

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin canggih di era modern ini, terdapat suatu peluang dan tantangan baru bagi semua bidang industri yang beroperasi di Indonesia, dimana akan berdampak kepada perluasan pasar, perubahan perilaku konsumen serta persaingan yang ketat. Bidang industri dagang merupakan salah satu industri yang sedang berkembang pesat saat ini dan sangat memiliki peran penting bagi kemajuan perekonomian disuatu negara maupun daerah. Perkembangan tersebut akan memberikan dampak yang positif serta nilai yang sangat berarti bagi kehidupan masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan semakin meningkatnya industri perdagangan, salah satunya yang bergerak pada bidang grosir atau kata lainnya *wholesaler*.

Grosir atau *wholesaler* merupakan pelaku usaha (pedagang) yang menjual barang dalam jumlah yang besar dan bukan persatuan atau ecer. Umumnya pedagang grosir menjual barang dalam jumlah banyak kepada pedagang kecil yang kemudian akan dijual kembali dalam bentuk satuan atau eceran. Pedagang grosir sangat membantu pedagang ritel kecil dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut juga dapat dilihat dari adanya fenomena saat ini, dimana banyaknya pegawai atau masyarakat yang harus kehilangan pekerjaannya atau di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dikarenakan adanya

pandemi COVID-19, perusahaan sudah tidak mampu lagi memenuhi biaya operasional yang ada dengan omzet yang sangat menurun drastis. Banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaannya membuat masyarakat harus membuka lapangan pekerjaan sendiri guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Dari fenomena yang ada, banyak masyarakat yang akhirnya membuka lapangan pekerjaannya sendiri, salah satunya adalah berdagang. Industri perdagangan dalam hal ini grosir sangat membantu masyarakat untuk menjalankan usahanya karena grosir menerapkan konsep *one stop shopping* yang menyediakan semua kebutuhan berbelanja masyarakat pada satu tempat perbelanjaan dengan memberikan harga yang terjangkau bagi konsumen biasa maupun pedagang ritel kecil yang ingin menjual kembali produk tersebut. Sehingga pedagang ritel kecil dapat menjual kembali produk tersebut dengan harga yang dapat bersaing di pasar serta dapat memperoleh laba.

Toko Grosir Tirta Yasa merupakan grosir terbesar dan terlengkap yang beralamatkan di Jalan Raja Made Rai Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. Grosir ini merupakan salah satu grosir di Kabupaten Buleleng yang terdaftar dalam program SRC (*Sampoerna Retail Community*). Program yang bertujuan untuk membantu pedagang ritel dalam menjalankan usahanya dan mengembangkan usahanya yang diperoleh dari program SRC (*Sampoerna Retail Community*) melalui Toko Grosir Tirta Yasa seperti pemberian uang tunai dan hadiah-hadiah yang berguna bagi pedagang ritel. Grosir ini didirikan pada 30 juni 2016 oleh pemilik grosir yang bernama Ketut Widiassa. Grosir ini didirikan dengan tujuan melanjutkan usaha keluarga yang semula didirikan oleh orang tua bapak Ketut Widiassa sebagai pedagang ritel kecil dan

kemudian dikelola oleh bapak Ketut Widiassa sebagai Toko Grosir Tirta Yasa, yang bergerak pada bidang industri *food* dan *non-food*. Jumlah *item* keseluruhan yang dijual oleh grosir ini sebanyak 3000 *item*, terdiri dari 2000 *item* untuk *food* dan 1000 *item* untuk *non-food*. Grosir Tirta Yasa telah memperkerjakan 12 pegawai yang dibagi sesuai bidangnya masing-masing, yaitu 2 orang pegawai sebagai kasir, 3 orang pegawai sebagai *delivery order* dan 7 orang pegawai sebagai pemberi layanan ditoko.

Namun semakin berkembangnya zaman, semakin banyaknya pesaing grosir yang muncul yang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar pedagang grosir. Persaingan tersebut akan berpengaruh kepada tingkat penjualan. Hal tersebut yang sedang dirasakan oleh pemilik Toko Grosir Tirta Yasa. Dalam upaya memenangkan persaingan pedagang grosir perlu memunculkan perbedaan dibandingkan pesaing lainnya untuk menarik minat beli konsumen, dengan cara mengimplementasikan pelayanan yang memuaskan dan ketersediaan barang serta penyampaian barang terhadap konsumen, seperti kelengkapan produk, harga yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian pedagang grosir akan dengan mudah memperoleh kepuasan pelanggan dan memperoleh loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan tingkat penjualan. Dengan adanya rasa puas pelanggan membuat pelanggan tersebut akan tetap loyal terhadap toko. Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian pelanggan atau konsumen tentang kinerja produk, pelayanan yang diberikan, harga yang ditawarkan serta ekspektasi-ekspektasi lainnya. Pelanggan akan merasa puas apabila penyelenggaraan layanan yang dirasakan berada

pada zona toleransi, yaitu pada tingkat layanan yang memadai (Wirtz dan Mussry, 2010: 60). Kinerja layanan yang mendekati atau melebihi ekspektasi pelanggan, membuat pelanggan akan sangat senang sehingga memungkinkan terjadinya pembelian ulang oleh pelanggan. Menurut Mohsan (2011: 263) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah sikap atau perilaku pelanggan atau konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan apa yang diterima mengenai pemenuhan kebutuhan, keinginan dan tujuan. Maka dari itu, untuk memikat kepuasan pelanggan setiap pedagang grosir harus memiliki strategi masing-masing dalam memenangkan persaingan dalam memperoleh kepuasan pelanggan dengan cara memiliki perbedaan dibandingkan pesaing yang lain. Dalam hal ini toko grosir dapat menerapkan strategi sebagai berikut yaitu, pemberian harga spesial bagi konsumen dan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumen hal tersebut dapat membantu menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap toko serta dapat memberikan rekomendasi kepada para konsumen lainnya untuk melakukan pembelian ditoko tersebut.

Harga merupakan salah satu permainan strategi yang dapat membantu dalam menghadapi persaingan yang ada. Harga juga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang paling fleksibel. Dalam buku Sunyoto (2012: 130-131), harga memiliki nilai dan kegunaan, nilai yang merupakan ukuran jumlah yang diberikan suatu produk apa bila produk tersebut ditukarkan dengan produk lainnya, sedangkan kegunaan merupakan atribut sebuah produk yang memberikan tingkat kepuasan tertentu bagi konsumen. Bagi pedagang grosir penetapan harga merupakan cara dalam membedakan penawaran yang

diberikan dari para pesaing yang ada (Hasan, 2013: 52). Konsumen atau pedagang ritel kecil cenderung akan memilih toko grosir yang menawarkan atau memberikan harga yang terjangkau atau lebih murah dibandingkan grosir lainnya. Hal tersebut dikarenakan agar produk yang dibeli dapat dijual kembali dengan harga yang beredar dipasaran. Dalam hal ini, Toko Grosir Tirta Yasa telah menerapkan strategi harga dalam upaya memenangkan pasar. Strategi harga yang diberikan Toko Grosir Tirta Yasa ialah memberikan atau menawarkan harga yang lebih murah dari harga pasaran agar para konsumen atau peritel kecil dapat menjual kembali produk tersebut dengan harga yang beredar dipasaran. Kisaran harga yang diberikan Toko Grosir Tirta Yasa berkisar dari harga Rp 10.000- Rp 200.000/dus untuk kategori *food* dan Rp 20.000-Rp 150.000 untuk kategori *non-food*. Selain itu Toko Grosir Tirta Yasa juga memberikan potongan harga, promo, serta jumlah *point* yang diberikan pada minimum dan maksimum pembelian. *Point* yang diberikan kepada para konsumen yang terdaftar dalam *member* dapat ditukarkan dalam bentuk potongan harga dan hadiah-hadiah spesial yang berguna dan dapat memberikan keuntungan bagi konsumen. Strategi tersebut merupakan salah satu strategi andalan dari Toko Grosir Tirta Yasa dalam memikat konsumen atau pelanggannya agar tidak berpaling. Selain harga yang menjadi strategi dalam memenangkan persaingan kualitas pelayanan juga mengiringi kesuksesan strategi tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014: 268). Dalam buku Ratminto & Winarsih yang

mengemukakan bahwa pelayanan tidak dapat dilihat atau tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau karyawan serta peralatan lainnya yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan. Penyelenggaraan pelayanan khususnya toko grosir harus memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin agar para konsumen atau pelanggan merasa puas dan tetap loyal. Dalam hal ini Toko Grosir Tirta Yasa telah menetapkan strategi kualitas pelayanan sebagai fokus dalam memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Grosir Tirta Yasa adalah *delivery order* atau pesan antar serta pemesanan barang melalui aplikasi ayo SRC (Sampoerna *Retail Community*). *Delivery order* yang diterapkan dari seputaran daerah Banjar hingga daerah Tegalingga, namun adapun penerapan minimum pembelanjaan yang diterapkan dalam strategi ini sebesar Rp 2.000.000 untuk *delivery order* pada daerah Tegalingga. Toko Grosir Tirta Yasa sangat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya, hal tersebut dapat dilihat dari pegawai yang melayani konsumen pada saat berbelanja di toko tersebut. Para pegawai memberikan pelayanan sebaik dan semaksimal mungkin agar para konsumen merasa nyaman dan puas saat melakukan pembelanjaan.

Penerapan strategi harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan Toko Grosir Tirta Yasa merupakan fokus utama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta ditambah dengan adanya pandemi COVID-19 yang mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat. Berdasarkan observasi awal dapat diketahui data penjualan Toko Grosir Tirta Yasa pada bulan Januari-Agustus 2020 dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1
Data Penjualan Toko Grosir Tirta Yasa Pada
Bulan Januari-Agustus 2020

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	550.000.000
Februari	540.000.000
Maret	540.000.000
April	530.000.000
Mei	470.000.000
Juni	450.000.000
Juli	430.000.000
Agustus	400.000.000

Sumber: Toko Grosir Tirta Yasa

Dilihat dari Tabel 1.1 menunjukkan adanya penurunan hasil penjualan pada bulan Januari-Agustus pada tahun 2020 yang dialami Toko Tirta Yasa dikarenakan persaingan yang semakin ketat serta adanya fenomena COVID-19. *My Store Grosir* merupakan salah satu pesaing Toko Grosir Tirta Yasa. *My Store Grosir* beralamatkan di Jalan Seririt-Singaraja Desa Bingin Banjar Kecamatan Banjar. Grosir ini juga menerapkan strategi harga dan kualitas pelayanan yang diberikan dalam menarik konsumen melihat kondisi persaingan yang semakin ketat dengan ditambah adanya fenomena COVID-19. Dari hasil observasi yang dilakukan dapat dilihat data penjualan *My Store Grosir* pada bulan Januari-Agustus 2020 pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Data Penjualan *My Store Grosir* Pada
Bulan Januari-Agustus 2020

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	300.000.000
Februari	300.000.000
Maret	350.000.000
April	400.000.000
Mei	450.000.000
Juni	450.000.000
Juli	500.000.000
Agustus	500.000.000

Sumber: *My Store Grosir*

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan *My Store Grosir* mengalami peningkatan pada setiap bulannya. Yang artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan *My Store Grosir* meningkat walaupun pada saat pandemi COVID-19. Berdasarkan Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Toko Grosir Tirta Yasa mengalami penurunan penjualan dibandingkan dengan pesaingnya *My Store Grosir*. Dalam hal ini penerapan strategi harga dan kualitas pelayanan pada Toko Grosir Tirta Yasa harus lebih ditingkatkan dalam meningkatkan jumlah penjualan pada masa pandemi ini serta melihat kondisi persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan riset *gap* penelitian ini mengacu pada dua penelitian terdahulu, yang pertama dilaksanakan oleh Agung (2018), menyatakan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan yang kedua dilaksanakan oleh Zahrina (2015), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif atau signifikan variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Alasan menggunakan variabel tersebut guna mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat membantu dalam meningkatkan penjualan pada toko grosir yang semakin bersaing ketat saat ini. Dimana saat ini grosir juga menjadi salah satu industri yang membantu dalam perekonomian suatu negara atau daerah. Dengan semakin ketatnya persaingan setiap grosir harus memiliki strategi dalam menghadapi persaingan yaitu strategi harga dan kualitas pelayanan yang maksimal. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan pada Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar sebagai berikut:

- (1) Banyaknya pesaing yang muncul pada industri dagang dengan keunggulannya masing-masing mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam memperoleh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- (2) Terjadi penurunan hasil penjualan pada bulan Januari-Agustus 2020 di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.

- (3) Rendahnya hasil penjualan akibat kurang maksimalnya strategi harga dan kualitas pelayanan serta adanya fenomena COVID-19.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada tingkat penjualan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar, maka pada penelitian ini membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel yaitu, dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Periode penelitian di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar diambil pada bulan Januari-Agustus 2020.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- (1) Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar?
- (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar?
- (3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar?
- (4) Bagaimana pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji :

- (1) Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
- (2) Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
- (3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.
- (4) Pengaruh harga terhadap kualitas pelayanan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak manajemen Toko Grosir Tirta Yasa sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan dalam strategi pemasaran mengenai pengaruh

harga dan kualitas pelayanan dalam memperoleh kepuasan pelanggan untuk meningkatkan penjualan.

