

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pabrik beras merupakan jenis usaha yang mengolah bahan baku alami. Padi yang telah melalui berbagai tahap produksi diubah menjadi beras berkualitas tinggi, sesuai dengan target pasar yang diinginkan pelanggan. Usaha ini harus mengembangkan dan menerapkan sistem manajemen yang profesional untuk mempertahankan pelanggannya.

Salah satu alasan pentingnya mempertahankan pelanggan adalah karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru semakin tinggi di tengah kompetisi yang ketat. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang strategi yang efektif untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas.

Masalah utama yang dihadapi adalah tingginya tingkat persaingan dalam bisnis produksi beras, yang mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba meningkatkan loyalitas pelanggan agar mereka tidak beralih ke perusahaan lain. Mempertahankan loyalitas pelanggan sangat penting untuk keberlangsungan bisnis dan meraih keunggulan kompetitif.

Untuk sukses dalam persaingan, perusahaan harus mampu menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Ini bisa dicapai dengan menghasilkan dan menyampaikan produk dan jasa yang diinginkan konsumen dengan kualitas dan harga yang baik, serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan sangat tergantung pada proses produksi dan komitmen karyawan terhadap kualitas tersebut. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan pelanggan, yang akan berdampak positif pada reputasi produk. Permintaan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas dan proses produksinya.

Penetapan strategi harga yang tepat juga merupakan aspek penting bagi setiap perusahaan untuk bersaing dengan yang lain. Pabrik beras Makmur Berkah, misalnya, menerapkan strategi harga terjangkau dalam upaya pemasarannya. Strategi harga melibatkan perencanaan, implementasi, dan pengendalian penetapan harga yang baik untuk konsumen atau pelanggan.

Selain strategi harga, perusahaan juga menerapkan strategi lain, yaitu promosi, untuk meningkatkan penjualan produk melalui transaksi khusus, iklan, dan publisitas. Promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus berorientasi pada keinginan konsumen agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan menetapkan strategi yang baik. Dengan demikian, promosi memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan melakukan promosi untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan potensial. Produk yang sudah populer dipromosikan untuk mempertahankan citra dan pangsa pasar mereka. Strategi promosi yang efektif akan meningkatkan arus kas dengan meningkatnya pendapatan, yang selanjutnya meningkatkan nilai perusahaan.

Selain mempertahankan harga yang kompetitif dan melakukan promosi yang baik, perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Perusahaan perlu terus memperbaiki kualitas pelayanan, karena pelayanan yang baik merupakan kunci penting dalam kesuksesan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik menentukan apakah konsumen akan menjadi loyal atau tidak.

Selain strategi harga dan promosi, kualitas pelayanan juga penting sebagai alat untuk meraih keunggulan bersaing dalam bisnis. Agar sukses menghadapi persaingan yang ketat, pabrik beras Makmur Berkah sangat menyadari pentingnya memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumennya.

Hal ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatkan peluang pembelian ulang (repeat order), mendorong loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, memperbaiki reputasi perusahaan di mata masyarakat, dan meningkatkan omset atau pendapatan.

Strategi untuk membangun kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Artinya, kualitas yang baik tidak ditentukan dari sudut pandang penyedia jasa, melainkan dari sudut pandang pelanggan.

Keberhasilan kinerja sangat bergantung pada pelanggan yang melakukan pembelian berulang. Pelanggan adalah pembeli atau konsumen yang mengonsumsi kembali produk tertentu, baik berupa barang maupun jasa. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal merupakan inti dari setiap bisnis.

Loyalitas pelanggan adalah ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Para pemasar sangat mengharapkan untuk dapat mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang, atau bahkan selamanya. Pelanggan yang loyal biasanya dengan senang hati merekomendasikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekat. Pelanggan yang loyal cenderung memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk berpindah merek. Mempertahankan pelanggan lebih baik daripada mencari pelanggan baru karena pelanggan setia dapat menambah pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan.

Memiliki pelanggan yang loyal merupakan tujuan akhir dari perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidupnya. Loyalitas pelanggan dicapai melalui proses pemasaran mulai dari program kepuasan (*satisfaction*), pengikatan (*bonding*), hingga adopsi (*adoption*) terhadap produk. Langkah-langkah strategis yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan pelanggan yang loyal bukanlah pekerjaan mudah dan memerlukan tahapan dalam jangka panjang.

Pabrik Beras Makmur Berkah, yang lebih dikenal sebagai PB. MB, adalah salah satu pabrik beras di wilayah Karawang. Perusahaan ini telah berkembang dengan baik berkat pengorbanan dan perjuangan besar yang dibutuhkan untuk mencapai kesuksesan bisnis. Naik turun dalam dunia bisnis adalah hal yang biasa, namun pantang menyerah dan berfokus pada prinsip kesuksesan serta pengalaman dan pengetahuan yang mendalam telah menjadi kunci keberhasilan PB. Makmur Berkah. Pemilik PB. Makmur Berkah menggunakan ilmu keberhasilan dan kesuksesan untuk membuat usahanya berkembang lebih pesat dibandingkan pabrik-pabrik di sekitar wilayah tersebut. Sistem yang digunakan oleh PB. MB mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menyediakan beras berkualitas tinggi sesuai dengan harga yang diinginkan pelanggan, memudahkan pelanggan untuk membeli produk yang dipasarkan, dan menyediakan opsi pembayaran langsung kepada pemilik usaha atau bagian admin. Pelanggan di PB. Makmur Berkah juga bisa menjadi member, yang memberikan keuntungan tambahan. PB. Makmur Berkah menyediakan layanan pengiriman, dimana pembeli dapat melakukan transaksi online dan memesan produk melalui aplikasi WhatsApp atau telepon ke bagian admin atau langsung kepada pemilik usaha. Selain itu, PB. Makmur Berkah juga menyediakan limbah dari hasil produksi padi menjadi beras, yang dikenal sebagai dedek, yang berguna sebagai pakan unggas dan hewan ternak lainnya.

Di Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, PB. Makmur Berkah juga menjalankan strategi dalam hal harga dan promosi. Berbagai strategi yang terkait dengan harga dan promosi terus dijalankan, seperti program keanggotaan untuk memudahkan pelanggan membeli produk dan mendapatkan harga yang lebih murah. Tujuannya adalah untuk menarik minat pelanggan dengan memberikan pelayanan yang lebih baik. Namun, upaya ini belum sepenuhnya berdampak pada tingkat penjualan karena sebagian pelanggan masih membandingkan harga. Perkembangan penjualan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 data penggilingan dan penjualan pabrik beras makmur berkah dalam periode bulan Januari sampai dengan Desember 2023

BULAN	PADI (TON)	BERAS (TON)	OMSET (RP)	JUMLAH KONSUMEN
Januari	80	50	510.000.000	270
Februari	87	52,5	468.000.000	470
Maret	75	45	396.000.000	395
April	82	48	441.600.000	520
Mei	90	55	550.000.000	520
Juni	85	52	509.600.000	441
Juli	92	56	571.200.000	395
Agustus	65	39	397.800.000	145
September	55	32	332.800.000	234
Oktober	78	46	464.600.000	372
November	100	60	570.000.000	656
Desember	120	71	674.500.000	789
TOTAL	1.009	616,5	5.886.100.000	5.207

Sumber : Pabrik Beras Makmur Berkah

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa dari Januari hingga Desember 2023, volume penggilingan beras di Pabrik Makmur Berkah bervariasi. Misalnya, ketika pabrik membeli 80 ton padi, hasil produksi berasnya hanya sekitar 50 hingga 52,5 ton. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian padi dan hasil produksi berasnya tidak dapat diprediksi dengan akurat.

Berdasarkan realita diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah.**

1.2. Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya komunikasi dari pemasok
2. Kualitas padi berkurang menjadi faktor penurunan harga
3. Kualitas padi tidak merata menyebabkan penurunan harga
4. Harga modal dan keuntungan tidak sesuai
5. Faktor cuaca sangat berpengaruh membuat padi menjadi basah mengakibatkan penurunan kualitas padi
6. Beras dihutang mengakibatkan tertahannya modal
7. Beras banjir berpotensi menurunkan harga beras
8. Timbangan perkarung padi tidak sesuai, karena pada saat proses pembuatan beras terjadi penyusutan akibat pemanasan oven
9. Mempunyai karyawan yang kurang sigap
10. Dalam proses pengiriman terjadi kendala seperti terpal bocor mengakibatkan air mengalir masuk ke karung beras,

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah di Pabrik Beras Makmur Berkah yang berlokasi di Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, menunjukkan bahwa terdapat berbagai permasalahan. Untuk mencegah perluasan cakupan penelitian, penulis membatasi masalah agar lebih terperinci dan jelas, sehingga pemecahan masalah dapat lebih terarah. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan hanya pada pengaruh strategi harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di Pabrik Beras Makmur Berkah, Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang?

3. Apakah strategi harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi harga dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pabrik beras makmur berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang.

1.6. Manfaat Penelitian

Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mampu mengenal, mengetahui, memahami dan menganalisis kondisi lingkungan kerja.
2. Mahasiswa memiliki pemahaman tentang aplikasi ilmu manajemen dalam dunia kerja.
3. Mahasiswa memiliki keterampilan berkomunikasi dan memiliki rasa percaya diri dalam bersikap dan berperilaku.
4. Mahasiswa memiliki kemampuan bekerja dalam kelompok maupun individu.

Bagi instansi magang dan instansi pendidikan

1. Mendapatkan sharing ilmu dari mahasiswa magang.
2. Terciptanya hubungan yang baik dan adanya pertukaran informasi antar PB Makmur Berkah dengan STIE Gici Business School.
3. Mampu mengetahui apa yang terjadi kekurangan yang ada dalam perusahaan dari hasil temuan mahasiswa magang.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulis dalam hal ini menggunakan lima bab dalam penelitian yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

berisi tentang Latar belakang, Identifikasi masalah, Batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Sistematika penelitian.

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 literature yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

berisi tentang Tempat dan waktu penelitian, Jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, Teknik pengumpulan data, Definisi operasional variable, Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN 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 KESIMPULAN

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