

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir ini kota Bandung menjadi salah satu tujuan wisata terpenting. Selain terkenal dengan kulinernya, kota Bandung belakangan ini juga sangat terkenal dengan *fashion store*-nya sehingga muncul sebutan baru untuk kota Bandung yaitu Kota *Factory Outlet*.

Terdapat banyak *factory outlet*, *distribution outlet*, dan *boutique outlet* di kota Bandung. Seperti daerah Dago, Riau, Setiabudi dan Cihampelas. Daerah tersebut sudah menjadi daerah wajib bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung.

Pada awalnya kota Bandung terkenal dengan pasar sepatu di Cibaduyut, kemudian pasar jeans di Cihampelas, sekarang menjadi pusat *factory outlet* di Dago dan sekitarnya. *Factory outlet* mempunyai daya pikat tersendiri bagi wisatawan. Dengan harga yang terjangkau konsumen dapat memiliki barang-barang bermerek. Dapat dilihat setiap akhir pekan, kota Bandung akan dipadati oleh kendaraan dari luar kota, terutama Jakarta.

Dari tahun ke tahun bisnis *factory outlet* semakin berkembang karena mempunyai peluang yang besar dalam meraih keuntungan selain itu bisnis ini mampu mengikuti perkembangan zaman. Hal ini memicu para pengusaha *factory outlet*

berlomba-lomba untuk lebih unggul dari pesaingnya, tidak hanya menyediakan tempat nyaman bagi pelanggannya namun juga memberikan sebuah konsep *factory outlet* yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Banyaknya jumlah *factory outlet* tersebut membuat konsumen menghadapi berbagai macam pilihan. Hal ini berarti semakin banyak pertimbangan sampai mereka memutuskan untuk memilih *factory outlet* yang cocok dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, para peritel berusaha memberikan kepuasan dengan cara memenuhi semua kriteria yang menjadi pertimbangan konsumennya, baik dengan keragaman produk yang ditawarkan, atmosfer toko maupun pelayanan yang diberikan.

Konsumen merupakan bagian terpenting dalam suatu perusahaan diluar struktur organisasi. Tanpa adanya konsumen perusahaan tidak akan berjalan. Karena pada dasarnya perusahaan menjalankan bisnisnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu banyak perusahaan selalu berusaha agar kepuasan konsumennya terpenuhi.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu titik ukur apakah mereka merasa puas atas segala kinerja yang dilakukan oleh perusahaan dengan harapan mereka, baik dalam bentuk jasa maupun barang yang dimiliki oleh perusahaan. Jika konsumen sudah merasa puas atas segala yang perusahaan tawarkan maka konsumen tersebut akan menggunakan kembali jasa atau produk yang perusahaan tawarkan. Hal tersebut

akan menentukan peningkatan atau penurunan jumlah omset perusahaan disetiap bulannya.

The Secret Factory Outlet salah satu *factory outlet* di Bandung yang memiliki bangunan dengan artistik lama namun bernuansa asri. *Factory outlet* ini melakukan penciptaan atmosfer toko yang cukup unik dibandingkan dengan *factory outlet* yang berada di kawasan sekitarnya. Sesuai dengan namanya ‘rahasia’, The Secret Factory Outlet ingin menciptakan rasa penasaran dengan bangunan berwarna hitam dan tertutup. Dari luar tidak terlihat berarsitektur megah, namun ketika masuk kedalam suasana yang ‘rahasia’ tersebut mulai dapat dirasakan. Keunikan bangunan ini menjadi daya tarik tersendiri yang membuat konsumen berbelanja di The Secret. Selain itu The Secret juga didukung dengan keragaman produk yang ditawarkan dari pakaian dewasa hingga anak-anak dengan harga yang cukup terjangkau. Berbagai macam merek dapat ditemukan dalam *factory outlet* ini.

The Summit Factory Outlet adalah salah satu *factory outlet* terbaik di kota Bandung, bahkan The Summit telah menjadi semacam *trademark* Factory Outlet di Bandung. Bangunan yang dimiliki oleh The Summit dapat dibilang cukup unik, salah satunya karena menggunakan pintu yang cukup sempit untuk ukuran pintu toko-toko. Hal ini karena The Summit ingin memberikan kesan bahwa pelanggan merasa memasuki rumah dan berbelanja dengan nyaman layaknya di rumah sendiri. Fasilitas dan harga yang ditawarkan cukup memadai dan terjangkau sehingga membangun kepercayaan konsumen terhadap The Summit. The Summit menawarkan berbagai

macam barang *branded* yang diimpor dari beberapa negara dan dengan tempat belanja yang cukup luas maka menambah keunggulan pada The Summit Factory Outlet. Selain itu bertempat pada lokasi yang cukup strategis dengan lahan parkir yang cukup luas, membuat *factory outlet* ini menjadi pilihan tempat berbelanja yang nyaman.

Meskipun kedua *factory outlet* ini dimiliki oleh pemilik yang sama, namun konsep yang ditawarkan dari masing-masing *factory outlet* terlihat berbeda. Misalnya untuk produk yang ditawarkan dari masing-masing *factory outlet*, pemilik bertindak tegas dengan menentukan sendiri produk-produk untuk The Secret dan The Summit. Produk The Secret lebih eksklusif, dalam hal ini ada sebagian produk yang hanya dijual di The Secret dan tidak terdapat di The Summit maupun *factory outlet* lain yang masih bersaudara dengan The Secret. Penetapan produk yang khusus dijual di The Secret ini sebagai bentuk untuk membuat The Secret berbeda dari *factory outlet* sejenis yang lain. Penciptaan konsep The Secret disiapkan secara serius oleh pemiliknya karena pada awalnya The Secret merupakan *outlet* baru yang diharapkan dapat berbeda dari *outlet* sebelumnya.

Berdasarkan perbedaan jumlah omset dari The Secret dan The Summit, terlihat perbedaan kepuasan pelanggan dari masing-masing *factory outlet*. Jumlah omset tersebut dapat dilihat dari persentase penjualan per bulan dari masing-masing *factory outlet*. Persentase penjualan The Secret dan The Summit Factory Outlet dapat dilihat di Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Perbandingan Persentase (%) Pencapaian Target Penjualan
The Secret dan The Summit Factory Outlet

Bulan	Factory Outlet	
	The Secret	The Summit
Agustus 2011	450%	300%
September 2011	382%	255%
Oktober 2011	225%	210%
November 2011	190%	180%
Desember 2011	230%	235%
Januari 2012	140%	142%
Februari 2012	130%	110%

Sumber: The Secret dan The Summit Factory Outlet

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat perbedaan omset penjualan dari The Secret dan The Summit. Omset terbesar didapatkan pada bulan Agustus, dimana pada bulan tersebut merupakan bulan ramadhan, sehingga banyak orang khususnya kaum muslim yang berbelanja. Penurunan yang signifikan terjadi saat memasuki tahun baru 2012 pada bulan Januari, dan penjualan semakin menurun pada bulan Februari dimana bulan ini dianggap bulan sepi bagi usaha *factory outlet*.

Perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggannya berdasarkan indikator *retailing mix* atau bauran ritel. Bauran ritel terdiri dari, produk, atmosfer, pelayanan, harga, promosi serta lokasi *store* tersebut. Dengan memperhatikan kepuasan pelanggan dari setiap bagian yang terdapat pada *retailing mix*, perusahaan dapat melihat apakah selama ini pelanggan mereka telah merasa puas dengan *performance* perusahaan.

Terdapatnya perbedaan omset pendapatan dari kedua *factory outlet* tersebut mungkin disebabkan oleh faktor kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepuasan pelanggan pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet. Adapun judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN INDIKATOR BAURAN RITEL STUDI PERBANDINGAN PADA THE SECRET FACTORY OUTLET DAN THE SUMMIT FACTORY OUTLET BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam usaha *factory outlet* dengan tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut para peritel untuk tetap dapat mempertahankan pelanggan dan dapat menarik konsumen baru. *Factory outlet* dituntut untuk dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dan bahkan terus meningkatkan kepuasan pelanggannya dengan bauran ritel yang baik.

Persaingan tersebut juga terjadi pada kedua *factory outlet* bersaudara, The Secret dan The Summit. Perbedaan konsep yang ditawarkan, misalnya dari atmosfer toko, produk yang dijual, dapat dilihat masing-masing *factory outlet* ingin lebih unggul dalam memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Untuk itu dilakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet Bandung dan juga membandingkannya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Secret Factory Outlet Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan berdasarkan indikator bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet Bandung?
3. Bagaimana perbandingan kepuasan pelanggan berdasarkan indikator bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi, sebagai salah satu syarat menempuh ujian sidang guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pasundan Bandung.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pelaksanaan bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Secret Factory Outlet Bandung
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan indikator bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet Bandung

3. Mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan berdasarkan indikator bauran ritel pada The Secret Factory Outlet dan The Summit Factory Outlet Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dan kontribusi yang diharapkan dari diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan sumber informasi tambahan yang berkaitan dengan ilmu pemasaran pada umumnya dan kepuasan pelanggan pada khususnya sehingga didapat penelitian yang lebih baik lagi terkait dengan topik penelitian ini.

2. Kegunaan Keilmuan

- a. Bagi penulis

Diharapkan menambah pengetahuan dalam bidang usaha terutama tentang kepuasan pelanggan serta memberikan pengalaman dalam praktik dilapangan.

- b. Bagi akademis

Diharapkan dapat menjadi pembelajaran dibidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang kepuasan pelanggan.

c. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan yang berkaitan mengenai kepuasan pelanggan sebagai bahan untuk evaluasi kinerja perusahaan.