

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan pesat bisnis yang ditunjang internet (digitalisasi), banyak para investor belomba-lomba melakukan *maneuver* dalam lingkup bisnis. Melihat peluang kesuksesan besar yang bisa diraih, mereka berinvestasi dengan mendirikan perusahaan *start up* di berbagai sektor bisnis seperti transportasi, konsumsi, akomodasi dan sebagainya yang membuat banyak kemudahan hidup serba praktis dan instan. Salah satu sektor dalam lingkup bisnis digitalisasi yang awal pertama muncul kepermukaan adalah sektor transportasi yang kala itu memberikan banyak manfaat kemudahan. Senada dengan transportasi, sektor konsumsi juga merupakan sektor yang banyak di eksplor para investor. Tak hanya itu, pelaku bisnis yang mulanya konservatif juga ikut merambah digitalisasi bisnis agar eksistensi bisnis mereka tidak tergerus.

SB didirikan pada tahun 2017 sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sayur secara online atau daring. SB memiliki konsep dan visi bisnis *farm-to-table*, yakni konsep yang memungkinkan konsumen bisa memperoleh berbagai sayur segar berkualitas langsung dari petani. SB tak hanya menjual sayur segar, tetapi juga menjual lebih dari 1000 produk seperti buah, daging, ikan, bumbu dapur hingga *home care utility*. Tercatat saat ini SB sudah melebarkan bisnis di sekitar Jabodetabek, Surabaya dan Bali.

Pada saat intensitas pandemi covid-19 tinggi di Indonesia dan diberlakukannya pembatasan mobilitas masyarakat oleh pemerintah, membuat minat customer terhadap jasa SB naik hingga 5 kali lipat. SB mendapat kenaikan penjualan signifikan ditengah pandemi, pesanan yang diterima dari para customer dapat menyentuh angka 1000 per hari, hingga perusahaan SB pun memperluas jangkauan jasa pengiriman dengan mendirikan mini hub yang berlokasi di kota Bogor.

SB Bogor berlokasi di Jl. Panduraya no 113 kelurahan Tegal gundil, kecamatan Bogor utara, kota Bogor. SB Bogor pertama kali beroperasi pada tanggal 9 maret 2021 dengan berafiliasi menggunakan jasa pengiriman dan *merchant* GoMart dan GrabMart dengan hasil penjualan 7 pesanan di hari pertama. Harga yang ditawarkan oleh SB bisa dikatakan terjangkau dengan target segmentasi menengah keatas, yakni masyarakat yang

tinggal di tengah kota Bogor. Sementara itu, tak hanya produk berupa sayuran saja yang dijual di SB Bogor, namun ada juga buah, daging, ikan segar serta makanan ringan dan produk rumah tangga lainnya yang memiliki peran sebagai produk komplementer agar menarik para konsumen berbelanja lebih banyak.

SB Bogor hadir memenuhi kebutuhan masyarakat kota Bogor ditengah pemberlakuan keterbatasan mobilitas oleh pemerintah. Data penjualan dari 4 bulan pertama mengindikasikan kepuasan masyarakat kota Bogor yang mempercayakan pemenuhan kebutuhan perbelanjaan sayur dan buah kepada SB Bogor. Dengan konsep praktis dan instan, SB Bogor membawakan pengalaman kemudahan dalam berbelanja tanpa harus keluar rumah.

Penjualan di SB Bogor tahun 2021-2022 dapat menembus kenaikan 8x lipat. Secara harga penjualan, SB Bogor memberikan penawaran harga yang terjangkau dan memiliki kemiripan dengan harga penjualan yang beredar pada umumnya di pasar modern. Pernyataan ini dapat penulis buktikan setelah melakukan observasi berupa komparasi harga. Harga penjualan ini tentunya terjangkau bagi masyarakat yang berdomisili di kota Bogor. Tak hanya itu, dengan harga tersebut didapat juga produk yang sebanding secara kualitas.

Sementara itu, SB Bogor juga gencar melakukan promosi agar menarik konsumen untuk menggunakan jasanya. Seperti periklanan di media sosial semacam instagram, tiktok, youtube dan lain-lain. Tak hanya promosi periklanan, SB Bogor juga gencar melakukan promosi potongan harga setiap hari seperti memberikan potongan harga mulai dari 20% hingga 60 % baik potongan langsung di katalog penjualan maupun potongan harga dari *voucher* dan gratis ongkir untuk minimal perbelanjaan tertentu.

SB Bogor memiliki visi penjualan dengan kualitas produk yang diterima ditangan kostumer adalah produk terbaik. Hal ini dibuktikan dengan produk yang dijual memiliki berbagai variasi seperti organik, hidroponik, impor dan juga premium yang berbeda dengan penjualan produk yang umum di pasaran. Jika produk yang diterima konsumen kedatangan cacat seperti busuk, tidak segar, kematangan, kebocoran atau beberapa barang yang dipesan tidak ada (*missing item*), maka SB Bogor siap memberikan *refund*, *voucher* atau ditukar ke produk substitusi.

Visi lain dari SB Bogor adalah mengedepankan kualitas pelayanan walaupun SB Bogor memberikan pelayanan secara *online* dan tidak bertemu konsumen secara langsung. Hal ini dibuktikan seperti faktor reliabilitas yang mana SB Bogor dapat diandalkan secara pengiriman pesanan yang diterima oleh konsumen tidak lebih dari 1 jam. Selain itu pelayanan melalui *packaging* barang pesanan yang dibungkus cantik dan rapih dengan menggunakan dus dan *totebag* dengan merk SB Bogor juga memberikan kesan bagi konsumen.

Sebagaimana diketahui bahwa bisnis rantai pasok produk pertanian memiliki tantangan tersendiri yakni masalah ketersediaan produk. Beberapa produk buah-buahan tidak dapat tersedia sepanjang waktu dikarenakan harus menyesuaikan musim panennya. Di sisi lain, untuk produk sayuran, di musim penghujan mengalami resiko penurunan kualitas karena tingginya potensi busuk atau terserang hama. Sementara itu, umur simpan produk segar pun sangat singkat dan penanganan yang tepat sehingga mutu produk dapat terjaga. Hal inilah yang menyebabkan pada bulan-bulan tertentu nilai penjualan produk mengalami penurunan. Turunnya nilai penjualan pada bulan Agustus, Oktober, dan Februari 2022 disebabkan oleh keterbatasan stok produk segar di tingkat pemasok sehingga permintaan pelanggan banyak yang tidak terpenuhi.

Melihat uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB (Studi Kasus Kota Bogor)**. Harapannya, dengan penelitian ini maka dapat diketahui seberapa berpengaruhnya harga, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di SB Bogor.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. SB Bogor menyediakan berbagai macam sayur dan buah untuk memenuhi kebutuhan memasak dan menjaga kepuasan konsumen di kota Bogor
2. Harga penjualan yang terjangkau untuk masyarakat perkotaan dan kompetitif dengan pasar modern

3. Promosi diadakan setiap hari menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.
4. Kualitas pelayanan dan kualitas produk menjadi hal prioritas demi menjaga kepuasan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di SB Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas, harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu, penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB (Studi Kasus Kota Bogor).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan SB Bogor
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan SB Bogor
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh pada kepuasan pelanggan di SB Bogor
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan SB Bogor
5. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan SB Bogor.

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan harga, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan SB Bogor
2. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan SB Bogor

3. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh pada kepuasan pelanggan SB Bogor
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan SB Bogor
5. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan SB Bogor.

1.6 Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh harga promosi dan kualitas produk
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga akan memudahkan untuk menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah menggunakan jasa.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah harga promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.