

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan pada sektor industri ditandai dengan semakin ketatnya persaingan bisnis terutama pada era globalisasi saat ini. Hal tersebut ini menyurutkan pertumbuhan sektor industri di Indonesia. Pertumbuhan pembangunan sektor industri di Indonesia memperlihatkan kemajuan yang cukup signifikan dalam mendukung pertumbuhan perekonomian. Pertumbuhan sektor industri yang cukup pesat membuat pengusaha dari industri ritel harus tanggap dalam memanfaatkan situasi yang menguntungkan tersebut. Pertumbuhan industri ritel ditandai dengan semakin berkembangnya pasar modern di wilayah perkotaan. Hadirnya sejumlah ritel atau toko serba ada tampak menghiasi di sejumlah pasar modern tersebut. Terlihat dari beragamnya produk yang ditawarkan atau tumbuhnya pilihan produk di hampir semua kategori. Hal ini sejalan dengan adanya perkembangan usaha distribusi, jasa, dan peluang pasar yang cukup terbuka di Indonesia. suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen dapat melihat jalannya efektivitas pemasaran yang sudah diterapkan. Nasution dalam Rusydi (2017:39) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:

p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen merasa puas. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253-254), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan operasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Efektivitas pemasaran adalah sejauh mana perusahaan mencapai sasaran yang telah disepakati atau ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian dapat diartikan apabila suatu pemasaran dapat dilakukan dengan baik sesuai yang direncanakan atau ditargetkan sesuai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan maka dapat dikatakan efektif pemasarannya.

Salah satu jenis ritel adalah Matahari Department Store. Pada wilayah perkotaan dapat ditemukan berbagai macam Department Store yang melayani target pasar yang berbeda-beda pula. Matahari Department Store adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia yang merupakan pemilik dari jaringan toserba matahari. Saat ini, Matahari Department Store merupakan salah satu anak perusahaan dari Lippo Group. Per kuartal pertama di tahun 2017, Matahari Department Store sudah mempunyai 151 gerai di lebih dari 60 kota di Indonesia. PT Matahari Department Store didirikan sejak tahun 1958, kantor pusat di Jakarta, Indonesia. Salah satunya toko Matahari Department Store CITO merupakan pusat pembelanjaan yang terletak di pintu masuk kota Surabaya dan berdekatan dengan bandara Juanda. Persaingan di dalam dunia bisnis yang luas saat ini untuk dapat menembus pasaran semakin hari semakin ketat hal ini disebabkan adanya era globalisasi dan perkembangan dunia modern yang terus

maju dan mengalami perubahan. Hampir semua jenis perusahaan mengalami persaingan pasar yang ketat salah satunya adalah bisnis ritel. Banyak perusahaan ritel dibidang fashion terus bermunculan di kota-kota besar Indonesia salah satunya yaitu di kota Surabaya seperti Sogo Store, Centro Department Store, Metro Departement, Transmart Mall, Dan Ramayana Store. Matahari Departement Store CITO Surabaya memiliki 2-3 lantai dan di setiap lantai telah disediakan tas belanja untuk pelanggan yang akan membeli produk sebelum dibawa ke kasir. Karyawan Matahari Department Store CITO akan cepat tanggap pada pelanggan yang tidak mengetahui tempat tas belanja dengan langsung memberikan tas tersebut pada pelanggannya. Pelayanan tersebut tampak sepele, namun jarang bahkan belum ditemui pada Departement Store yang lain. Department Store CITO suatu toko eceran yang berskala besar pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian departemen-departemen yang menjual macam barang yang berbeda-beda. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, Department Store melakukan strategi melalui cara memberikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan saat sampai di tangan konsumen, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para konsumen, fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan konsumen dan memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan. Produk fashion Matahari Departement Store selalu berbeda dari yang lain, bahkan beberapa produknya menjadi ciri khas milik Matahari, itu merupakan strategi kualitas produk yang salah satu ada hubungannya dengan efektivitas pemasaran dari segi produk. Harga produk terkadang jauh lebih mahal, namun tidak sedikit masyarakat yang tetap loyal berbelanja di Matahari Departement Store CITO Surabaya karena memang beberapa produk tidak ditemukan di departement store yang lain. Produk fashion Matahari Departement Store di

antaranya baju, sepatu, sandal, tas, kosmetik, dan produk-produk keperluan rumah tangga. Semua produk selalu mengikuti tren fashion terbaru, Matahari Department Store CITO Surabaya sering mengadakan *event discount*, yang membuat harga bisa jauh lebih murah dari toko atau Department Store yang lain, padahal dengan kualitas Matahari Departement Store. Pelanggan yang loyal akan paham terhadap kondisi seperti itu, dan saat itulah biasanya Matahari Departement Store ramai pengunjung. Istilah banting harga biasa digunakan karena memang potongan harga pembelian bisa lebih dari 70% harga aslinya. Karyawan Matahari Departement Store Surabaya tergolong ramah, hal ini bisa dibuktikan dengan senyum dan sapa dari karyawan pada pintu masuk, kasir, dan masing masing *counter* produk. Setiap pelanggan akan mendapatkan keramahan para karyawan itulah salah satu strategi kualitas pelayanan terhadap efektivitas pemesanan.

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan agar merasa puas. Jika kualitas jasa unggul dan konsisten maka dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pelanggannya serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang. Manajemen meyakini bahwa staf penjualan yang ramah, berpengetahuan luas dan sangat membantu pelanggan tentunya memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan. Matahari berusaha untuk memberikan pelayanan pelanggan yang sangat baik di setiap gerai dengan memastikan bahwa semua staf, termasuk staf yang dipekerjakan oleh vendor konsinyasi, mendapatkan pelatihan layanan pelanggan secara teratur. Untuk memastikan bahwa standard layanan ini secara konsisten, manajemen Matahari telah menempatkan supervisor layanan pelanggan di beberapa gerai Matahari yang lebih besar. Selain pada konter layanan pelanggan dalam gerai, pelanggan juga dapat

mengajukan pertanyaan atau menyampaikan keluhannya kepada petugas layanan pelanggan terlatih di call centre pelanggan khusus Matahari. Kami percaya bahwa dengan menyediakan layanan ini, kami dapat meyakinkan pelanggan bahwa saran dan keluhan mereka dihargai serta nantinya dapat meningkatkan kemungkinan kedatangan berikutnya. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh Matahari Department Store memberikan pelayanan kepada pelanggan karena dengan pelayanan terbaik maka pelanggan akan merasa puas dan akan kembali lagi ke toko untuk berbelanja. Matahari Departement Store CITO Surabaya merupakan salah satu toko kategori tingkat menengah keatas yang dapat mempertahankan pangsa pasarnya dari tahun ke tahun, untuk itu harus mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumennya dan mengembangkan Semakin banyaknya Department Store yang beroperasi di Indonesia mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat dalam menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama yang telah menjadi pelanggan agar tidak berpaling ke yang lain.

Dengan bertambahnya jumlah perusahaan ritel yang menghasilkan berbagai macam kategori produk maka terciptalah suatu kondisi persaingan dalam upaya merebut pangsa pasar (*market share*). Dengan adanya persaingan disini maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Dengan banyaknya ritel-ritel tersebut customer akan semakin banyak mendapat pilihan dalam menentukan pilihan ritel mana yang dikunjungi sesuai dengan kebutuhan, serta harus bersaing ketat dalam usahanya untuk dapat menguasai pangsa pasar yang ada. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi

persaingan yaitu dengan membangun dan mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga dapat membentuk kepuasan yang positif dibenak konsumen. Kualitas pelayanan yang positif bukan hanya bermanfaat untuk menarik minat beli konsumen dalam hal memilih perusahaan atau produk, melainkan juga dalam memperbaiki sikap konsumen terhadap organisasi. Solusi dan Strategi agar dapat menarik konsumen untuk berbelanja di Department Store antara lain adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Hal itu merupakan kunci keberhasilan Department Store untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui kenyamanan, kebersihan dan fasilitas yang mendukung lainnya. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus perhatian dan sebagai strategi manajemen perusahaan dalam menjalankan usaha untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan, agar tetap ramai diminati konsumen maka perusahaan dapat melakukan upaya dalam kegiatan pemasarannya untuk dapat menarik perhatian pengunjung. Salah satu yang dapat dilakukan perusahaan adalah tanggap terhadap perilaku konsumen. Untuk itu diperlukan pelayanan yang baik dengan tujuan memuaskan konsumen. Penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan perkembangan perusahaan. Dengan melihat kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, pelanggan dapat menilai seberapa baiknya perusahaan tersebut dalam persepsi pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin baik pula penilaian pelanggan atas perusahaan tersebut. Kualitas yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan keputusan pembelian atas produk dari perusahaan tersebut. Melihat pentingnya kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka perusahaan perlu memperhatikan pelayanannya sebaik baiknya sesuai dengan harapan pelanggan. Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi

perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini tidak hanya menjual produk, akan tetapi juga harus memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan berpengaruh keputusan pembelian pada konsumen.

Faktor yang menjadi kunci dalam persaingan diantara pelaku usaha ritel adalah tersedianya ragam produk yang disediakan dan ditawarkan. Para pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual dalam artian produk yang lengkap dengan adanya ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk setiap saat. Ragam produk atau kelengkapan produk yang dijual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko. Pertimbangan konsumen dalam memilih toko tentunya diikuti oleh kepuasan konsumen, sehingga disinyalir jika keragaman produk mempengaruhi kepuasan konsumen karena dengan semakin beragamnya pilihan produk maka konsumen akan lebih leluasa memilih barang yang paling sesuai dengan keinginannya. Selain keragaman produk, kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang sangat mungkin akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pada hakikatnya kualitas pelayanan dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkan atau dijual perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan (Fandy Tjiptono 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini ingin menguji apakah Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Produk

Terhadap Efektivitas Pemasaran pada Matahari Departement Store CITO Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah strategi Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Efektivitas Pemasaran pada Matahari Department Store CITO?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Efektifitas Pemasaran pada Matahari Department Store CITO?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Efektifitas Pemasaran pada Matahari Store CITO?
4. Manakah dari ketiga Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Produk yang Dominan berpengaruh terhadap Efektivitas Pemasaran pada Matahari Department Store CITO?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap efektivitas pemasaran pada Matahari Departement Store CITO.
2. Untuk mengkaji pengaruh kepuasan konsumen terhadap efektifitas pemasaran pada Matahari Departement Store CITO.
3. Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap efektivitas pemasaran pada Matahari Departement Store CITO.
4. Untuk mengetahui Variabel yang Dominan berpengaruh terhadap Efektivitas Pemasaran pada Matahari Department Store CITO.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

b) Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan untuk menemukan pengetahuan/ilmu yang baru yang mana belum diketahui atau sama sekali belum pernah diterapkan dalam masyarakat yang bersangkutan.

c) Aspek Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai pengaruh kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Efektivitas Pemasaran di Matahari Department Store CITO Surabaya.