

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian yang bertambah maju membuat bertambahnya perusahaan yang bersaing dalam memproduksi dan memasarkan produk mereka, hal tersebut menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Bisnis dalam bidang produk-produk herbal merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya masyarakat yang mulai sadar dan beralih dari produk yang biasanya mengandung bahan kimia ke produk-produk yang sudah terjamin kehalalannya dan bebas kandungan bahan kimia. Kini produk halal semakin menjadi perhatian besar bagi umat muslim. Beragam cara penyuluhan tentang makanan halal bagi masyarakat muslim terus dilakukan oleh berbagai kelompok, dengan harapan semakin meningkat masyarakat yang mau beralih mengkonsumsi produk-produk halal. Produk halal ialah produk yang sudah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam. Rangkaian kegiatan seperti penyediaan bahan baku, pengolahan, pemnyimpanan dan lain-lain pun harus dijamin kehalalannya. Salah satu contoh produk halal yaitu produk-produk yang berbahan herbal, karena bahan baku untuk pembuatan produk herbal terbuat dari tumbuh-tumbuhan yang tentu sudah terjamin kehalalannya.

Banyak perusahaan yang memproduksi produk-produk herbal menyebabkan persaingan pasar semakin ketat, oleh sebab itu perusahaan harus berusaha menetapkan strategi pemasaran. Tidak hanya fokus pada menjual produk saja, akan tetapi juga harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara selalu mengembangkan promosi serta menjaga kualitas pelayanan dan harga. Dengan begitu kepuasan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Apabila ingin menjaga keunggulan dalam pasar, perusahaan harus memahami semua aspek yang dibutuhkan bagi pelanggan untuk membedakan produk pesaing dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Salah satu cara untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan promosi. Promosi adalah usaha dalam pemasaran yang memberikan informasi tentang keunggulan suatu produk dan menjadi cara agar masyarakat memiliki keinginan untuk

mencoba atau membeli produk yang ditawarkan. Tanpa adanya promosi, strategi pemasaran akan sulit sampai kepada masyarakat. Produk yang berkualitas dan menetapkan diskon pun tidak akan diketahui oleh masyarakat sekitar tanpa adanya promosi. Oleh sebab itu promosi merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk.

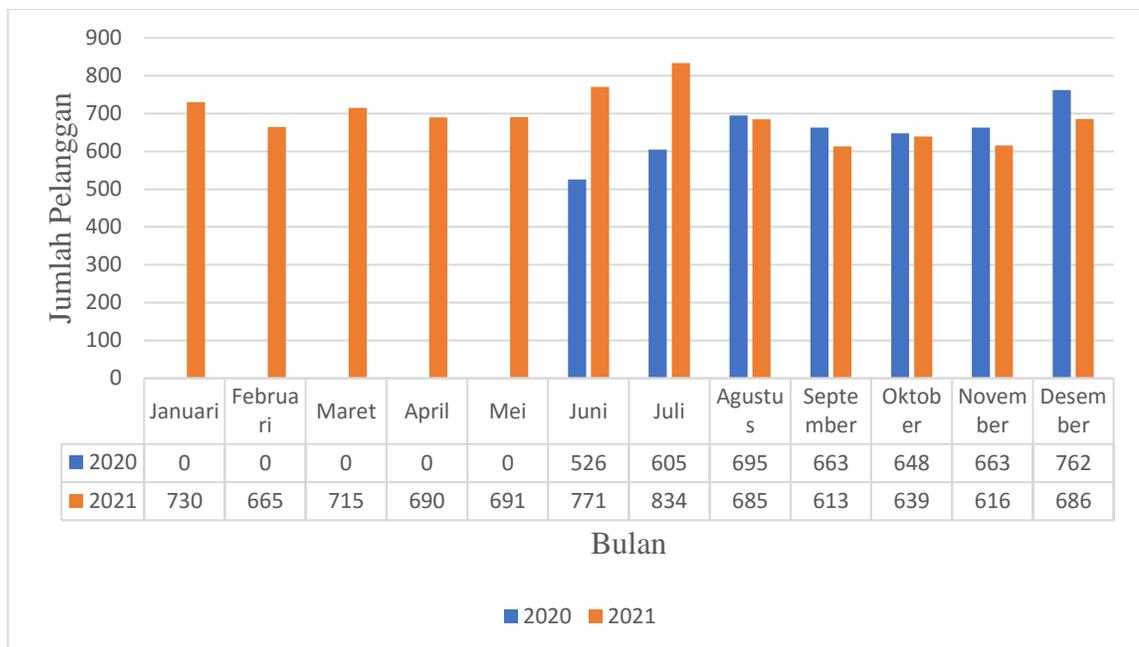
Memuaskan pelanggan menjadi salah satu cara agar perusahaan lebih unggul dalam persaingan, oleh karena itu perusahaan harus berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan yang baik memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat terlihat dari sikap pelanggan yang menikmati dan merasa senang atas pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan akan kembali membeli produk dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Selain promosi dan kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor penting atas suatu produk. Karena setiap harga yang diputuskan oleh perusahaan akan menentukan tingkat keputusan pembelian. Harga merupakan jumlah dari semua nilai yang ditukar pembeli demi manfaat atau keuntungan dari produk yang dibeli sehingga bisa memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Itu sebabnya harga yang ditawarkan perusahaan harus sebanding dengan kualitas dari produk tersebut sehingga terjangkau bagi para pelanggan.

Seperti yang dilakukan oleh jaringan bisnis Halal *Network International* (HNI) yang berada di bawah naungan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia atau yang biasa disebut dengan HPAI. HPAI yang resmi didirikan pada tahun 2012 ini adalah salah satu penyedia produk herbal yang cukup terkenal. Produk herbal yang ditawarkan mulai dari obat-obatan herbal hingga kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat seperti sabun, pasta gigi, kopi, teh dan produk herbal lainnya. Kantor pusat HNI HPAI terletak di Jakarta Timur, namun perusahaan telah memperluas pemasaran produk hingga tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia yang memiliki tingkatan sebagai agen strok. HNI HPAI memiliki tingkatan agen strok dari yang terkecil hingga terbesar, diantaranya *Stock Center* HNI (SC HNI), *Distribution Center* HNI (DC HNI), *Agency Center* HNI (AC HNI) dan *Business Center* HNI (BC HNI). Tingkatan agen stok ini sesuai dengan ketersediaan stok produk di agen tersebut, semakin tinggi tingkatan agenstag maka semakin banyak pula stok produk yang tersedia. Pada penelitian ini akan berfokus pada agen stok tingkatan *Business Center* (BC) yang terletak di Cikarang Selatan.

BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan merupakan salah satu agen stok dari PT HPAI. Untuk menghadapi persaingan pasar, BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan melakukan promosi dengan memanfaatkan sosial media, mengadakan *Home Sharing* (HS) dan membuat grup konsultasi untuk mempermudah pelanggan mendapatkan produk yang sesuai dengan keluhannya. Selain promosi, BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan juga berusaha menjaga kualitas pelayanan dan menetapkan strategi harga yaitu dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sudah mendaftar member di HPAI.

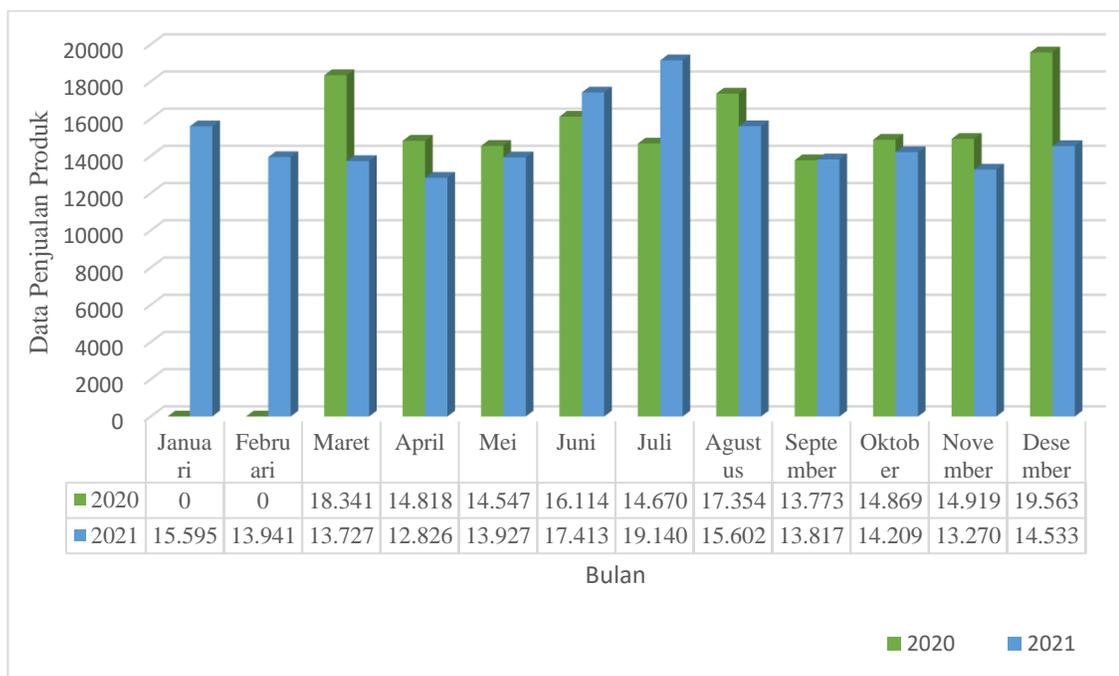
**Gambar 1.1. Data Jumlah Pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan Tahun 2020 dan 2021**



**Sumber: BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan**

Dari data di atas dapat dilihat perbandingan jumlah pelanggan dari tahun 2020 dan 2021. Jumlah pelanggan dari tahun 2020 dan 2021 masing-masing sering mengalami kenaikan dan penurunan, pada bulan Juni dan Juli tahun 2021 jumlah pelanggan mengalami kenaikan dibanding dengan tahun 2020, sedangkan mulai bulan Agustus sampai dengan Desember jumlah pelanggan mengalami penurunan dibanding dengan tahun 2020.

**Gambar 1.2. Data Penjualan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan Tahun 2020 dan 2021 (Dalam Unit)**



**Sumber: BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan**

Hasil penjualan pada tahun 2021 mengalami penurunan dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2020. Hanya pada bulan Juni, Juli dan September tahun 2021 yang mengalami peningkatan. Faktor-faktor yang membuat kenaikan tersebut bisa jadi karena mulai banyak masyarakat yang mulai beralih ke produk herbal. Sedangkan faktor-faktor yang mengalami penurunan bisa jadi disebabkan oleh banyak masyarakat yang merasa harga produk terlalu mahal membuat masyarakat membeli produk ini disaat ketika sangat membutuhkannya saja. Berdasarkan dari data diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BC HNI HALAL *MART* CIKARANG SELATAN”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Tempat parkir yang kurang luas
2. Harga yang masih terlalu mahal bagi beberapa konsumen
3. Lokasi kurang strategis karena terletak di dalam perumahan
4. Media promosi yang dirasa masih kurang
5. Belum tersedianya produk dengan ukuran besar
6. Meningkatnya jumlah pesaing yang sejenis, sehingga bisa berdampak pada pendapatan penjualan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan Sistem pembayaran masih memakan waktu cukup lama

## **1.3. Batasan Masalah**

Hasil dari identifikasi masalah pada BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Untuk mencegah mengembangkannya penelitian, maka peneliti membatasi masalah agar lebih terperinci, jelas dan tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Harapannya pemecahan masalah akan lebih terarah. Oleh karena itu peneliti membatasi masalah hanya pada Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan?
2. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan?
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan?
4. Apakah secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah diatas maka peneliti ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan.
4. Untuk mengetahui apakah secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan untuk membuat tindakan perbaikan pada bagian-bagian yang belum maksimal dan melanjutkan tujuan yang sudah ditetapkan sejak awal untuk membuat masyarakat beralih pada produk herbal.
2. Sebagai bahan untuk menambah wawasan tentang manajemen pemasaran, khususnya pemasaran dalam bidang produk-produk herbal.
3. Dapat menjadi referensi dan bahan informasi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang terkait.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, Perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan 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 DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan 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 tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.