

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

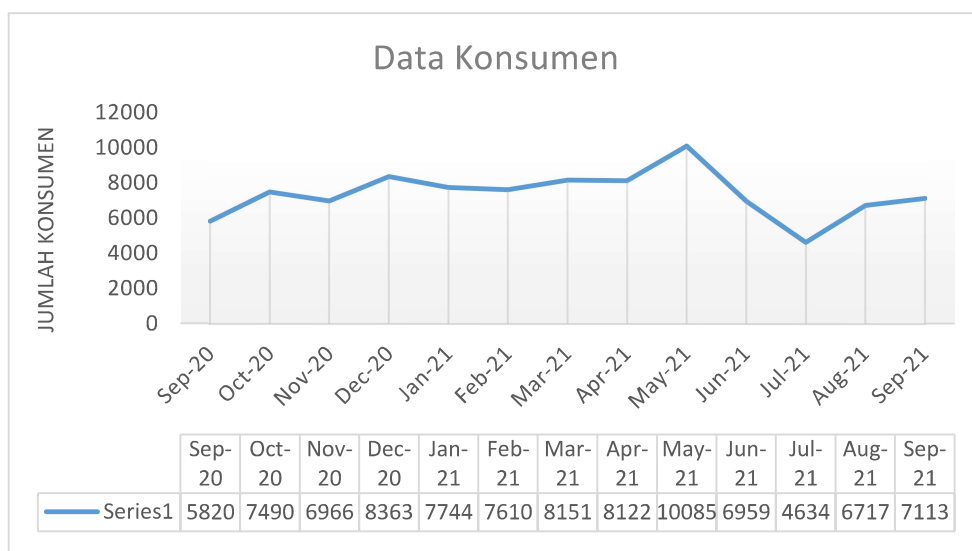
### **1.1 Latar Belakang**

Dalam perputaran era yang semakin modern, membuat pelaku bisnis meningkatkan daya persaingan dalam bisnis sebagai upaya menembus pasaran yang semakin banyak digeluti para pembisnis. Namun, dengan adanya permasalahan yang di hadapi dunia yaitu wabah covid-19 mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang kurang membaik dimana berdampak pada setiap aspek kehidupan terutama pada sektor perekonomian ritel Indonesia dimana pada survei Bank Indonesia menyatakan bahwa adanya penurunan sales sebesar 18,1 % pada penjual eceran atau ritel (Warjiyo, 2021). Ini menunjukkan bahwa tantangan yang akan terjadi dalam menarik konsumen.

Perusahaan ritel bertaraf internasional di Indonesia merupakan cabang PT.Hero Supermarket Tbk yaitu Guardian merupakan bentuk apotek modern yang bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan (Guardian.co.id, 2021). Apotek yang mengusung tema Guardian Pharmacy Health & Beauty yang mampu menarik pelanggan dengan berbagai variasi produk kesehatan dan kecantikan serta produk perawatan tubuh dengan tenaga teknis spesialis. Guardian merupakan ritel farmasi yang memberi gagasan ke konsumen bahwa merawat kecantikan itu tidak hanya ketika anda memakai make-up tetapi kecantikan sejati mampu menyeimbangkan kecantikan dari luar dan dalam. Guardian Pharmacy Health & Beauty berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang sehat bagi masyarakat.

Dengan melihat adanya penetapan tujuan bisnis sehingga Guardian lebih gencar dalam peningkatan kepuasan konsumen, memberikan pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman sehingga lebih puas dalam berbelanja di Guardian. Kualitas pelayanan yang kurang baik bukan bersifat tetap melainkan masih dapat bebas dan dirubah (Dr.Methiana Indrasari, 2019). Pelayanan ini bisa dilakukan dengan memberikan sapaan hangat dengan bertanya akan kebutuhan konsumen. Upaya-upaya dalam menangani kualitas pelayanan haruslah diperhatikan oleh manager kepada bawahannya. Sebagai upaya perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan menetapkan strategi dalam pelayanan prima.

Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian bagi perusahaan, jika konsumen mendapatkan yang diharapkan lebih besar, maka konsumen merasa puas, kelangsungan hidup perusahaan menjadi lebih terjamin (Handoko 2017). Berikut data konsumen Guardian Grand Batam Mall dalam setahun terakhir :



**Gambar 1.1** Data Konsumen Berbelanja di Guardian Grand Batam Mall  
**Sumber :** Guardian Grand Batam mall, 2021

Dapat dilihat pada gambar diatas maka adanya fluktuasi yang terjadi di rentang waktu Mei hingga Juli 2021 yang mengakibatkan naik turunnya konsumen yang berbelanja di Guardian Grand Batam Mall, sehingga Guardian membutuhkan usaha untuk mencapai kepuasan konsumen agar menggunakan kembali dan mempromosikan ke konsumen lain.

Sebagai pelaku bisnis ritel modern maka Guardian memberikan potongan harga untuk menarik konsumen dalam mendapatkan keuntungan dan berdampak kepada pembelian secara *continue* yang merupakan kelanjutan hidup perusahaan. Namun, cukup banyak pesaing yang juga melakukan potongan harga untuk menarik konsumen maka dibutuhkan strategi potongan harga yang sesuai dengan meninjau jenis potongan harga sesuai kebutuhan konsumen secara merata (Ananda, 2021). Terdapat perbedaan pemberian potongan harga (*Price Discount*) antara Guardian dengan pesaingnya yang membuat konsumen merasa adanya kecurangan dalam memberikan potongan harga sebelum dan sesudah potongan harga, maupun perbedaan potongan harga dengan harga normal seharusnya di pesaing, sebagai berikut:

**Tabel 1.1** Data Perbedaan Potongan Harga (Price Discount) pada pesaing Guardian Grand Batam Mall

<b>Produk</b>	<b>Guardian</b>	<b>Gerai Pesaing</b>	<b>Nama Gerai Pesaing</b>	<b>Selisih Harga</b>
Dettol Body Wash 410Ml	Disc 25 %, Rp 30.000,-	Disc 25%, Rp 22.500,-	Top 100	Rp 7.500
Enchanteurz EDT 50 Ml	Disc 15%, Rp94.500	Disc 50%, Rp 49.000 . Buy 1 Get 1	Top 100	Rp 45.500
Lifebuoy Refill 650Ml	Disc 25 %, Rp 24.000	Normal Price, Rp 23.500	Top 100	Rp 500

Fit U-mask 50pcs	Disc 40%, Rp59.000	Disc 50%, Rp 29.000 . Buy 1 Get 1	Top 100	Rp 30.000
Cussons Baby Wipes 50's	Normal Price, Rp 22.500	Disc 50%, Rp 7.500 . Buy 1 Get 1	Top 100	Rp 15.000
Cetaphil Gentle Skin 1L	Price Rp 396.500	Price Rp 306.000	Marama	Rp 90.500
Y.O.U Kosmetik	Normal Price	Disc 15%, Rp 72.000	Glowish	-15%

**Sumber :** Survey Oktober 2021

Adapun masalah yang terjadi pada pemberian potongan harga pada konsumen selain perbedaan harga dengan retail lainnya yaitu seperti kenaikan harga terlebih dahulu sebelum di potong, ada cacat tersembunyi, barang yang diberi potongan harga tidak turun saat transaksi berlangsung, *discount* bersyarat, barang yang diberi potongan harga mendekati kadaluarsa. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan pada konsumen sehingga mengakibatkan penurunan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Dalam peningkatan kepuasan konsumen, maka Guardian menambahkan media promosi penjualan sebagai sarana menarik konsumen dalam melakukan promosi-promosi terhadap barang yang diperjual belikan. Namun terdapat beberapa kendala yang terjadi dimana pemerintah menyatakan adanya pemberlakuan PPKM dikota batam yang berdampak pada jam operasional mall di persingkat dari jam operasioanal dibulan juli yang dinyatakan Wali Kota Batam Muhammad Rudi dalam surat edaran No.32 tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat(PPKM) Darurat Covid-19 di Kota Batam (Rudi, 2021).

**Tabel 1.2** Data Promosi Guardian Grand Batam Mall

<b>Periode</b>	<b>Promosi Guardian</b>	<b>Promosi Pesaing</b>
Sep-20	Beauty Wonders Up To 50% Cosmetic (4 days)	Make Over Store 30% Selected
Okt-2020	Amazing 30 Years Guardian & Beauty Days	Batik Days Buy 2 Disc 25% Lips Product & Power Pink Alert Up To 60% in Make Over Store
Nov-20	Beauty Around The World Up 30%	Black Friday Disc Up To 70% Make Over Store
Des-2020	Year End Countdown Up To 70% (4 days)	Glowish Disc Up To 25% Year End
Jan-21	Beauty Wonders Up To 50% (4 days)	Voucher Belanja Top 100 Make A wish in Wishing Tree
		Promo Make Over Store New Year Sale Disc 21% All series
Feb-21	Promo Bagi-Bagi Angpao Potongan 88k untuk 8 pelanggan pertama	Week Days Offer Disc 10% All Series Make Over Store
Mar-21	Brand Day Make Over Disc Up To 50% (4 days)	Promo Make Over Store reguler Up To 70% Women's Month
		Glowish Disc Up to 50% Skin care
Apr-21	Guardian X Jenahara Premi Hijab & Scraf	Undian Lucky Draw THR & Hampers Glowish
May-21	Beauty Wonder & Beauty Hair Days Disc Up To 50%	Marama Disc Offer Sale Up To 20% Selected
Jun-21	No Event	Promo Top 100 Undian Kejutan Ulang Tahun Wardah
Jul-21	No Event	Make Over Store Free Gorgeous Consultation
		Promo Buy 1 Get 1 Produk Baby Top 100 Selected Item
Aug-21	Lips Party Disc Lipstik Up to 50% (4 days)	Promo Brun Brun beli 4 pcs cukup bayar 3 pcs All Item
		Beli Parcel Wardah dapatkan Potongan 5k di Top 100 dan Free Hand Sanitizer yang telah Vaksin
Sep-21	Anniversary Guardian 31th Discount Up To 31%	Promo Special C&F 27th Anniversary Discount Up To 50%

**Sumber :** Survey Oktober 2021

Pada tabel diatas terlihat jelas bahwa adanya perbedaan promosi pada bulan Juni hingga Juli yang terjadi karena tidak adanya *event* promosi yang menarik

dibandingkan dengan pesaing seperti dijelaskan ditabel 1.2. Periode promosi inilah yang menjadi kendala bagi konsumen untuk menyesuaikan dengan waktu kunjung ke Guardian. Pada tabel diatas terlihat jelas bahwa adanya jangka waktu yang singkat, karena Promosi penjualan merupakan bentuk alat komunikasi untuk meyakinkan dan memperkenalkan produk dengan tujuan pemasarannya menurut Kotler dan Keller (Yaputra 2017). Dengan adanya promosi penjualan yang berlangsung secara singkat maka waktu yang diberikan ke konsumen juga akan berlangsung sesuai periodenya dan persyaratan. Adapun contoh alat promosi penjualan yang diberikan Guardian seperti *Gift With Purchase (GWP)* yang disebarakan oleh pusat Guardian sesuai alokasi pengiriman dan dibagikan sesuai persyaratannya, yakni:

**Tabel 1.3** Data Alat Promosi Penjualan Guardian

<b>Jenis Pmosi</b>	<b>Deskripsi Produk Promosi</b>	<b>Mekanisme Promo</b>	<b>Periode</b>
Premi	Gaurdian GWP LBP Free	Setiap pembelian item LBP senilai Rp 125.000 akan mendapatkan 1 pes shopping Bag	Nov-20
Kupon / Voucher	Voucher Potongan Skincare	pembelajaan produk item skincare minimal Rp 250.000 akan mendapatkan voucher belanja senilai Rp 25.000 untuk pembelian produk skincare selanjutnya	Apr-21
Kupon / Voucher	Voucher Potongan Produk P&G	Pembelian produk P&G minimal Rp 100.000 akan mendapatkan Voucher Rp 20.000 untuk transaksi berikutnya	Jun-21
Sampel	Biore UV 15gr	setiap pembelian produk KAO minimum Rp 150.000 mendapatkan 1 pes Biore UV	24 juni s/d 21 juli 2021
Sampel	Garnier Hand Sanitizer Gel 125ml	setiap pembelian produk Garnier minimum Rp 150.000 mendapatkan 1 pes Garnier Hand Sanitizer 125ml	22 juli s/d 31 agustus 2021

Kupon / Voucher	Voucher Potongan Produk Paragon	setiap pembelian Guardian apapun akan mendapatkan potongan Rp 20.000 untuk pembelian berikutnya minimum Rp 100.000 untuk semua item paragon ( wardah, make over, emina)	Aug-21
Kontes	Voucher Online Challenge	Voucher senilai Rp 100.000 langsung dikirimkan dari paragon	Aug-21
Sampel	GWP Vaseline soft glow 100ml	setiap pembelian produk 2 vaseline lip care akan mendapatkan 1 pcs Vaseline soft glow 100ml	Sep-21
Premi	Maybelline Crunchies & satin totebag	setiap belanja produk maybelline minimal Rp 150.000 akan mendapatkan 1 pcs Crunchies atau satin totebag	30-sep-2021

**Sumber :** Guardian Grand Batam mall, 2021

Dewasa ini masyarakat mulai meningkatkan kondisi sosial ekonomi dengan mengubah pola pikir masyarakat dengan memasukkan jenis kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar suatu mutu layanan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Huang, Lee, and Chen 2019) menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan telah meningkat karena pertumbuhan gerakan konsumen dan persaingan global yang semakin ketat. Karena itu, kepuasan konsumen dapat disadari komunitas bisnis adalah sebuah kunci untuk kesuksesan sebuah bisnis, karena pelanggan yang puas tidak hanya memiliki tingkat pengembalian yang lebih tinggi tetapi juga membawa lebih banyak pelanggan, sementara pelanggan yang tidak puas mengarah pada publisitas negatif dan menyusutnya profitabilitas perusahaan.

Adapun masalah yang dihadapi saat melakukan pelayanan terhadap konsumen karena adanya beberapa pertanyaan yang tidak mampu terjawab, sehingga sulitnya pelayanan dalam memenuhi keinginan konsumen. Konsumen merasa tidak dilayani saat berbelanja dan kurangnya pengetahuan terhadap produk

dan tidak mampu untuk memberikan masukan dengan menawarkan barang substitusi lainnya. Perbedaan harga dengan pesaing menimbulkan keluhan meski telah diberi potongan harga. Adanya promosi yang berbaur dengan produk harga normal sehingga membuat konsumen salah melihat promosi dan karyawan tidak dapat membatalkan belanjaan. Adapun kendala kualitas pelayanan bersumber pada mekanisme dari promonya seperti keluhan seperti pada tabel 1.4 berikut :

**Tabel 1.4** Data Keluhan Konsumen

Jenis Keluhan	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Jumlah Jenis Keluhan
Karyawan Kurang Ramah dan tidak dilayani	4	1	2	3	2	4	2	3	2	23
Kurangnya pengetahuan Produk	1	2	2	2	3	2	4	1	3	20
Keluhan perbedaan Harga dengan Pesaing	1	2	1	1	1	2	1	1	3	13
Keluhan terhadap promosi	1	1	1	1	1	2	3	2	2	14
Total Keluhan Per bulan	7	6	6	7	7	10	10	7	10	

**Sumber :** Survey Guardian Grand Batam mall, 2021

Berdasarkan alasan di atas maka penulis diatas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai permasalahan yang dijabarkan diatas, dengan begitu identifikasi masalah yang terdapat ialah:

1. Terdapat perbedaan *discount* antara yang diklaim dengan kenyataannya sehingga konsumen malas berbelanja.



2. Terdapat persyaratan khusus dalam media promosi penjualan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.. Terdapat promosi yang kurang merata di beberapa bulan yang mengakibatkan penurunan kunjungan konsumen.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang buruk dikarenakan konsumen merasa kurangnya tanggapan yang ramah dari karyawan dan merasa tidak dilayani saat berbelanja. Kurangnya cakupan pengetahuan karyawan akan produk yang ditanyakan konsumen. Adanya perbedaan harga yang dirasakan konsumen meski telah diberi potongan harga dengan toko pesaing lain dan promosi yang berlangsung berbaur dengan produk non-promosi.
4. Pada data konsumen yang terjadi, terdapat fluktuasi yang menjadi problem dalam kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor potongan harga, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam membatasi sebuah permasalahan agar tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi oleh:

1. Penelitian ini dibatasi pada beberapa variabel yaitu potongan harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.
2. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Guardian Grand Batam Mall.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang yang di jelaskan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah potongan harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen berbelanja di Guardian Grand Batam Mall?
2. Apakah promosi penjualan mempengaruhi Kepuasan Konsumen berbelanja di Guardian Grand Batam Mall?
3. Apakah kualitas pelayanan akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen berbelanja pada Guardian Grand Batam Mall?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap Kepuasan Konsumen berbelanja pada Guardian Grand Batam Mall.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap Kepuasan Konsumen berbelanja pada Guardian Grand Batam Mall.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berbelanja pada Guardian Grand Batam Mall.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dalam meningkatkan wawasan maka peneliti diharapkan untuk mengetahui: potongan harga, promosi penjualan dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Studi ini memiliki arah tujuan untuk menyampaikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan terhadap variabel. Bagi perusahaan dapat digunakan untuk mendorong semangat dalam peningkatan penjualan dan mempertimbangkan keputusan – keputusan yang akan diambil seperti mempertimbangkan potongan harga, promosi penjualan dan kualitas pelayanan dalam memutuskan untuk mengembangkan kepuasan konsumen. Bagi peneliti lain, di harapkan dapat bermanfaat sebagai referensi dan penelitian berikutnya.