

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan usaha di bidang perdagangan barang (retail) terasa semakin ketat. Hal ini dikarenakan terlalu banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis pada bidang yang sama. Kondisi ini didukung pula oleh adanya faktor permintaan pasar yang semakin besar dan peluang bisnis yang menjanjikan. Kebutuhan akan ketersediaan barang-barang kebutuhan sehari-hari semakin meningkat seiring dengan jumlah permintaan akan pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang ada di masyarakat yang selalu meningkat setiap waktunya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat tersebut menjadi peluang bisnis yang sangat menggiurkan. Hal tersebut yang melatarbelakangi pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pelaku usaha sejenis yang menjadi pesaing meskipun terjadi perubahan.

Semua kegiatan penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, dengan harapan dapat mencapai keuntungan yang optimal. Tujuan penjualan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka pelaku usaha harus menerapkan cara-cara yang tepat dan baik untuk dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan perusahaan yang sejenis dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Sebagaimana diketahui bahwa salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu.

Harga merupakan faktor yang berperan penting dalam kegiatan penjualan. Penetapan harga atas suatu produk maupun jasa harus mampu menyesuaikan dengan keadaan yang ada. Strategi penetapan harga mutlak dilakukan. Hal ini didasarkan karena harga merupakan satu-satunya unsur dalam unsur bauran pemasaran eceran yang dapat mendatangkan keuntungan bagi para peritel.

Swastha dan Irawan (2001) berpendapat bahwa harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk bila mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan produk dan pelayanannya. Dalam strategi harga, harga adalah salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan perubahan-perubahan yang terjadi, terutama pada saat di mana terjadi persaingan yang sangat ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Faktor lain yang berperan penting dalam kegiatan penjualan adalah lokasi. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pemilik usaha.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Tjiptono (2001:54) menjelaskan bahwa komponen lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor pendukung lainnya.

Faktor yang memegang peranan penting dalam penjualan selanjutnya adalah kualitas pelayanan. Pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual atau penyedia jasa kepada orang lain dengan baik dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Kualitas pelayanan merupakan kunci untuk menentukan masa depan dari suatu bisnis yang dijalankan oleh seorang pengusaha.

Kualitas dari suatu pelayanan merupakan sebuah strategi dari pelaku usaha agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menghindari pelanggan berpindah ke pesaing dan menciptakan keadaan unggul dibandingkan pesaing. Pelaku usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang memuaskan juga akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan bertujuan sebagai upaya untuk menciptakan rasa nyaman bagi konsumen serta

konsumen memiliki nilai rasa yang lebih tinggi dari harapan konsumen. Harapan konsumen adalah nilai penting, maka dari itu kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan keadaan bagi pelaku usaha untuk lebih dekat menuju kepuasan konsumen. Toko Grosir Nazwa Bogor selaku pelaku usaha yang bergerak dibidang ritel memerlukan strategi-strategi yang dapat mempertahankan usahanya dari peritel lain yang sama-sama memiliki usaha dalam menyediakan dan menjual produk kebutuhan sehari-hari. Toko Grosir Nazwa Bogor harus dapat memperbaiki diri agar dapat menghadapi, bersaing dan memenangkan persaingan dengan pesaing. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan menetapkan harga jual lebih murah dibandingkan dengan harga jual di toko lain.

Selain itu, lokasi Toko Grosir Nazwa Bogor yang strategis, yaitu terletak di pinggir jalan yang dilalui lalu lintas dan dekat dengan pemukiman warga memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan toko lain di daerah Bojongsuka. Karena lokasinya yang strategis menjadikan Toko Grosir Nazwa Bogor menjadi tempat berbelanja pilihan para pelanggan. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, Hal ini dimaksudkan agar pelanggan puas pada saat berbelanja di Toko Grosir Nazwa, persaingan antar toko lokasi yang strategis dari 4 toko yang diambil menjadikan jarak perbandingan untuk suatu konsumen yang datang mengunjungi toko.

Tabel 1.1. Data Toko Grosir Perbandingan Jarak

No.	Nama Toko Grosir	Perbandingan Jarak
1	Toko Grosir Nazwa	0 m
2	Toko Grosir Ade	650 m
3	Toko Sembako Rosyid	800 m
4	Toko Sembako Syawal	1,09 Km

Sumber: Toko Grosir Nazwa Bogor (2022)

Namun demikian, terkadang ada pelanggan yang merasa kurang puas pada saat berbelanja di Toko Grosir Nazwa Bogor. Hal ini dapat terlihat dari nilai penjualan yang diperoleh oleh pemilik toko. Untuk menguatkan hal tersebut, penulis melakukan survey pendahuluan untuk mendapatkan fenomena yang terjadi pada penelitian. Kuesioner

disebarkan kepada 129 pelanggan dengan metode *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Tabel 1.2. Komplain Pelanggan Toko Grosir Nazwa

No.	Jenis Komplain	Jumlah
1	Pelayanannya lama dalam menghadapi/melayani pembeli	15
2	Pembeli mengantri lama saat melakukan pembelian	19
3	Ada pelayan yang kurang ramah	13
4	Ada harga barang yang lebih mahal dibandingkan toko lain	25
5	Jarang diberikan potongan harga	8
6	Area parkir terbatas	35
7	Keadaan di dalam toko panas	14
Total Keluhan		129

Sumber: Toko Grosir Nazwa Bogor (2022)

Keluhan-keluhan yang ada di Toko Grosir Nazwa Bogor harus diatasi agar pelanggan merasa puas selama berbelanja. Agar tidak menimbulkan kerugian dan berkurangnya omzet penjualan.

Guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor dan sebagai upaya pemilik toko untuk melakukan perbaikan di masa depan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Beberapa barang/produk di Toko Grosir Nazwa Bogor yang harganya lebih tinggi

apabila dibandingkan dengan toko lain.

2. Tempat parkir yang terbatas membuat pelanggan kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya.
3. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang ada di toko sembako tersebut kurang ramah terhadap pembeli ataupun konsumen sehingga tidak memberi rasa nyaman terhadap pembeli yang belanja ditoko tersebut.
4. Pelayanan yang lama dirasakan oleh pelanggan ketika berbelanja di Toko Grosir Nazwa Bogor.

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah dipergunakan agar menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok masalah dengan tujuan agar penelitian lebih terarah dan mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis membatasi hanya pada pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Apakah secara simultan harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor?
3. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor?
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui secara simultan harga, lokasi dan kualitas pelayan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.
2. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.
3. Untuk mengetahui secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Nazwa Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu:

1. Kegunaan teoritis, yakni untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang ada dan sedang diteliti.
2. Kegunaan operasional, yakni untuk membantu memecahkan mengantisipasi masalah yang ada pada lokasi yang akan diteliti.

Kegunaan operasional dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengalaman karena tujuan langsung ke lapangan, memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang yang dikaji.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pengetahuan serta wawasan kepada pembaca atau penulis lain yang membaca hasil penelitian ini.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada

skripsi ini secara menyeluruh, maka diperlukan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini adalah 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, devinisi 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 bebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.