinan untuk membeli produk Best Seller Brownies Cinta, dengan presentase 10,9% konsumen kurang memungkinkan untuk membeli produk Best Seller Brownies Cinta, dan sisanya 4,3% konsumen merasa bahwa kemungkinan kecil untuk membeli kembali produk best seller dari Brownies Cinta. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen cenderung akan membeli produk Best Seller dari Brownies Cinta, dengan 37,0% konsumen sangat besar kemungkinannya untuk membeli produk tersebut. Namun, ada juga sebagian kecil konsumen yang kurang memungkinkan atau merasa kemungkinan kecil untuk membeli kembali produk Best Seller dari Brownies Cinta. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:



- 3.10. Dari 46% responden, dengan presentase 41,3% tidak sering membeli produk Best Seller Brownies Cinta, dengan presentase 37,0% sering membeli produk Best Seller Brownies Cinta, dengan presentase 13,0% sangat sering membeli produk Best Seller, dan sisanya dengan presentase 8,7% sangat tidak sering membeli produk Best Seller Brownies Cinta. Artinya dari hasil survei yang dilakukan terhadap 46 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (50%) cenderung sering atau sangat sering membeli produk Best Seller Brownies Cinta. Meskipun ada sebagian kecil responden (8,7%) yang tidak sering membeli produk tersebut, namun presentase yang lebih besar menunjukkan minat yang cukup tinggi dalam pembelian produk Best Seller tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa produk Best Seller Brownies Cinta cukup diminati oleh pasar. Berikut diagram hasil kuisioner:

Seberapa sering anda membeli produk Brownies Cinta Karanganyar ?

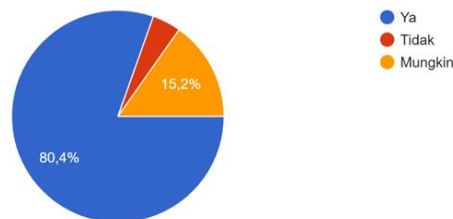
46 jawaban



- 3.11. Dari 46 responden, dengan presentase 80,4% konsumen akan merekomendasikan produk Best Seller Brownies Cinta, dengan presentase 15,2% mungkin akan merekomendasikan produk Best Seller Brownies Cinta, dan sisanya yaitu 4,4% tidak merekomendasikan produk Best Seller Brownies Cinta. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan positif terhadap produk, dan sebagian besar responden cenderung merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Namun, penting untuk dicatat bahwa kesimpulan ini didasarkan pada ukuran sampel yang kecil dan mungkin tidak mewakili pandangan seluruh populasi terhadap produk. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:

Apakah anda akan merekomendasikan produk Brownies Cinta ke teman atau kerabat anda?

46 jawaban



- 3.12. Dari 46 responden, dengan presentase 41,3% cukup besar manfaat yang konsumen dapatkan dari pembelian produk Best Seller dari Brownies Cinta, dengan presentase 34,8% besar kemungkinan konsumen mendapatkan manfaat dari produk Best Seller Brownies Cinta, 15,2% konsumen sangat besar mendapatkan manfaat dan sisanya yaitu dengan presentase 8,7% konsumen merasa tidak ada memberi manfaat dari produk Best Seller Brownies Cinta. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa produk Best Seller dari Brownies Cinta bermanfaat. Berikut merupakan diagram hasil kuisioner:

Seberapa besar manfaat yang anda dapatkan dari pembelian produk Best Seller dari Brownies Cinta?

46 jawaban

