BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Dimana pada era globalisasi dapat memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan di sisi lain, keadaan ini memunculkan banyak persaingan antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel Nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti *supermarket, hypermarket, minimarket* dan ritel lainnya yang terus bermunculan.

Berdasarkan pemaparan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) pertumbuhan industri ritel pada tahun 2018 naik mencapai 10% yang mana pada tahun 2017 hanya sekitar 7%. Menurut Roy ketua Aprindo pada tahun 2019 ini akan lebih meningkat lagi di angka 15% karena adanya Pileg dan Pilpres, sebagaimana merujuk pada pileg dan pilpres lima tahun yang lalu.[1] Peningkatan jumlah ritel tersebut dapat menambah kontribusi terhadap perekonomian nasional menurut menteri perdagangan Enggartiasto Lukita dalam rapat kerja nasional (Rakernas) mengungkapkan bahwa "*sektor ritel tidak hanya memastikan hubungan timbal-balik antara produsen dan konsumen, namun juga penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi*"

[1] Andri Donnal Putera, *Pilpres dan Pileg Bisa Dongkrak Pertumbuhan Ritel 2019*, https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/30/114400626/pilpres-dan-pileg-bisa-dongkrak-pertumbuhan-ritel-2019 diakses pada tanggal 3 April 2019.

menurut Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ritel memiliki kontribusi 15,24% terhadap total PDB dan penyerapan tenaga kerja sebesar 22,4 juta atau 31,81% dari tenaga kerja non pertanian.[2]

Dengan meningkatnya pertumbuhan sektor ritel tersebut maka para pelaku usaha dalam menghadapi persaingan usaha diperlukan sebuah pemahaman untuk melihat peluang yang ada. Konsep paling utama agar usaha berjalan dengan baik adalah melalui pemasaran yang baik. Dalam dunia bisnis manajemen pemasaran sangatlah diperlukan untuk bersaing di era globalisasi saat ini, karena dengan adanya manajemen pemasaran usahawan akan bisa membaca peluang yang ada.

Untuk merencanakan strategi pemasaran efektif, pengusaha harus mencari tahu tentang pesaing. Pengusaha harus membandingkan strategi pemasaran, produk, harga, saluran, dan promosi dengan pesaing terdekat. Dengan seperti ini pengusaha dapat menemukan keunggulan dan kelemahan kompetitif. Hal ini, agar para pelaku usaha mampu memenangkan persaingan khususnya di sektor ritel yang semakin kompetitif harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhi harapan konsumennya, karena jika seorang pelaku bisnis tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka akan tergeser dengan pelaku bisnis lainnya. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan pada konsumen.

---

[2] SindoNews.com, *Mendag: Kontribusi Ritel pada Perekonomian Nasional Makin Besar*, https://ekbis.sindonews.com/read/1202726/34/mendag-kontribusi-ritel-pada-perekonomian-nasional-makin-besar-1493963949, Diakses pada tanggal 20 Maret 2019

Bisnis ritel dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yaitu bisnis Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas dan barang yang dijual jenisnya terbatas. Berbeda dengan ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap.[3]

Berbicara mengenai bisnis ritel modern, Amanah Swalayan merupakan salah satu swalayan yang cukup besar dan sukses dalam usahanya dibidang ritel. Dengan dibuktikan sampai saat ini sudah di buka tiga cabang di daerah Kecamatan Besuki, Kecamatan Bandung dan Kecamatan Pakel. Amanah Swalayan menyediakan berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, kebutuhan sehari-hari dan berbagai produk kecantikan, menjadikan Amanah Swalayan sukses bersaing dengan perusahaan-perusahaan ritel lain.

Di Jalan Raya Bandung Campurdarat RT. 03 RW. 01 Contong, Bandung, Kabupaten Tulungagung, terdapat beberapa bisnis ritel diantaranya adalah Indomaret, Alfamart, dan Central Swalayan. Ketiganya memiliki kesamaan dengan Amanah Swalayan yakni jenis usaha ritel yang menjual berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, kebutuhan sehari-hari dan berbagai produk kecantikan. Dari ketiga bisnis ritel tersebut yang dua yaitu Indomaret dan Alfamart telah memiliki citra yang baik di Indonesia tepatnya. Kedua perusahaan tersebut memiliki setiap anak

[3] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 79.

cabangnya di hampir setiap provinsi di Indonesia. Amanah Swalayan dengan melihat fakta ini tentu perlu melakukan hal-hal yang mendorong perusahaannya untuk memenangkan persaingan dengan menerapkan *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk untuk membuat konsumen merasa puas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penanggungjawab Swalayan Amanah bahwa jumlah konsumen yang berkunjung mengalami tren penurunan secara fluktuasi. Untuk jumlah pembeli yang berfluktuasi yaitu pada bulan Juli sampai Oktober. Pada hasil *prasurvei* dengan konsumen, juga masih banyak yang mengeluh dan tidak merasa puas dari segi *display* produk atau penatan barang, kualitas pelayanan dan keragaman produk di Amanah Swalayan. Berikut tabel 1.1 hasil dari *prasurvey* Amanah Swalayan.

Tabel 1.1

Hasil *Prasurvey* Swalayan Amanah

***Display* Produk**	**Keragaman Produk**	**Kualitas Pelayanan**
Penyusunan produk atau *layout* kurang sesuai sehingga konsumen sulit untuk mencari produk yang mereka butuhkan.	Produk yang dijual Amanah Swalayan kurang lengkap.	Pegawai kurang cekatan dalam membantu konsumen untuk membantu mencari produk yang dibutuhkan.
Penataan produk masih berantakan tidak disesuaikan besar kecil atas produk.	Ekspektasi keragaman produk Amanah Swalayan tidak sesuai kenyataan.	Pegawai kurang memperdulikan kehadiran konsumen dan pada pelayanan dikasir yang terlalu lama sehingga menyebabkan antrean terlalu panjang.

Sumber: Data *prasurvey* konsumen 2019

Dari hasil *prasurvey* diatas terdapat permasalahan pada kepuasan konsumen untuk aspek *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk yang disediakan Amanah Swalayan. Menurut Fandy terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen,

serta membentuk rekomendasi gethok tular positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Dengan ini kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.[4] Menurut Sumarwan *display* yang baik akan membantu produsen agar bisa menampilkan produknya dengan baik, memudahkan konsumen berbelanja, meningkatkan efisiensi kinerja petugas serta meningkatkan keuntungan bagi pemilik toko. Sehingga *display* produk akan mempengaruhi perilaku belanja konsumen.[5] Jika dalam pemenuhan keragaman produk, dan *display* produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, konsumen tersebut tidak puas dan kecewa dan jika sebaliknya melebihi ekspektasi pelanggan tersebut senang. Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap perusahaan faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu keputusan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan oleh konsumen adalah aspek pelayanan dan keragaman produk atau jasa yang dibeli. Berdasarkan uraian diatas, maka mendorong penulis untuk menguji **"Pengaruh *Display* Produk, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Amanah Swalayan Cabang Bandung Tulungagung"**

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, dapat diidentifikasi masalah dan kemudian ditentukan batasan sebagai berikut:

---

[4] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv. Andi, 2015), hlm. 78.

[5] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 330.

1. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam uraian latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

a. Perkembangan bisnis ritel yang semakin tinggi dan memicu persaingan dalam bisnis ritel semakin ketat.
b. Adanya toko-toko yang menawarkan produknya dengan harga yang lebih murah sehingga menjadi pesaing Amanah Swalayan Bandung
c. Kualitas pelayanan yang diberikan Amanah Swalayan Bandung masih perlu ditingkatkan, seperti ditambahnya kasir supaya tidak harus mengantre terlalu lama saat akan membayar.
d. *Display* produk di Amanah Swalayan Bandung masih belum tertata dengan rapi sehingga membuat konsumen bingung saat mencari barang yang diinginkan.
e. Keragaman produk di Amanah Swalayan Bandung masih perlu ditingkatkan, baik itu mengenai kelengkapan maupun ketersediaanya setiap saat di toko
f. Kepuasan konsumen menurun sehingga menurunkan tingkat pembelian di Amanah Swalayan Bandung.

2. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang telah diidentifikasi diatas, oleh karena adanya keterbatasan dalam penelitian baik dari segi waktu, tenaga, teori dan supaya bahasan masalah yang ada dalam rumusan masalah tidak keluar dari jalur pembahasan, maka peneliti hanya akan membatasai penelitian kepada empat hal saja, seperti berikut:

a. *Display* produk yang menarik dan tidak membuat konsumen kebingungan saat berbelanja akan membuat kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung.
b. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Amanah Swalayan Bandung akan berdampak pada kepuasan konsumen.
c. Keragaman produk yang disediakan oleh Amanah Swalayan Bandung akan membuat kepuasan konsumen.
d. Kepuasan konsumen merupakan pengaruh dari *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *display* produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung?
4. Apakah *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *display* produk terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung.
2. Untuk menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung.
3. Untuk menguji keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung.
4. Untuk menguji *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Amanah Swalayan Bandung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian, secara teoritis dapat digunakan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan tersebut, khususnya bidang ilmu manajemen pemasaran, yang secara lebih khusus menyajikan suatu wawasan tentang penelitian pengaruh *display* produk, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Pihak Amanah Swalayan

      Diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pelaku bisnis didalam mengetahui pengaruh *display* produk, kualitas

pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Amanah Swalayan.

b. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan IAIN Tulungagung, khususnya mengenai pengaruh *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi atau bahan kajian dalam menambah ilmu pengetahuan di bidang bisnis dan sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman transliterasi dan halaman abstrak.

2. Bagian Isi

Merujuk pada semua yang dituliskan diatas dan metode yang digunakan dalam rangka memudahkan penulisan skripsi, maka pembahasan di bagi menjadi enam bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) sistematika skripsi

BAB II Landasan Teori terdiri dari: (a) teori yang membahas variabel atau sub variabel pertama, (b) teori yang membahas variabel atau sub variabel kedua, (c) teori yang membahas variabel atau sub variabel ketiga, (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual, (f) hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian terdiri dari: (a) hasil penelitian, (b) temuan penelitian.

BAB V Pembahasan hasil penelitian.

BAB VI Penutup terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) saran

3. Bagian Akhir terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup