

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dewasa ini kompetisi dalam dunia perdagangan semakin kompetitif antara perusahaan domestic dengan perusahaan luar negeri, apalagi jika perusahaan itu telah berorientasi pada ekspor. Di sisi lain telah terjadi perubahan lingkungan yang kurang mendukung iklim organisasi bisnis retail. Perusahaan dalam mengeluarkan barang dan jasa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian produk dan jasa ini diharapkan bersaing di pasar global. Saat ini konsumen sangat selektif dalam memilih barang dan jasa sebelum mengambil keputusan untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Sejalan dengan berkembangnya perekonomian, banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia usaha, salah satunya usaha retail swalayan yang semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya.

Giant Hypermarket Ujung Menteng adalah anak perusahaan dari PT.Hero Supermarket.tbk yang didirikan pada tahun 2008 dan bergerak dibidang retail, yang menjalankan bisnis penjualan. Giant Hypermarket berdiri di lokasi yang berdekatan dengan jalan raya utama Bekasi di kilometer 25. Pada lokasi ini mengalami aktifitas kendaraan yang padat sehingga sering terjadi kemacetan di lokasi tersebut. Di sekitar lokasi Giant Hypermarket Ujung Menteng persaingan sesama dunia retail sangat bergengsi antara lain terdapat Giant Hypermarket Harapan Indah, Lulu Store Cakung, dan Aeon Mall JGC.

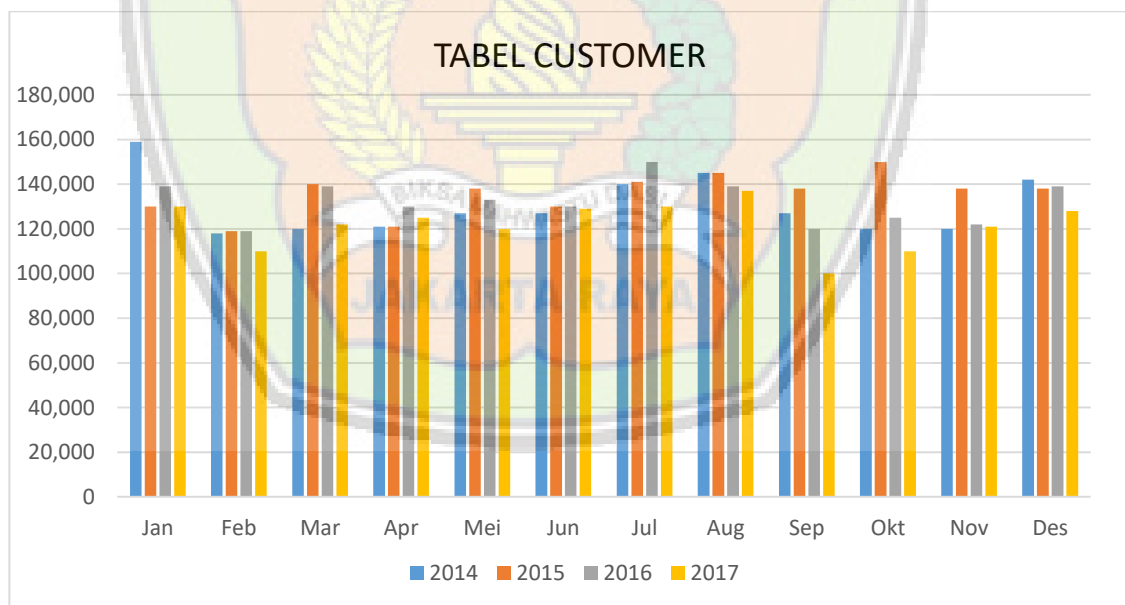
Diketahui setelah adanya studi kasus antara penulis dengan beberapa konsumen Giant Hypermart Ujung Menteng para konsumen merasa pelayanan yang diberikan di Giant Hypermarket Ujung Menteng tidaklah sesuai dengan harapan mereka seperti contoh karyawan kurang ramah saat menjelaskan *display* produk,dll. Berdasarkan wawancara dan pengalaman penulis pada saat bekerja pada Giant Hypermarket Ujung Menteng, mengungkapkan promosi penjualan yang dilakukan Giant Hypermarket

Ujung Menteng belum cukup karena dalam melakukan promosi tidak ada inovasi, yang hanya menggunakan media banner, spanduk, pricelist dan poster saja.

Hal tersebut dikuatkan dengan adanya keluhan yang diterima dari kotak saran yang disediakan oleh Giant Hypermarket Ujung Menteng dimana sebagian besar konsumen mengeluhkan tentang kualitas layanan yang kurang sehingga mengakibatkan konsumen tidak puas saat mengunjungi outlet, seperti fasilitas yang kurang baik, tidak ada senyum saat melayani dan lamban dalam memberikan pelayanan.

Peneliti juga menambahkan data yang didapat dari manajemen yaitu data customer dan data penjualan selama empat tahun terakhir di Giant Hypermarket Ujung Menteng.

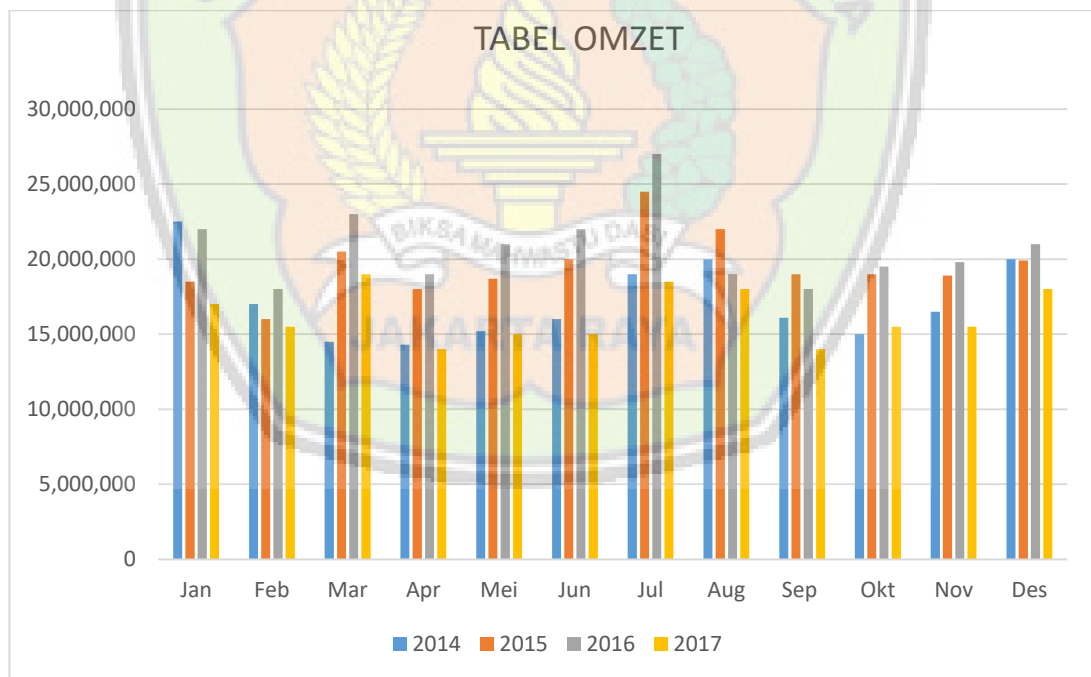
Tabel 1.1
Arus Konsumen Giant Hypermarket Ujung Menteng



Sumber : Manajemen Giant Ujung Menteng

Tabel diatas menunjukkan bahwa arus konsumen di Giant Hypermarket Ujung Menteng pada 2017 mengalami penurunan dalam setiap bulannya. Hal ini membuat pihak manajemen cukup resah. Permasalahan yang terjadi mengapa arus konsumen menurun dan apakah terpengaruh oleh beberapa faktor seperti promosi penjualan, display produk, hadiah, kualitas pelayanan dan lain sebagainya. Maka dari itu pemasar atau pihak manajemen harus lebih kreatif dan berusaha untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian.

Tabel 1.2
Penjualan Giant Hypermarket Ujung Menteng (dalam Rupiah)



Sumber : Manajemen Giant Hypermarket Ujung Menteng

Menurut sumber informasi dari Manager Giant Hypermarket Ujung Menteng profit surplus penjualan yang dialami Giant Hypermarket Ujung Menteng mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Biasanya profit yang dihasilnya mencapai 80% namun pada tahun ini mengalami penurunan penjualan sebanyak 20%.

Dalam wawancara dengan beberapa konsumen yang lain ada salah satu konsumen mengungkapkan bahwa ketidakpuasan konsumen dalam harga seperti kenaikan pada pricelist baru yang belum terganti misalnya periode promosi yang semula Rp.5000 kemudian naik menjadi Rp.7000, hal tersebut mengakibatkan selisih harga sehingga konsumen harus mengeluarkan biaya tambahan membuat konsumen merasa dibohongi dan tidak nyaman untuk berbelanja di Giant Hypermarket Ujung Menteng. Ada juga beberapa konsumen yang mengungkapkan produk yang diinginkan tidak ada, seperti variant yang diinginkan tidak ada atau aroma yang diinginkan tidak lengkap. Ketidakpuasan konsumen menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat merugikan perusahaan yang bersangkutan. Misalnya seperti konsumen tidak membeli lagi, pelanggan bercerita kepada orang-orang akan keburukan terutama dalam segi pelayanan, yang pada akhirnya akan menurunkan pendapatan perusahaan itu sendiri. Karyawan harus mengerti tentang kualitas pelayanan yang baik dan dapat memahami keinginan konsumen, sehingga kepuasan konsumen akan tercapai dan dapat meningkatkan pendapatan pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diuraikan diatas. Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti kualitas layanan dan promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng”*

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.
2. Kurangna inovasi dalam promosi penjualan.
3. Turunnya target penjualan.

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang harus diselesaikan di atas maka perlu adanya pembatasan masalah serta ruang lingkupnya agar dalam melakukan penelitian hanya terfokus pada kualitas layanan dan promosi penjualan degan kepuasan konsumen pada Giant Hypermarket Ujung Menteng.

1.4 Rumusan Masalah

Yang menjadi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Giant Hypermarket Ujung Menteng ?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen di Giant Hypermarket Ujung Menteng ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Giant Hypermarket Ujung Menteng?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara garis besar penelitian ini bermanfaat bagi:

1. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dijadikan bahan materi kuliah apabila diperlukan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang hubungan antara kualitas layanan dan promosi penjualan dengan kepuasan konsumen, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan.

4. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat terutama dibidang pemasaran tentang hubungan kualitas layanan dan promosi penjualan dengan kepuasan konsumen.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang :

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan pustaka

Bab ini berisi tentang :

Pada bab ini menggunakan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang ;

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metodologi penelitian serta analisa apa saja yang tepat untuk digunakan.

Bab 4 Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang :

Pada bab ini penulis harus mengikuti tujuan dan batasan penelitian seperti tercantum dalam bab 1 sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Bab 5 Kesimpulan dan Implikasi Manajerial

Bab ini menjelaskan tentang :

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terikat (perusahaan). Dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA