

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini pemasaran dipandang lebih menantang, oleh karena itu keberhasilan memasarkan produk merupakan kunci keberhasilan dalam dunia bisnis. Penjualan yang memiliki strategi pemasaran yang bagus akan menguasai pasar dan menjual produk lebih banyak dan memperoleh laba yang banyak. Pemasaran merupakan salah satu kunci penting suksesnya suatu bisnis. Pengertian pemasaran bukanlah hanya menjual saja, tetapi secara lebih luas adalah pemenuhan kebutuhan konsumen. Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan dalam penjualan untuk memenuhi permintaan yang ada di pasar dan untuk mendapatkan laba. Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Oleh karena itu kita harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tujuan dari pemasaran itu dapat tercapai atau lebih dikenal dalam dunia bisnis.

Persaingan bisnis terutama dibidang makanan dalam beberapa tahun ini berkembang semakin pesat. Hal tersebut juga mempengaruhi pesaing dalam menentukan pola dan cara dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya. Oleh karena itu, pelaku usaha di tuntut untuk mempertahankan bisnisnya dan memiliki kemampuan serta strategi yang menarik untuk menarik pembeli dan tetap mempertahankan usahanya.

Pesatnya jumlah kebutuhan makanan membuat pengusaha di bidang kuliner yang ada di Indonesia berlomba-lomba mendirikan usaha karena dengan usaha di bidang kuliner bisa menjadi salah satu motivasi pengusaha yang ada diberbagai daerah.

Salah satu tempat makan yang ada di Simbarwaringin adalah Kedai Kha's. Kedai Kha's berdiri sejak 15 juni 2017 oleh Reni Damai Yanti yang terletak di Jl. Raya Simbarwaringin, Trimurjo Simbarwaringin Lampung Tengah. Lokasi ini cukup strategis karna terletak di pinggir jalan Menu yang ditawarkan oleh Kedai Kha's adalah Mie ayam Pelangi. Mie pelangi memiliki ciri khas nya yaitu mie yang terbuat dari sayuran dan buah-buahan. Mie pelangi ini merupakan salah satu kuliner yang unik,

dengan menu yang spesial yaitu sajian mie warna warni. Keistimewaan mie ayam ini adalah bahan yang digunakan menggunakan sayuran dan buah-buahan. Mie orange yang terbuat dari wortel , mie hijau yang terbuat dari bayam , mie ungu yang terbuat dari buah naga. Mie pelangi ini disajikan dengan kuah terpisah , rasa ayamnya juga berbeda dengan mie ayam biasa. Mie pelangi ini memiliki berbagai topping yang bervariasi.

Dalam bisnis kuliner salah satu factor penentu bisnis itu berhasil atau tidak adalah kepuasan pelanggan yang di berikan oleh penjual. Semakin banyak jumlah pengunjung yang datang itu menandakan bisnis tersebut berhasil dan berjalan dengan baik.

Menurut Assauri (2014:223), harga merupakan satu-satunya unsure marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Harga adalah fungsi dinamis dari bauran pemasaran. Dan hampir setengah penjual mengubah harga sekali setahun atau satu bulan sekali.

Di dalam ekonomi pengertian harga, nilai, dan utility merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Promosi dalam penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Melalui promosi penjualan , penjual dapat menarik pelanggan baru untuk memengaruhi konsumennya mencoba produk baru, mendorong konsumen untuk membeli produk yang lebih banyak , menyerang aktivitas promosi pesaing.

Promosi penjualan tampaknya sangat efektif apabila dilaksanakan bersamaan dengan iklan. Dalam penjualan menggunakan iklan ditempat pembelian terbukti menghasilkan 15% lebih meningkat penjualannya dibanding hasil pemasangan iklan di tempat pembelian

yang tidak dibarengi dengan lokasi penjualannya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan.

Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan persaingan yang sangat berat yaitu bisnis makanan dan minuman.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, pedagang juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar dapat melakukan inovasi yang diharapkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen setelah transaksi di kedai Kha's Simbarwaringin. Persaingan dalam dunia bisnis bertambah sangat ketat. Dalam persaingan ini pelaku bisnis memaksa untuk memaksimalkan dalam dunia bisnis nya agar bersaing di pangsa pasar. Pelaku bisnis juga harus mempelajari dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing berusaha mendapatkan pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2015:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2011:170) ketidakpuasan adalah suatu keadaan dimana pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi daripada kinerja yang diterimanya di pemasar. Sehingga adanya pelanggan memilih produk yang sesuai kebutuhan dan apabila kebutuhan tidak terpenuhi maka pelanggan bisa beralih ke merk yang lain. Ketika pelanggan tidak puas dan pelanggan mencari variasi ke merk yang lain.

Kedai Kha's telah dalam melakukan aktivitaspenjualannya dengan menggunakan pelayanan yang diusahakan akan lebih baik lagi, harga yang bersahabat,promosi agar pembeli dapat melakukan kepuasan pelanggan dan lokasi yang cukup strategis. Tetapi hal yang dilakukan ini masih kurang berhasil karena terdapat *fluktuasi*jumlah porsi yang terjual di Kedai Kha'. Berikut ini adalah datanya:

Tabel 1 Data Perkembangan Volume Penjualan di Kedai Kha's Tahun 2019

Bulan	Penjualan	Persentase
Januari	2.400 porsi	8,3%
Februari	2.460 porsi	8,5%
Maret	2.450 porsi	8,5%
April	2.981 porsi	10,3%
Mei	2.000 porsi	7%
Juni	3.100 porsi	10,8%
juli	2.200 porsi	7,6%
agustus	2.100 porsi	7,2%
september	2.000 porsi	7%
Oktober	2.450 porsi	8,5%
November	2.500 porsi	8,6%
Desember	2.200 porsi	7,6%
Total	28.841 porsi	100%

Sumber: Kedai Kha's, 2021

Berdasarkan tabel 1 dapat terlihat jelas Kedai Kha's mengalami *fluktuasi* setiap bulannya. Dengan penurunan jumlah penjualan mempengaruhi pendapatan Kedai Kha's. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti pelayanan, harga, promosi dan lokasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.

Dari uraian Latar Belakang tersebut menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KHA'S DI SIMBAR WARINGIN** "

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang Masalah, maka identifikasi Masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan Penjualan setiap bulan berfluktuasi
2. Fluktuasi penjualan kemungkinan berasal dari pengaruh pelayanan yang diberikan
3. Fluktuasi penjualan kemungkinan berasal dari harga jual yang ditetapkan
4. Fluktuasi penjualan kemungkinan berasal dari promosi
5. Fluktuasi penjualan kemungkinan berasal dari lokasi

C. Perumusan Masalah

Dalam Pemasaran biasanya dihadapkan pada pelayanan, harga, promosi dan lokasi dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan. Dengan adanya kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi maka akan mempermudah penjual dalam mencapai suatu keinginan yang tercapai. Maka konsumen harus memahami apa yang dibutuhkan dan memahami apa yang dibutuhkannya. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's?
5. Apakah pelayanan, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.
4. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.
5. Untuk mengetahui apakah pelayanan , harga , promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kha's.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas. Dan peneliti dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang ada di Kedai Kha's Simbarwaringin. Menghasilkan bahan untuk menyusun skripsi yang merupakan syarat guna mencapai gelar sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini membantu memberikan wawasan yang luas bagi ilmu manajemen pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti dan menjadi bahan referensi bagi peneliti yang akan datang agar menghasilkan temuan-temuan yang bervariasi.

3. Bagi Akademik

Dapat digunakan bahan pertimbangan untuk rekan-rekan mahasiswa dalam menyusun skripsi mengenai objek penelitian yang berbeda dan sebagai sarana informasi dalam pemecahan masalah yang sama.

1. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan penelitian yang jelas maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap bab. Sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah , Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah , Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Bab ini membahas tentang landasan teori-teori definisi Manajemen Pemasaran, Harga, Promosi, Lokasi dan Definisi Kepuasan Pelanggan, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Kajian teoritik berguna sebagai dasar pemikiran dalam pembahasan yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi variable-variabel yang digunakan penelitian berisi definisi operasional dari masing-masing variable, populasi dan sampel yang digunakan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh pelayanan, harga , promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

DAFTAR LITERATUR

Dalam daftar literature menguraikan tentang nama penulis, judul, tulisan, penerbit, identitas penerbit, serta tahun terbit yang akan dijadikan rujukan ataupun sumber dari tulisan yang dibuat.

LAMPIRAN

Dalam lampiran-lampiran menguraikan tentang dokumen tambahan yang ditambahkan ke dokumen utama. Lampiran dapat berupa teks, seperti dokumen pendukung maupun berupa gambar, seperti foto.

Demikian sistematika penulisan proposal dalam penelitian ini disusun untuk memberikan pedoman yang akan dilaksanakan sebelum diadakannya penelitian.