

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kapasitas pelaku bisnis atau pengusaha untuk beradaptasi dengan pengaturan global diperlukan dalam skenario persaingan global saat ini. Konsekuensinya untuk dapat melampaui persaingan, wirausahawan harus mahir dalam mendeteksi peluang dan merancang strategi terbaik. Salah satu tujuan meluncurkan bisnis adalah untuk mendapatkan kepercayaan konsumen sekaligus memaksimalkan pendapatan. Manajemen pemasaran adalah disiplin meninjau, merencanakan, melaksanakan dan mengelola program yang dirancang untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan khalayak sasaran untuk mencapai tujuan bisnis (Tamam, 2021: 35).

Faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu keragaman produk, menurut Wijaya & Siswahyudianto (2022: 2261) keragaman produk merupakan salah satu aspek terpenting dari sebuah bisnis dengan demikian, keragaman produk harus ditangani oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk. Jika produk yang tersedia tidak terdiversifikasi, produk tersebut kemungkinan besar akan kalah bersaing dengan produk lain dalam skenario ini, perusahaan gagal memberikan kepuasan konsumen. Akibatnya keragaman produk didefinisikan sebagai penawaran produk lengkap perusahaan untuk memuaskan konsumen.

Selain keragaman produk yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, menurut Permatasari & Djawoto (2018:2) kualitas produk merupakan salah satu kriteria penting dalam pemasaran hal ini karena produk

merupakan hasil akhir dari produksi perusahaan serta segala sesuatu yang dipasok ke pangsa pasar untuk tujuan konsumsi atau penggunaan. Ketika sebuah perusahaan mampu menyediakan kualitas produk yang diinginkan konsumen mungkin menganggap perusahaan itu telah mencapai kesuksesan. Dapat dianggap sebagai produk karena dipasok ke pasar dalam upaya memenuhi permintaan kebutuhan di pasar tersebut.

Selain keragaman produk dan kualitas produk yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu promosi, menurut Nurfitri & Setyaningsih (2022: 5575) promosi merupakan salah satu sumber kekuatan yang terikat dengan yang lain karena promosi memainkan peran penting dalam pemasaran, perusahaan harus memiliki bauran promosi untuk menjual produk metode promosi yang transparan berdampak pada pendapatan perusahaan serta komponen bauran pemasaran yang terdiri dari taktik untuk mengkomunikasikan informasi produk. Sedangkan setiap komponen bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas dan penjualan langsung, akan menghasilkan penilaian yang berbeda di mata konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan alami yang ada dalam hati seseorang, terlepas dari apakah konsumen tersebut senang atau tidak senang, perasaan ini merupakan hasil perbandingan antara hasil aktual produk atau jasa yang diberikan dengan hasil yang diharapkan dari produk atau jasa tersebut, serta pengalaman pribadi konsumen itu sendiri (Diana & Mardika, 2020). Kepuasan konsumen dapat tercapai bila ekspektasi dari konsumen untuk berbagai hal seperti keragaman produk yang lengkap, kualitas produk yang terbaik dan promosi yang

sesuai maka terdapat kepuasan konsumen. Bila konsumen merasa puas maka akan melakukan kunjungan kembali untuk kedepannya, hal inilah yang sangat diinginkan oleh perusahaan.

PT Artha Jaya Semesta merupakan salah satu perusahaan distributor yang ada di Kota Batam. PT Artha Jaya Semesta menyediakan jenis makanan ringan serta minuman kemasan. Seiring perkembangannya banyak sekali perusahaan yang sejenis hal ini membuat PT Artha Jaya Semesta terus melakukan inovasi untuk meningkatkan keragaman produk, kualitas produk dan promosi. PT Artha Jaya Semesta tidak hanya menjual satu merek produk makanan dan minuman kemasan akan tetapi menjual dengan berbagai merek produk makanan dan minuman kemasan yang dikenal masyarakat luas. Akan tetapi permasalahan yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta dalam penjualan produk selalu terkendala hal ini berkaitan dengan menurunnya kepuasan konsumen karena berbagai permasalahan yang berkaitan dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi yang belum maksimal.

Permasalahan yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu keragaman produk, sebenarnya PT Artha Jaya Semesta telah menyediakan berbagai jenis makanan serta minuman dengan bermacam-macam merek dan ukuran akan tetapi masih terdapat konsumen yang merasa keragaman produk yang ditawarkan belum lengkap, adapun data yang didapatkan mengenai keragaman produk yang dijual PT Artha Jaya Semesta sebagai tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Jenis Produk Pada PT Artha Jaya Semesta

No	Nama Produk
1	Nutrisari
2	Pepero
3	Polaris Soda Water
4	Fn Skm 1 Kg
5	Day" Birdnest
6	Jojo Sarden
7	Gulong Luncheon Meat Pork
8	Raftel Fish Skin
9	Fiesta Frozen Food
10	Champ Frozen Food

Sumber : PT Artha Jaya Semesta (2022)

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas mengenai jenis produk PT Artha Jaya Semesta dimana produk tersebut telah memiliki keragaman produk yang beragam akan tetapi berdasarkan observasi dan wawancara langsung kepada karyawan PT Artha Jaya Semesta terakait dengan permasalahan yang dihadapi konsumen terkait dengan keragaman produk didapatkan bahwa masih terdapat konsumen yang merasa kurang puas terhadap keragaman produk yang ditawarkan hal tersebut karena konsumen menilai bahwa keragaman produk yang ditawarkan belum sepenuhnya lengkap karena PT Artha Jaya Semesta hanya menjual sebagian merek tertentu, berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi konsumen PT Artha Jaya Semesta harus mampu lebih meningkat keragaman produk yang dijual karena jika permasalahan tersebut tidak dapat diselesaikan segera mungkin konsumen akan beralih ke perusahaan sejenis.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta yaitu kualitas produk dimana berdasarkan data yang didapatkan bahwa dalam satu bulan masih terdapat beberapa konsumen yang melakukan pengambilan produk kepada PT Artha Jaya Semesta karena produk tersebut terdapat kerusakan, adapun

data yang didapatkan terkait pengembalian produk pada PT Artha Jaya Semesta yang telah dirangkum sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.2 Pengembalian Produk Pada PT Artha Jaya Semesta

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengembalian Produk
1	September	2021	11
2	Oktober	2021	3
3	November	2021	6
4	Desember	2021	9
5	Januari	2022	12
6	Februari	2022	8
7	Maret	2022	15
8	April	2022	5
9	Mei	2022	16
10	Juni	2022	13
11	Juli	2022	2
12	Agustus	2022	10

Sumber : PT Artha Jaya Semesta (2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 tentang pengambilan produk pada PT Artha Jaya Semesta di atas dimana masih terdapat beberapa pengembalian produk berkisar 2-15 produk dalam satu bulan, hal ini berdasarkan observasi dan wawancara langsung kepada karyawan PT Artha Jaya Semesta terkait permasalahan kualitas produk didapatkan bahwa konsumen yang melakukan pengembalian produk karena pada produk tersebut terdapat berbagai jenis kerusakan seperti produk yang dijual mendekati *expired*, kemudian produk yang diterima dalam kondisi cacat seperti kemasan yang bocor sehingga produk tersebut menjadi masuk angin maka produk tidak baik untuk konsumsi, oleh karena itu PT Artha Jaya Semesta harus lebih meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta yaitu promosi dimana PT Artha Jaya Semesta telah menawarkan berbagai jenis promosi

akan tetapi promosi yang ditawarkan belum sepenuhnya memuaskan konsumen hal ini karena konsumen menganggap bahwa promosi yang ditawarkan masih terdapat kekurangan, adapun data yang didapatkan mengenai promosi pada PT Artha Jaya Semesta yang dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.3 Jenis Promosi Pada PT Artha Jaya Semesta

No	Jenis Promosi
1	Sampling Makanan
2	<i>Buy 1 Get 1</i>
3	Kompensasi Peletakan di Kasir
4	Peletakan Standing
5	Branding Produk

Sumber : PT Artha Jaya Semesta (2022)

Berdasarkan Tabel 1.3 terkait jenis promosi pada PT Artha Jaya Semesta di atas didapatkan bahwa PT Artha Jaya Semesta telah memberikan promosi yang beragam seperti sampling makan, *buy 1 get 1* dan lain lain akan tetapi berdasarkan observasi dan wawancara permasalahan yang berkaitan dengan promosi didapatkan bahwa konsumen PT Artha Jaya Semesta menilai bahwa promosi yang ditawarkan masih terdapat kekurangan diantaranya promosi diadakan pada periode tertentu saja kemudian konsumen menilai promosi yang ditawarkan kurang menarik sehingga konsumen tersebut merasa kurang puas terhadap promosi yang ditawarkan PT Artha Jaya Semesta, oleh karena itu PT Artha Jaya Semesta harus lebih meningkatkan promosi yang diadakan sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta yaitu kepuasan konsumen berdasarkan observasi dan wawancara didapatkan bahwa permasalahan kepuasan konsumen yang dihadapi PT Artha Jaya Semesta berkaitan dengan faktor-faktor diantaranya keragaman produk, kualitas produk

dan promosi dimana dari faktor-faktor tersebut belum bisa meningkatkan kepuasan konsumen hal ini dikarenakan permasalahan yang terdapat pada PT Artha Jaya Semesta belum sepenuhnya terselesaikan sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada PT Artha Jaya Semesta karena jika kepuasan konsumen tidak tercapai maka konsumen akan beralih ke perusahaan sejenis, adapun data yang didapatkan mengenai jumlah konsumen pada PT Artha Jaya Semesta sebagai berikut ini.

Tabel 1.4 Jumlah Konsumen Pada PT Artha Jaya Semesta

No	Bulan	Tahun	Jumlah Konsumen	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	September	2021	160		
2	Oktober	2021	157	-3	-1,88%
3	November	2021	155	-2	-1,27%
4	Desember	2021	152	-3	-1,94%
5	Januari	2022	150	-2	-1,32%
6	Februari	2022	145	-5	-3,33%
7	Maret	2022	156	11	7,59%
8	April	2022	159	3	1,92%
9	Mei	2022	170	11	6,92%
10	Juni	2022	143	-27	-15,88%
11	Juli	2022	140	-3	-2,10%
12	Agustus	2022	137	-3	-2,14%

Sumber : PT Artha Jaya Semesta (2022)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas didapatkan bahwa jumlah konsumen pada PT Artha Jaya Semesta mengalami naik turun hal ini dapat dilihat bahwa pada bulan September tahun 2021 jumlah konsumen berjumlah 160 konsumen tetapi pada bulan berikutnya pada bulan Oktober 2021 sampai bulan Februari tahun 2022 mengalami penurunan selanjutnya pada bulan Maret tahun 2022 sampai bulan Mei tahun 2022 mengalami kenaikan dan pada bulan Juni tahun 2022 sampai bulan Agustus tahun 2022 terjadi penurunan kembali, hal ini dikarenakan PT Artha Jaya Semesta belum memaksimalkan kepuasan konsumen karena terkait

dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi yang ditawarkan masih belum memenuhi harapan konsumen, jika permasalahan tersebut tidak diselesaikan segera mungkin maka akan berakibat kepada penurunan jumlah konsumen PT Artha Jaya Semesta.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya sehingga peneliti dapat tertarik dalam membuat suatu penelitian yang berjudul “**Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Artha Jaya Semesta**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya terkait permasalahan yang ditemukan sehingga peneliti dapat membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keragaman produk yang ditawarkan belum sepenuhnya lengkap karena PT Artha Jaya Semesta hanya menjual sebagian merek tertentu.
2. Kualitas produk yang dijual terdapat berbagai jenis kerusakan sehingga konsumen melakukan pengembalian produk.
3. Promosi diadakan pada periode tertentu saja kemudian promosi yang ditawarkan kurang menarik.
4. Kepuasan konsumen belum tercapai hal ini karena permasalahan yang terdapat pada PT Artha Jaya Semesta belum terselesaikan sepenuhnya.

1.3 Batasan Masalah

Luasnya permasalahan pada penelitian yang diteliti sehingga peneliti membuat beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian yaitu PT Artha Jaya Semesta.
2. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang melakukan pembelian pada PT Artha Jaya Semesta pada tahun 2022.
3. Variabel yang diteliti mengenai keragaman produk, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini yang menjadi rumusan masalah, diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta?
4. Apakah keragaman produk, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sehingga dapat dibuat suatu tujuan penelitian dengan meliputi beberapa tujuan berikut ini:

1. Untuk mengetahui keragaman produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta.

2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta.
4. Untuk mengetahui keragaman produk, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari manfaat pada penelitian dapat terdiri pada manfaat teoritis serta manfaat praktis, diantaranya sebagaimana pada:

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan informasi baru dan berfungsi sebagai sumber referensi tambahan untuk penelitian masa depan tentang topik ilmiah yang terkait dengan masalah manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memberi peneliti pengetahuan dan wawasan lebih lanjut seputar manajemen pemasaran. Selain itu terselesaikannya penelitian ini sebagai salah satu syarat bagi akademisi yang sedang menempuh pendidikan Sarjana dari jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora pada Universitas Putera Batam.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Artha Jaya Semesta agar dapat mengetahui unsur-unsur yang memberikan kepuasan konsumen pada PT Artha Jaya Semesta dan untuk mempertimbangkan dalam memilih langkah-langkah yang akan diambil di masa yang akan datang untuk menerapkan strategi pemasaran.

c. Bagi Universitas Putera Batam

Diharapkan penelitian ini dapat masuk dalam perpustakaan Universitas Putera Batam sebagai referensi dan wacana mengenai keragaman produk, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendorong untuk terus berkarya serta sebagai tambahan wawasan dan referensi, khususnya untuk pertimbangan penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan keragaman produk, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.