

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang saat ini terus berkembang menjadikan perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Semakin ketatnya persaingan dunia usaha dalam memasarkan produknya ditandai dengan semakin banyaknya produk baru yang terus bermunculan dipasaran dengan tawaran harga yang terjangkau serta didukung oleh pelayanan yang baik dari perusahaan. Banyak nya usaha sejenis yang bermunculan dan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat tersebut, maka untuk menghadapi situasi demikian perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan.

Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen nya maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat bertahan dalam situasi persaingan yang ketat.

Salah satunya adalah Perusahaan ritel yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk maupun dagangan rumah tangga seperti produk sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan. Ritel merupakan yang paling utama dalam manajemen rantai pasokan karena ritel berhadapan langsung dengan konsumen atau ritel menghubungkan konsumen dengan penjual yang menyediakan barang dagangan.

Kehadiran perusahaan ritel yang semakin berkembang pesat tersebut pada dasarnya dikarenakan gaya hidup dan pola berbelanja masyarakat terutama masyarakat kelas menengah ke atas yang enggan untuk berbelanja ke pasar tradisional yang biasanya terjadi berdesak-desakan, becek, hingga pasar yang tidak tertata rapi dan memilih berbelanja di perbelanjaan modern. Perubahan gaya hidup dan pola masyarakat tersebut tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja namun juga dimanfaatkan masyarakat untuk sekedar jalan-jalan dan mencari hiburan.

Perusahaan Ritel ini memiliki peranan yang penting bagi perekonomian masyarakat Indonesia, karena perusahaan ritel sebagai industri yang tinggi dalam penyerapan tenaga kerja, maka ini mengartikan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang menggantungkan hidupnya di perusahaan ritel. Dengan tinggi nya angka pertumbuhan ritel mengakibatkan jumlah pesaing bisnis ritel yang juga kian semakin meningkat sehingga membuat perusahaan harus selalu memperhatikan hal apa saja yang harus dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Seperti kemampuan daya beli hingga pelayanan yang baik yang tidak didapatkan dari pelayanan pesaing.

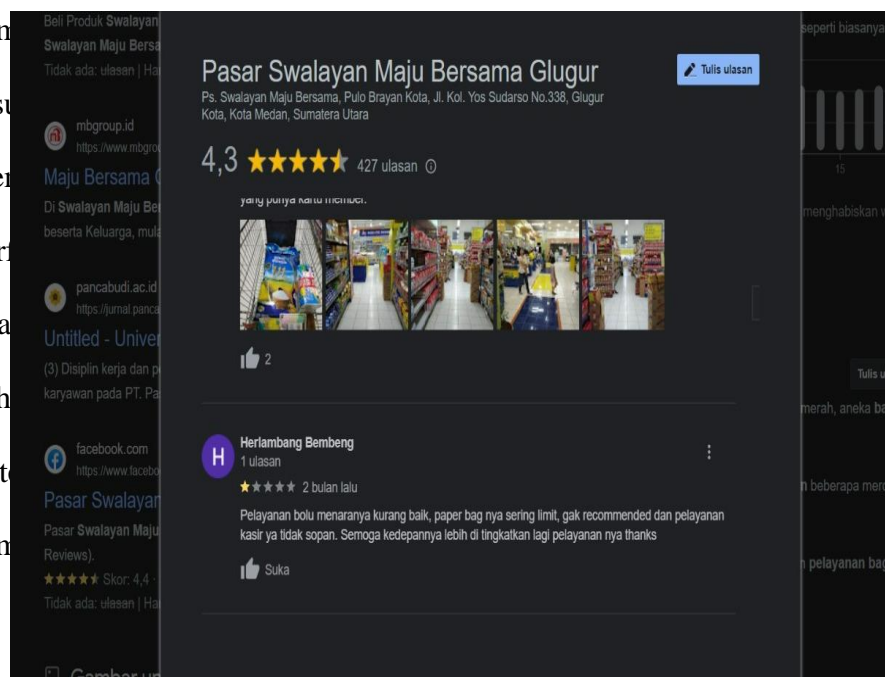
Salah satu perusahaan ritel adalah PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur yang merupakan salah satu perusahaan ritel yang berdiri pada tahun 2016 beralamat di PT. Swalayan Maju Bersama, Pulo Brayan Kota, Jl. Kol. Yos Sudarso No.338, Glugur Kota, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20238. PT. Pasar Swalayan Maju Bersama atau lebih dikenal dengan swalayan maju bersama adalah salah satu perusahaan ritel yang menjual kebutuhan sehari-hari dan rumah tangga seperti bahan pangan, minuman, peralatan rumah tangga, kosmetik, produk perawatan kulit, hingga pakaian dan peralatan lainnya. Dengan produk yang dipasarkan berada di rak-rak yang tersusun rapi, variasi produk yang sangat banyak, ruangan ber-AC yang memberikan kenyamanan dalam berbelanja karena terhindar

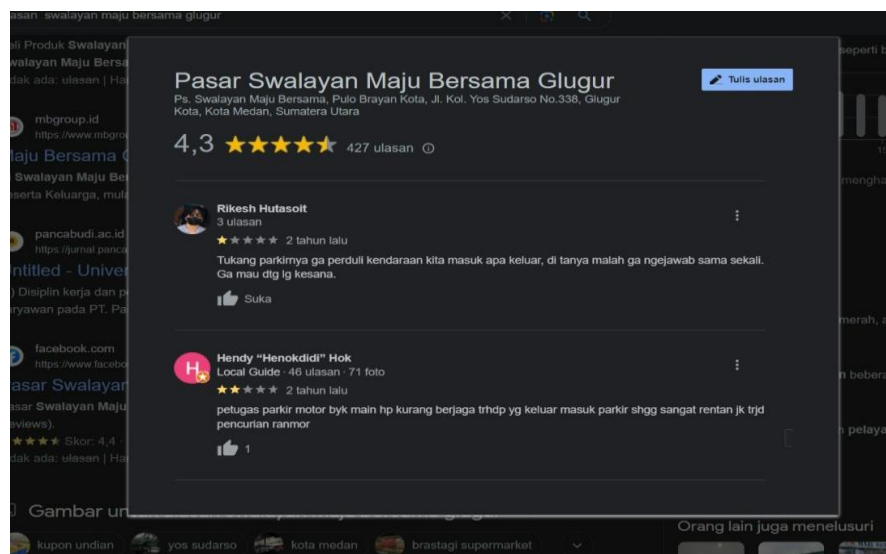
dari udara yang pengap, adalah salah satu daya tarik konsumen untuk berbelanja di Swalayan Maju Bersama.

Demikian juga Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Tjiptono (2018:146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler (2019, hal.108) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation* model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan

dan seperti biasanya pembelian dengan yang sesti t. Ketika konsumen mer bagaimana produk itu ber konsumen akan merasa pua lah seringkali terjadi keh tidak hanya itu juga sist ra konsumen seperti gan





Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen

Kualitas suatu produk adalah produk yang mempunyai kualitas tinggi akan menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya tingkat kekrisisan konsumen terhadap produk yang digunakan dari waktu ke waktu semakin meningkat khususnya pada era pasar global yang menjadikan kualitas produk merupakan hal yang utama yang diperhatikan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian yang diatas juga telah diteliti oleh Gadis Cantika Early Pratama (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Pada Indomaret Point Gejayan Yogyakarta. Hasil penelitian yakni Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati,

dan bukti fisik yang memiliki penilaian terbaik adalah dimensi empati dan yang memiliki penilaian terendah adalah dimensi bukti fisik. Sedangkan pada variabel kualitas produk yang terdiri dari dimensi karakter, fitur, keandalan, kesesuaian, ketahanan, perbaikan, penampilan, dan persepsi konsumen yang memiliki penilaian terbaik adalah dimensi fitur dan yang memiliki penilaian terendah adalah dimensi persepsi konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2018, hal.145), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Setelah peneliti melakukan observasi, peneliti berpendapat bahwa adanya indikasi yang berkaitan dengan kualitas dari produk adalah pada perusahaan ritel yakni swalayan maju bersama cabang glukur terdapat beberapa masalah yakni terdapat kecacatan dari produk elektronik yang di jual, terdapat beberapa produk yang kadaluwarsa hal ini terjadi akibat dari kelalaian para pegawai dari perusahaan tersebut kemudian kualitas produk elektronik yang buruk. Berikut bukti dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 1.2 Ulasan Konsumen Mengenai Kualitas Produk

Menurut Indrasari (2019:87-88) Selain dari pada kualitas produk, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor harga. Harga adalah faktor yang terpenting dalam mempengaruhi pembelian oleh konsumen, tidak jarang terjadi bagi konsumen dalam memutuskan pembelian tersebut adalah dengan harga yang dipatokan, harga juga dianggap sebagai hal untuk mengidentifikasikan suatu nilai dari produk atau jasa yaitu seperti semakin tinggi harga suatu produk tersebut maka semakin bernilai atau bermutu pula. Tak jarang bagi konsumen ketika mendapatkan harga yang lebih tinggi maka keinginan konsumen untuk membeli mungkin akan semakin kecil dan mencari barang serupa namun dengan harga yang lebih rendah.

Menurut Ritonga, dkk (2018, hal.103) harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Adanya faktor harga juga menjadi dasar konsumen untuk memilih tempat berbelanja yang tepat dengan mempertimbangkan tingkat harga, apabila harga yang ditawarkan oleh suatu Swalayan murah dan sesuai maka konsumen akan semakin tertarik untuk berbelanja di tempat tersebut. Permasalahan yang berkaitan dengan jumlah harga yang di tentukan oleh

swalayan maju bersama adalah adanya perbandingan harga jual pada Swalayan Maju Bersama dengan harga di toko pedagang biasa seperti yang tertera pada tabel di bawah.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Swalayan Maju Bersama

Daftar Harga Produk Swalayan Maju Bersama Cabang Glugur			Daftar Harga Produk Toko Alfamidi	
No	Nama Produk	Daftar Harga		
1	Tissue Facial Nice	Rp. 22.145	Tissue Facial Nice	Rp. 20.000
2	Tissue Toilet Nice	Rp. 42.745	Tissue Toilet Nice	Rp. 40.500
3	Tissue Facial Paseo	Rp. 14.523	Tissue Facial Paseo	Rp. 11.500
4	Tissue Toilet Jolly	Rp. 31.724	Tissue Toilet Jolly	Rp. 29.000
5	Susu Bubuk Diabetasol	Rp160.783	Susu Bubuk Diabetasol	Rp158.000
6	Susu Fresh Dioamond	Rp. 31.106	Susu Fresh Dioamond	Rp. 29.500
7	Susu Fresh Kin	Rp. 29.458	Susu Fresh Kin	Rp. 27.000
8	Beras MB Kuku Balam 10 Kg	Rp. 123.190	Beras MB Kuku Balam 10 Kg	Rp. 120.000
9	Sofia Minyak Goreng 2 Liter	Rp . 29.990	Sofia Minyak Goreng 2 Liter	Rp . 27.000
10.	Fiesta Chiken Steak 500 gr	Rp. 52.890	Fiesta Chiken Steak 500 gr	Rp. 50.500
11.	Benardi Bado Frozen Ayam Besar	Rp.40.690	Benardi Bado Frozen Ayam Besar	Rp.38.500
12.	Fox"The Clup 15X25 Grup	Rp. 17.790	Fox"The Clup 15X25 Grup	Rp. 15.000
13.	Bebelac Susu 400 gr	Rp. 66.890	Bebelac Susu 400 gr	Rp. 64.000
14.	Good Time Biskuit Koko 72 gr	Rp. 5.690	Good Time Biskuit Koko 72 gr	Rp. 5.000
15.	Chitato Snack Rasa Mie Goreng	Rp. 9.490	Chitato Snack Rasa Mie Goreng	Rp. 9.000
16.	Coklat Batang Drak 250 gr	Rp18.250	Coklat Batang Drak 250 gr	Rp15.000
17.	Ponds Facial Foam 100 gr Acne	Rp. 30.090	Ponds Facial Foam 100 gr Acne	Rp. 29.000
18.	Pepsodent Centre Fresh 160 gr	Rp. 18.990	Pepsodent Centre Fresh 160 gr	Rp. 17.000
19.	Lifebouy Sabun Cair 400 ml	Rp. 24.090	Lifebouy Sabun Cair 400 ml	Rp. 24.000
20.	Tassa Facial Tissue 200s	Rp. 20.190	Tassa Facial Tissue 200s	Rp. 19.000
21.	Swetty Baby Pants m34 l30	Rp. 48.390	Swetty Baby Pants m34 l30	Rp. 47.000
			Tissue Facial Nice	Rp. 20.000

Sumber: Data Sekunder Swalayan Maju Bersama

Berdasarkan tabel diatas dapat di jelaskan bahwa perbandingan harga Swalayan Maju Bersama dengan harga pedagang biasa berbeda sehingga hal ini akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja di perusahaan reetail pada umumnya.

Penelitian yang diatas juga telah diteliti oleh Erni Widiastuti (2020). dengan judul “Persepsi Konsumen atas Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Layanan Toko, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Mini Market Indomaret di Kecamatan Weru Kabupaten Sukoharjo”. Dari hasil analisis data yang telah dari uji asumsi klasik dalam penelitian ini, maka dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang memiliki nilai positif sebesar 0.699, menunjukan bahwa kepuasan konsumen

minimarket indomaret dijelaskan oleh variable harga, keragaman produk, kualitas layanan toko, dan promosi sebesar 69,9% dan sisanya sebesar 30,1% menggambarkan adanya variasi bebas lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di Swalayan Maju Bersama sehingga melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Maju Bersama Pada (PT. Swalayan Maju Bersama Glugur)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah dalam penelitin ini:

1. Adanya permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk diantaranya ditemukannya barang yang cacat dan kadaluwarsa akibat dari kelalaian para pelayan.
2. Terdapat perbedaan harga produk Swalayan dengan Toko Alfamidi.
3. Adanya rasa kurang puas konsumen terhadap fasilitas dan peraturan parkir yang di buat pihak Swalayan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Maju Bersama Glugur?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Maju Bersama Glugur?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Maju Bersama Glugur?

1.4 Batasan Masalah

Memfokuskan pada Kualitas produk, Harga dan Kepuasan Konsumen. Selain itu ruang lingkup dari penelitian ini juga dibatasi dari segi responden penelitian, dimana objek dalam penelitian hanya ditujukan kepada konsumen dari Swalayan Maju Bersama Cabang Glugur.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Swalayan Maju Bersama Glugur.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Swalayan Maju Bersama Glugur.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Swalayan Maju Bersama Glugur.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang telah ada terkait dengan hubungan kualitas produk dan lingkungan kerjaharga terhadap kepuasan konsumen sehingga menambah pemahaman bagi penulis dan konsumen lainnya.

2. Perusahaan

Agar dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengelola dan menerapkan sistem yang diperuntukan bagi konsumen yang nantinya akan berkunjung.

3. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam proses perbaikan dalam pengembangan kreatifitas mahasiswa serta meneliti tentang kepuasan konsumen.

4. Penelitian Selanjutnya

Manfaat dari penelitian ini bagi penelitian selanjutnya ialah sebagai bahan referensi dalam pembuatan proposal skripsi dan nantinya dapat mempermudah dalam proses pengerjaannya.