

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis global dapat membahayakan kelangsungan sebuah perusahaan barang atau jasa. Perihal mengenai persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan diharapkan agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut memahami permasalahan utama di bidangnya dan menyusun agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, pemasaran juga sebagai unsur bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh aktivitas manusia lain, yang menghasilkan alat pemuas kebutuhan, yang berupa barang maupun jasa. Satu kenyataan yang tetap bertahan tentang kebutuhan dan keinginan, dikarenakan manusia selalu berubah-ubah dan tidak akan puas. Hambatan ekonomi tidak terjadi karena kebutuhan yang telah terpenuhi atau dari keinginan yang telah berhenti, tetapi muncul akibat kemunduran sistem ekonomi disuatu tempat untuk menjalankan fungsinya. Pelaku bisnispun perlu melakukan tugasnya dengan lebih baik lagi untuk mengidentifikasi berbagai kebutuhan yang mendesak, menentukan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga para konsumen dengan mudah mendapatkannya. Bisnis yang sukses selalu ditandai dengan meningkatnya angka penjualan. Pemasaran hal utama alasan mengapa sebuah bisnis bisa menghasilkan angka penjualan yang sangat tinggi sementara pesaingnya lebih rendah. Hanya

dengan mengenali pokok bisnis yang bernama pemasaran bisa mendapatkan penjualan yang optimal.

Penelitian ini di bidang pemasaran, karena akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sebagaimana dilihat dari tujuan kegiatan pemasaran, mempengaruhi konsumen untuk bersedia belanja barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan, oleh karena itu perusahaan harus memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi sikap konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa agar konsumen loyal terhadap barang dan jasa yang dimiliki. Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat menentukan untuk mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Pemasaran salah satu urutan aktivitas yang saling berkaitan erat dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran nilai. Karena itu, dalam mengoperasikan usahanya perusahaan perlu memperhatikan dan mengembangkan metode pemasaran yang baik. Mengenai pemasaran, salah satu hal yang penting bagi perusahaan untuk menjalankan kelangsungan perusahaannya, karena tidak sedikit perusahaan gagal mencapai tujuannya disebabkan metode pemasaran yang kurang tepat.

Swalayan dan depatemen store Top 100 Niaga Mas merupakan bisnis yang bergerak dibidang perdagangan produk dan peralatan rumah tangga yang beralamat di komplek Ruko Pasar Niaga Mas nomor 8-15, Batam Centre. Pusat perbelanjaan ini memiliki cabang dan sudah dikenal oleh masyarakat kota Batam.

Produk yang dijual diantaranya: minyak goreng hayat, tissue nice, sirup marjan boudoin, molto, dan sabun sunlight. Kontribusi usaha ini sangat membantu

masyarakat karena menjual mulai dari kebutuhan makanan pokok hingga komestik dan alat dapur. Karyawan yang bekerja adalah orang yang berpendidikan dan kompeten di bidangnya. Secara organisasi Top 100 departemen store memiliki struktur, mulai dari direktur, manager bidang, supervisor, dan staf pelayanan. Jumlah karyawan 85 orang dari berbagai latar belakang tingkat pendidikan, asal daerah, suku, agama dan budaya. Keragaman inilah yang menjadi keunggulan dalam penilaian konsumen sehingga loyal terhadap swalayan dan departemen store Top 100 Niaga Mas. Berikut akan ditampilkan data karyawan dan harga produk pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Harga produk

Bulan	Harga Barang (Rp)				
	Minyak Goreng Hayat (2L)	Tissue Nice (1000GR)	Sirup Marjan Boudoin (460ML)	Molto (800ML)	Sabun Sunlight (800ML)
Januari	14.500	25.500	15.000	21.850	14.000
Februari	15.750	24.350	15.250	23.500	14.650
Maret	16.550	24.500	15.550	23.350	15.350
April	17.800	24.700	15.300	24.000	14.800
Mei	17.600	25.600	16.000	23.500	15.250
Juni	17.500	26.750	16.550	25.550	15.550
Juli	17.300	27.600	16.800	25.500	15.300
Agustus	18.250	27.300	16.700	26.300	15.500
September	17.300	28.300	17.500	26.000	15.000
Oktober	18.500	28.500	17.700	26.700	15.300
Nopember	18.800	28.300	18.200	26.500	13.000
Desember	19.500	29.500	18.500	27.000	15.800
Total	209.350	320.900	199.050	299.750	179.500
Rata-rata	17.446	26.742	16.588	24.979	14.958

Sumber: Marketing Top 100 Niaga Mas di Kota Batam

Berdasarkan data di atas, bahwa harga barang tahun 2017 di swalayan dan departemen store Top 100 Niaga Mas terjadi fluktuatif atau berubah-ubah, namun harga rata-rata dalam setahun adalah sebagai berikut. Minyak goreng hayat (2 lt) Rp. 17.446. Tissue nice (1000 gr) Rp. 26.742. Sirup marjan boudoin (460 ml) Rp. 16.588. Molto (800 ml) Rp. 24.979. Sabun sunlight (800 ml) Rp. 14.958.

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga salah satu dampak laku tidaknya produk dan jasa yang dipasarkan. Harga barang dan jasa perlu untuk diketahui dalam bisnis, jika salah dalam menentukan harga maka akan berpengaruh pada profit dan kerugian. Harga mempengaruhi data penjualan yang dilakukan oleh konsumen. Apabila harga barang mahal, konsumen tidak akan membeli dengan bermacam alasan seperti tidak ada uang, keberatan dengan penentuan harga oleh pemilik usaha, akan beralih ke swalayan lain sehingga berdampak pada penurunan keuntungan. Kemudian sebaliknya jika harga barang murah, konsumen juga tidak mudah langsung membeli, mengapa murah. Murahnya suatu harga barang dan jasa bukan ukuran konsumen akan membeli atau bertransaksi. Konsumen sangat teliti terhadap barang yang akan dibeli walaupun harganya murah. Terkadang harga barang murah tetapi konsumen tidak menginginkan barang tersebut, maka tidak akan terjadi transaksi. Pada dasarnya manajemen departemen store sudah memberikan harga yang terbaik kepada konsumennya, walaupun terjadi perubahan harga yang disebabkan banyak faktor. Dampak perubahan mengakibatkan masih ditemukan harga barang berubah-ubah karena mengikuti kebijakan pemerintah dalam menentukan harga komoditas, menyesuaikan harga bahan bakar minyak kendaraan, menyeimbangkan inflasi yang

tidak menentu, menyesuaikan dominasi peran swasta yang kuat di masyarakat, dan hambatan cuaca berpengaruh pada pendistribusian barang. Selain harga barang berubah-ubah juga ditemukan pelabelan harga pada kemasan berbeda dengan daftar harga barang di kasir saat transaksi dan daftar harga yang tidak dipublikasi secara umum. Harga suatu barang dan jasa sangat penting bagi konsumen, karena harga merupakan sebuah tolok ukur untuk keputusan bertransaksi. Selain harga, variabel kualitas pelayanan juga dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan saat ini faktor penting agar mengalami pertumbuhan dan perkembangan bisnis maupun pasar yang sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain disebabkan oleh pertumbuhan jenis pelayanan prima dengan berbagai diferensiasinya sebagai akibat dari perubahan teknologi dan penggunaan teknologi yang semakin mudah. Pelayanan bagian dari kegiatan dan tindakan nyata yang disediakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tanpa mengakibatkan adanya perpindahan kepemilikan. Kualitas pelayanan bagian dari cara manajemen pemasaran dan menjadi suatu keharusan dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari konsumen. Kualitas pelayanan sangat perlu agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja. Bentuk kongkrit pelayanan ada dua hal yakni langsung dan tidak langsung. Bentuk pelayanan langsung, seperti: adanya komunikasi karyawan dengan konsumen mengenai ucapan salam selamat datang, saat konsumen bertanya harga barang, jenis barang yang dijual, tempat penyimpanan barang, dan pelayanan kasir yang ramah, cepat dan akurat. Sedangkan pelayanan tidak langsung berupa tempat duduk konsumen, penyusunan rak barang dengan baik agar konsumen mudah mencari

barang yang diinginkan, pemasangan kamera pengintai (CCTV) berfungsi untuk mengurangi kecurangan, pemasangan pendingin (*Air Conditioner*) agar konsumen nyaman saat berbelanja, pelabelan harga barang dengan baik agar mudah diketahui oleh konsumen, peletakan barang sesuai dengan label harga tertera, dan menyediakan struk pembelian sebagai bukti transaksi. Karyawan Top 100 Niaga Mas sudah memberikan pelayanan dengan baik, hanya saja masih ada ditemukan beberapa karyawan tidak ramah kepada pengunjung, ada beberapa tempat penyimpanan barang tidak sesuai dengan label harga yang sebenarnya, ruangan kurang dingin, tidak ada tempat duduk pengunjung setelah berbelanja. Setelah harga dan kualitas pelayanan diuraikan di atas, selanjutnya loyalitas konsumen.

Tujuan bisnis pada hakekatnya untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen agar tetap loyal. Apabila konsumen loyal terhadap suatu produk perusahaan, maka akan menjadi harta yang paling penting dan berharga bagi perusahaan. Konsumen yang potensial memiliki daya beli dan selalu memberikan keuntungan bagi perusahaan, kemudian juga seseorang yang terbiasa mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam periode yang lama sehingga budaya itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang intens serta memiliki hubungan yang kuat agar terjadi pembelian yang berulang. Loyalitas konsumen bagian dari kesetiaan terhadap suatu produk ataupun jasa dengan melakukan pembelian secara rutin yang lebih dari dua kali membeli barang dan jasa tersebut. Konsumen yang loyal pada dasarnya akan melakukan pembelian produk yang bermerek walaupun dihadapkan pada banyak pilihan merek barang pesaing yang menawarkan karakteristik barang yang lebih unggul dipandang dari berbagai

sudut atributnya. Loyalitas konsumen juga akan terpenuhi apabila pembisnis mampu meneliti kriteria spesifik pada jasa yang akan diberikan pada konsumen. Pada dasarnya konsumen sudah loyal dengan swalayan dan departemen store Top 100 Niaga Mas, hanya saja masih ada ditemukan beberapa konsumen tidak konsisten berbelanja, beberapa konsumen penasaran dengan departemen store lain sebagai pesaing.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, peneliti mengidentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut.

1. Harga barang berubah-ubah karena mengikuti kebijakan pemerintah
2. Label harga pada kemasan berbeda dengan daftar harga barang di kasir saat transaksi
3. Daftar harga yang tidak dipublikasi secara umum
4. Masih ada beberapa karyawan tidak ramah kepada pengunjung
5. Masih ditemukan beberapa tempat penyimpanan barang tidak sesuai dengan label harga
6. Ruangan kurang dingin dan tidak ada tempat duduk pengunjung setelah berbelanja.
7. Beberapa konsumen tidak konsisten berbelanja karena penasaran dengan departemen store lain sebagai pesaing.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan loyalitas konsumen (Y).
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Top 100 Niaga Mas di Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam.
3. Pengaruh harga, kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada Top 100 Niaga Mas di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Untuk membuktikan teori yang didapat oleh peneliti dan mendukung penelitian sebelumnya mengenai variabel harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

1.6.2.1 Bagi Perusahaan

1. Menjadi evaluasi bagi pihak swalayan dan departemen store Top 100 Niaga Mas dalam menentukan harga yang sesuai pada suatu barang dan jasa.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan kearah yang lebih baik.
3. Menciptakan pola pikir (*Mindset*) konsumen dengan baik agar tetap loyal.

1.6.2.2 Bagi Universitas.

1. Sebagai bahan referensi bagi yang penelitian dengan variabel yang sama.