

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara berkembang telah banyak menghasilkan produk sendiri atau dalam negeri. Masyarakat merupakan manusia yang konsumtif akan barang dan jasa sehingga secara terus menerus mereka menjadikannya sebagai kebutuhan pokok. Masyarakat tersebut biasa disebut dengan konsumen. Konsumen diklasifikasikan menjadi dua yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi (Sangadji dan Sopiah, 2013). Konsumen individu adalah orang-orang atau individu-individu yang membeli produk (barang, jasa, atau ide) untuk dikonsumsi sendiri, bersama keluarga, atau teman. Konsumen organisasi adalah lembaga atau instansi yang membeli produk (barang, jasa, atau ide) untuk diperjualbelikan untuk kepentingan instansi/lembaga tersebut. Perkembangan bisnis di Indonesia sudah sangat banyak khususnya di kota Solo. Salah satu bisnis tersebut adalah pengembangan bisnis perbelanjaan modern. Masyarakat sekarang ini sudah tak asing lagi dengan sebutan ritel. Ritel adalah suatu pusat perbelanjaan yang menyediakan produk untuk dibeli oleh konsumen yang berasal dari beberapa organisasi sebagai penyuplai produknya. Dalam bisnis ritel jasa juga menjadi hal penting untuk diperhitungkan dikarenakan penjualan produk tersebut melibatkan jasa pekerja untuk melayani pelanggan. Ritel di Surakarta ini sendiri sangat banyak diantaranya Hypermart, Carrefour, Alfamart, Indomart, Assalaam dan masih banyak lagi lainnya. Umumnya masyarakat pada saat ini menuntut kemudahan dalam proses pembelian. Pasar Tradisional sudah mulai ditinggalkan penggemarnya dan berpindah ke Ritel karena kualitas yang ditawarkan. Konsumen yang telah menggunakan ritel sebagai tempat pemenuhan kebutuhannya dikarenakan lebih mudah sebab pada pasar tradisional akan memakan banyak waktu dan biaya. Setiap ritel tersebut menawarkan berbagai macam kualitas, keamanan dan kenyamanan yang

berbeda-beda. Pada dasarnya konsumen akan mempertimbangkan harga, kualitas lalu kenyamanan sebagai acuan pemilihan tempat untuk memenuhi kebutuhannya. Setiap ritel tersebut sekarang ini terus menerus berlomba untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya. Apabila ritel tersebut telah mampu mendapatkan konsumen maka wajib baginya untuk bisa mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Tak jarang beberapa tempat mampu mendapatkan konsumen yang banyak namun pada akhirnya tidak dapat mempertahankan pelanggan dikarenakan baik dari pelayanan atau kualitasnya yang mulai menurun.

Assalaam Hypermarket merupakan salah satu ritel yang cukup terkemuka di kota Surakarta. Sama halnya dengan ritel lainnya ditempat ini menjual berbagai produk kebutuhan primer, sekunder ataupun tersier. Oleh karena itu produk yang ditawarkan sangat beragam diantaranya kebutuhan dapur yaitu sayur mayur, buah, ikan dan sebagainya. Kebutuhan lain pun juga disediakan seperti makanan, minuman, pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga ataupun peralatan elektronik.

Seperti ungkapan diatas sebelumnya bahwa harga menjadi acuan penting maka di Assalaam Hypermarket menawarkan produk dengan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan ritel lainnya sehingga mampu menarik lebih banyak minat konsumen. Selain harga, kualitas produk mampu menambah nilai kecenderungan untuk membeli. Kualitas produk yang dihasilkan cukup baik sehingga tak kalah dengan persaingan yang ada. Segi Kenyamanan dan keamanan sejauh ini juga telah dipenuhi dan diberikan secara maksimal kepada konsumen Assalaam Hypermarket.

Pada dasarnya setiap ritel berusaha untuk memberikan harga, kualitas, kenyamanan, dan keamanan secara maksimal akan tetapi tidak dipungkiri akan ada beberapa hal yang terlewatkan sehingga dapat mengurangi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal penting dan vital bagi sebuah tempat perbelanjaan yang harus dipenuhi dan ditingkatkan lagi. Oleh karena itu diharapkan Assalaam terus mengkaji tentang kepuasan pelanggan secara berkala.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis akan mengangkat judul penelitian “Peningkatan Kepuasan Pelayanan Berdasarkan Bauran Pemasaran di Assalaam Hypermarket”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis menyimpulkan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepentingan atribut bauran pemasaran (7P) pada Assalaam Hypermarket?
2. Bagaimana perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan pada Assalaam Hypermarket?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Assalaam Hypermarket?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian dengan Tema ” Analisis Kepuasan Konsumen Assalaam Hypermarket” ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui tingkat kepentingan atribut bauran pemasaran (7P) pada Assalaam Hypermarket.
2. Mengetahui perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan pada Assalaam Hypermarket.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Assalaam Hypermarket.

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah merupakan batasan terhadap penelitian yang dilakukan agar penelitian lebih terstruktur dan sistematis.

1. Mengukur kinerja perusahaan dengan berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Penelitian dilakukan pada saat kondisi reguler.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan adalah:

### 1. Bagi Jurusan

Adanya kemudahan interaksi atau link antara jurusan dengan pihak Assalaam Hypermarket, sehingga kedepannya kedua pihak dapat saling membantu dalam berbagai hal yang diperlukan. Kemudian terjalin keeratan silaturahmi antara pihak Assalaam Hypermarket dengan pihak Jurusan.

### 2. Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk penelitian, penerapan perbaikan sesuai dengan Tugas Akhir.

### 3. Bagi Assalaam Hypermarket

Memberikan data ataupun informasi yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sehingga pihak terkait dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Tujuan pembuatan sistematika ini adalah agar lebih mudah dalam pembahasan tugas akhir. Berikut dibawah ini adalah penjelasan dari Sistematika Penulisan Laporan:

### **Bab I   Pendahuluan**

Pada Bab ini dijelaskan secara rinci tentang latar belakang penelitian yang berupa alasan dilakukannya penelitian tersebut, rumusan masalah yaitu permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini, tujuan penelitian merupakan sebuah tahapan untuk menjabarkan keinginan yang akan dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian berupa keuntungan yang diperoleh oleh berbagai pihak berdasarkan penelitian ini dan juga bagaimana sistematika penulisan laporan yang digunakan.

**Bab II Landasan Teori**

Landasan teori memuat uraian sistematis tentang teori-teori yang ada hubungannya dengan judul penelitian yang dilakukan. Teori yang berkaitan yaitu mengenai perilaku konsumen, perubahan dan tantangan yang dihadapi perusahaan, kualitas jasa dan loyalitas konsumen, keputusan pembelian konsumen, komunikasi dengan konsumen, keluhan konsumen dan kepuasan konsumen. Pada landasan teori juga tercantum tinjauan pustaka untuk referensi penelitian terkait untuk memperkaya materi atau membandingkan penelitian terkait dengan penelitian yang dilakukan.

**Bab III Metodologi Penelitian**

Bab III ini berisi tahapan penelitian maupun pengumpulan data, sampel dan populasi penelitian dan kerangka pemecahan masalah penelitian

**Bab IV Pengolahan Data Dan Analisa Data**

Bab ini berisi data yang telah diperoleh dari penelitian kemudian dilakukan pengolahan yang selanjutnya akan di analisa sehingga menjadi suatu informasi yang berguna.

**Bab V Penutup**

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah hasil singkat dari penelitian yang telah dilakukan sedangkan saran berisikan saran atau komentar dari penulis untuk perbaikan dan pengembangan penelitian yang dilakukan atau ditujukan ke Assalaam Hypermarket.