

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis menciptakan banyak peluang berdasarkan kreatifitas dan inovasi yang ditampilkan dengan melibatkan beberapa orang guna menghasilkan jasa atau produk yang dibutuhkan konsumen. Bisnis dilakukan dengan cara manual maupun maupun memanfaatkan teknologi canggih sebagai sarana produksi dengan melibatkan aspek – aspek manajemen, *financial*, *marketing*, *human resources*. Salah satu contoh usaha bisnis yang ada dan masih berjalan sampai saat ini yaitu bisnis makanan yang saat ini bervariasi, tidak hanya lauk pauk atau makanan pokok saja, melainkan berupa roti, kue, mulai dari kue tradisional sampai makanan mancanegara yang mulai digemari masyarakat Indonesia. Roti dan Kue, sering dijadikan konsumsi sehari – hari sehingga membuat makanan jenis ini laris manis.

Banyaknya toko roti dan kue yang berkembang pesat di Bandung dengan persaingan di bidang bisnis sejenis semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya pilihan hidangan roti maupun kue dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, maupun harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan (lihat tabel 1.1). Hal ini berakibat pada penurunan permintaan yang akan memberikan akibat fatal bagi perusahaan apabila tidak ditanggapi dengan baik.

Tabel 1.1
Data Outlet Toko Kue dan Roti di Kota Bandung

Nama Outlet Toko Kue dan Roti	Jumlah Toko	Alamat
Soes Merdeka	2	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Merdeka No.27 Telp.(022)4235534 Bandung • Jl. Lombok No.30 Telp.(022)4204746 Bandung
Primarasa	5	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Kemuning No.20 Merdeka Sumur Bandung No.Telp.(022)7206468 • Jl. Buah batu No.167 A Telp.(022)7311537 • Jl. Pasirkaliki No.163 No.Telp (022)6120177 • Jl. Purwakarta No.95 Antapani Kota Bandung • Ruko Kopo Plata Block C-6 Jl. Peta Lingkar Selatan
Vitasari	2	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Kurdi Timur No.49 Bandung • Jl. Surapati No.55A Sadang Serang, Coblong Bandung Telp.(022)2531200
Kartikasari	4	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Haji Akbar No.4 Paasirkaliki, Cicendo • Jl. Ir Haji Juanda No.85-87 • Jl. Buah Batu No.165 A • Jl. Kb Jukut
Berkat	4	<ul style="list-style-type: none"> • Lantai dasar Jl. Dr Djunjunan No. 143-149 • Jl. A.H.Nasution • Jl. Gatot Subroto • Jl. Burangrang No.39

Sumber: www.google.co.id

Hal ini membuat para pengusaha dalam bidang ini berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya, dan hal ini pula memacu para pengusaha

kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Keadaan ini tampak dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan visi dan misi. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap kue, roti maupun soes yang ditawarkan pengusaha. Apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut tidak akan kembali lagi pada perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan erat hubungannya dengan kepuasan konsumen, semakin terpuaskan konsumen terhadap keinginannya, atau terpuaskan antara harapan dengan kenyataan, akan membuat konsumen kembali lagi untuk membeli produk tersebut dan konsumen yang loyal terhadap produk itu. Sedangkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh pelayanan karyawan yang baik, adanya reputasi dari penjual dan adanya kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Saat ini, usaha-usaha yang bergerak dalam bidang bisnis kuliner harus mempunyai cara dan ciri khas tertentu dalam melakukan sebuah jasa pelayanan untuk menjaga kepuasan konsumen agar keinginan mereka dapat terpenuhi, yaitu dengan cara memenuhi dan mewujudkan setiap keinginan dan harapan dari konsumen dengan berbagai macam strategi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan yang sukses biasanya selalu mengutamakan kepuasan konsumen. Hal ini berarti kinerja dari barang dan pelayanan yang diberikan Toko Soes Merdeka harus sesuai dengan yang pelanggan harapkan. Promosi sudah jelas menjadi alat utama dalam pemasaran sebuah produk. Promosi yang dilakukan dapat berupa iklan di media cetak maupun elektronik, brosur, baliho, dan sponsorship. Toko Soes Merdeka melakukan *sales promotion*, untuk menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan impulse buying (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer. *Direct marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi.

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peran penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli, yakni: personel perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan pelayanan. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa (Kotler & Armstrong, 2012:92). Kemampuan karyawan yang dimaksud adalah bagaimana karyawan menyampaikan dan mengkomunikasikan produk perusahaan kepada pelanggan, sehingga mampu memberikan kesan yang baik untuk memuaskan konsumen. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian

kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual.

Salah satu Toko Kue dan Roti yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Soes Merdeka Bandung yang menjadi salah satu tempat favorit untuk membeli oleh-oleh khas Bandung dari warga Bandung maupun luar kota dengan beragam jenis kue dan roti serta oleh-oleh khas Bandung lainnya. Toko Soes merdeka memadukan resep tradisional dan proses pengolahan menggunakan mesin-mesin modern tak merubah cita rasa sama sekali, Soes Merdeka dapat menghasilkan kue-kue unggulan dengan rasa yang khas.

Pasal 8 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan, perlu menetapkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Makanan tentang Pedoman Cara Ritel Pangan yang Baik di Pasar Tradisional maupun Modern. Terdapat dua soes yang disajikan, yaitu dengan rhum dan ada pula yang tanpa rhum. *Puff pastry* yang lembut membalut krim lezat dengan beragam varian rasa. Ada vanilla, durian, capuccino, blueberry, cokelat, dan lain sebagainya. Tak hanya inovasi dari rasa *filling*, Soes Merdeka juga membuat terobosan dari segi bentuk. Soesnya kini tak melulu berbentuk bulat, tapi ada pula yang panjang dan dihias toping menarik. Ide-ide menarik terus dikembangkan untuk memuaskan konsumen sekaligus mempertahankan eksistensi toko soes legendaris kota Bandung ini. Selain memproduksi Kue Soes Merdeka yang masih menjadi primadona dan merupakan produk oleh-oleh Bandung, Soes Merdeka juga memproduksi lebih dari 150 macam kue lainnya, seperti Cheese

Roll, Pisang Molen, Brownies (kukus dan bakar) aneka rasa serta berbagai jenis roti, *pastry* dan *cake*.

Kegiatan promosi perusahaan dengan menawarkan produk disertai diskon diantaranya sebesar 10%, 20% dan 50% dengan ketentuan tertentu. Pelayanan dari karyawan untuk memperoleh informasi produk dari jenis, rasa, ukuran dan makanan khas Bandung lainnya. Dalam upaya memperluas pasar dan sekarang semakin ketatnya persaingan Toko Kue di Bandung, untuk memproduksi kue soes dalam bentuk kue kering dengan nama Soes Kering & Bagelen Merdeka.

Dengan semakin berkembangnya bisnis di bidang usaha Kue dan Roti di Bandung, pihak Soes Merdeka Bandung harus berjuang keras dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal tersebut sangat penting karena adanya persaingan yang sangat ketat dari para pelaku bisnis kue dan roti lainnya, yang masing-masing pelaku bisnis berusaha menampilkan ciri-ciri produk yang dihasilkan, karakter dan identitas toko, kualitas dan keunggulan produk mulai dari kelezatan soes, kue dan roti itu sendiri, varian rasa, variasi ukuran dan bentuk, ketebalan dan keempukan roti yang berbeda dari outlet toko kue dan roti lainnya. Berikut data outlet Toko Soes Merdeka di Bandung:

Tabel 1.2
Data Outlet Toko Soes Merdeka di Kota Bandung

No	Toko Kue dan Roti	Jumlah	Alamat
1	Soes Merdeka (Unit Merdeka Boga Putra)	1	Jl. Merdeka No. 27 Telp. (022) 4235534 Bandung

2	Soes Merdeka (Unit Merdeka Lombok)	1	Jl. Lombok No. 30 Telp. (022) 4204746 Bandung
---	---------------------------------------	---	--

Sumber: Toko Soes Merdeka

Terlihat pada tabel 1.2 diatas bahwa ada dua outlet Toko Soes Merdeka yang berjalan saat ini di Kota Bandung, peneliti melakukan survey pada Toko Soes Merdeka yang bertempat di Jln. Merdeka No. 27. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data kunjungan konsumen yang bertransaksi di Toko Kue soes Merdeka pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2015.

Tabel 1.3
Data Pengunjung Pada Toko Soes Merdeka di Kota Bandung
Periode Tahun 2014 dan 2015

Tahun	Triwulan			
	I	II	III	IV
2014	2.127 orang	2.112 orang	2.108 orang	2.116 orang
2015	2.111 orang	2.104 orang	2.102 orang	2.082 orang

Sumber: Toko Soes Merdeka

Terlihat pada tabel 1.3 kondisi jumlah konsumen yang bertransaksi 2 tahun terakhir ini mengalami turun naik atau fluktuatif. Triwulan I sampai dengan triwulan IV pada tahun 2014 mengalami fluktuatif, sedangkan pada triwulan I sampai dengan triwulan IV pada tahun 2015 mengalami penurunan. Berikut adalah data penjualan di Toko Soes Merdeka selama 3 tahun terakhir pada tahun 2013 sampai dengan 2015.

Tabel 1.4
Data penjualan di Toko Soes Merdeka di Kota Bandung
Periode Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Penjualan
	(rupiah)
2013	5.767.315.000
2014	5.322.653.000
2015	4.317.465.150

Sumber: Toko Soes Merdeka

Terlihat tabel 1.4 diatas terlihat adanya penurunan pada jumlah penjualan yang diperoleh oleh di Toko Soes Merdeka Bandung selama 3 tahun terakhir dengan penurunan yang dari tahun 2013 ke tahun 2014 sebesar Rp 444.662.000, dan penurunan terjadi lagi dari tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar Rp 1.005.187.850. Penurunan ini tentu saja sangat mempengaruhi laba di Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung dalam perkembangan usahanya.

Dari data yang telah didapat oleh peneliti, adanya permasalahan maka peneliti menyebarkan angket (*quisioner*) kepada 30 orang pengunjung yang bertransaksi pada Toko Soes Merdeka Bandung pada hari dan jam kerja selama 1 hari, untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan tentang faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Adapun hasil penelitian pendahuluan di Toko Soes Merdeka dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.5
Hasil Pra-Survey Pendahuluan

NO	PERTANYAAN	PERNYATAAN				
		SS	S	CS	TS	STS
	PRODUK					

1	Kemasan roti, kue, dan soes basah maupun kering yang ditawarkan sangat menarik di Soes Merdeka	10%	30%	4%	43%	13%
2	Soes Merdeka adalah Merek yang mudah di ingat	20%	47%	33%	0%	0%
HARGA						
3	Daftar harga di Soes Merdeka yang relatif murah	13%	50%	20%	7%	10%
TEMPAT						
4	Lokasi toko Soes Merdeka yang mudah dijangkau	23%	15%	10%	27%	25%
5	Kemudahan memperoleh produk di toko Soes Merdeka dan tersedia saat konsumen mencarinya	10%	45%	30%	10%	5%
PROMOSI						
6	Banyaknya media promosi Soes Merdeka	10%	20%	8%	32%	30%
7	Diskon 20% dan 50% di toko Soes Merdeka yang diketahui pelanggan	20%	17%	10%	37%	16%
PROSES						
8	Pemesanan snack box di Soes Merdeka yang mudah	13%	43%	27%	7%	10%
9	Transaksi pembayaran yang mudah	23%	47%	20%	10%	0%
LINGKUNGAN FISIK						
10	Suasana toko Soes Merdeka yang					

	nyaman	33%	63%	4%	0%	0%
11	Tempat parkir yang memadai	10%	50%	37%	3%	0%
	SDM (Orang)					
12	Pelayanan dari pegawai toko Soes Merdeka yang ramah	7%	20%	20%	30%	23%
13	Informasi dari pegawai tentang produk mudah dimengerti	0%	27%	13%	27%	33%
	KEPUASAN					
14	Sangat puas dengan pelayanan dari pegawai	10%	5%	27%	40%	18%
15	Kepuasan dari kelezatan produk di toko Soes Merdeka	27%	43%	23%	3%	3%
	KEPERCAYAAN					
16	Sangat percaya dengan kualitas dari kue-kue di Toko Soes Merdeka	17%	53%	30%	0%	0%
	LOYALITAS					
17	Menginformasikan toko Soes Merdeka kepada teman-teman	10%	20%	13%	27%	30%

Sumber: Diolah oleh Penulis (Survey Pendahuluan 2016)

Berdasarkan tabel 1.5 pada survey pendahuluan pada produk, kemasan roti dan kue yang ditawarkan menarik, sebanyak 405 menyatakan setuju, cukup setuju 4% dan tidak setuju 53%. Soes Merdeka adalah merek yang mudah diingat, sebanyak 67% menyatakan setuju dan cukup setuju 33%. Pada harga, daftar harga

yang relatif murah, sebanyak 63% menyatakan setuju, cukup setuju 20% dan tidak setuju 17%. Pada tempat, lokasi yang mudah dijangkau sebanyak 38% menyatakan setuju, cukup setuju 10% dan tidak setuju 52%. Kemudahan dalam memperoleh produk di toko sebanyak 55% menyatakan setuju, cukup setuju 30% dan tidak setuju 15%. Pada promosi, banyaknya media promosi, sebanyak 30% menyatakan setuju, cukup setuju 8% dan tidak setuju 62%. Potongan harga yang diketahui pelanggan, sebanyak 37% menyatakan setuju, cukup setuju 10% dan tidak setuju 53%. Pada proses, pemesanan snack box yang mudah, sebanyak 56% menyatakan setuju, cukup setuju 27% dan tidak setuju 17%. Transaksi pembayaran yang mudah, sebanyak 70% menyatakan setuju, cukup setuju 20% dan tidak setuju 10%. Pada lingkungan fisik, suasana toko yang nyaman, sebanyak 96% menyatakan setuju dan cukup setuju 4%. Tempat parkir yang memadai, sebanyak 60% menyatakan setuju, cukup setuju 37% dan tidak setuju 3%. Pada SDM (Orang), pelayanan yang ramah dari karyawan, sebanyak 37% menyatakan setuju, cukup setuju 20% dan tidak setuju 53%. Informasi produk dari karyawan mudah dimengerti, sebanyak 27% menyatakan setuju, cukup setuju 13% dan tidak setuju 60%. Pada kepuasan konsumen, sangat puas dengan pelayanannya, sebanyak 15% menyatakan setuju, cukup setuju 27% dan tidak setuju 58%. Kepuasan dari kelezatan produk, sebanyak 70% menyatakan setuju, cukup setuju 23% dan tidak setuju 3%. Pada kepercayaan dengan kualitas produk, sebanyak 70% menyatakan setuju, dan cukup setuju 30%. Pada loyalitas, menginformasikan toko Soes Merdeka kepada kerabat, sebanyak 30% menyatakan setuju, cukup setuju 13% dan tidak setuju 57%.

Dari ke 17 pertanyaan pra survey pendahuluan sebenarnya dari produk dan tempat dapat dijadikan suatu masalah dalam perusahaan dan dapat dijadikan variabel bagi peneliti namun berdasarkan keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan penulis, namun penulis lebih tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan SDM (*people*) Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen (Survey Pada Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel promosi dan SDM (orang) terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas dan melakukan identifikasi ternyata permasalahan yang terjadi pada Toko Soes Merdeka, antara lain:

1. Adanya penurunan pengunjung pada Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung
2. Adanya penurunan penjualan dari 3 tahun terakhir pada Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung

3. Kurangnya media promosi di Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung
4. Diskon 20% dan 50% di toko Soes Merdeka yang kurang diketahui pelanggan pada Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung
5. Pelayanan dari pegawai toko yang kurang ramah di Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung
6. Penyampaian Informasi dari pegawai tentang produk sulit dimengerti di Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung
7. Kurang puasnya konsumen dengan pelayanan dari pegawai di Toko Soes, Roti dan Kue Merdeka Bandung

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi pada Toko Soes Merdeka.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai SDM (orang) pada Toko Soes Merdeka.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan pada Toko Soes Merdeka.
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai loyalitas pada Toko Soes Merdeka.
5. Seberapa besar pengaruh Promosi dan SDM pada Toko Soes Merdeka terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan dan parsial.

6. Pengaruh Promosi, SDM (orang), dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Secara Simultan dan Parsial.
7. Seberapa besar pengaruh Promosi dan SDM pada Toko Soes Merdeka terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel *Intervening*.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuannya adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Tanggapan konsumen mengenai promosi pada Toko Soes Merdeka.
2. Tanggapan konsumen mengenai SDM (orang) pada Toko Soes Merdeka.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan pada Toko Soes Merdeka.
4. Tanggapan konsumen mengenai loyalitas pada Toko Soes Merdeka.
5. Besarnya pengaruh Promosi dan SDM (orang) pada Toko Soes Merdeka terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan dan parsial.
6. Besarnya pengaruh Promosi, SDM (orang), dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Secara Simultan dan Parsial.
7. Besarnya pengaruh Promosi dan SDM pada Toko Soes Merdeka terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel *Intervening*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini digunakan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran, selain itu penulis juga berharap

dengan melakukan penelitian ini akan memperoleh hasil yang dapat memberikan manfaat terutama:

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap literatur manajemen pemasaran mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan Promosi, SDM (orang), Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.
2. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Mengetahui bagaimana tata cara kerja di Toko Roti, Soes dan Kue Merdeka Bandung.
- b. Gambaran tentang penerapan promosi dan pelayanan dari karyawan (SDM) yang dilakukan pihak Toko Roti, Soes dan Kue Merdeka Bandung.
- c. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan tingkat loyalitas konsumen pada Toko Roti, Soes dan Kue Merdeka Bandung.
- d. Guna mengolah pola pikir peneliti tentang ilmu dan pengetahuan untuk mendewasakan perilaku peneliti.

2. Bagi Toko Soes Merdeka

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan

dan bahan pertimbangan dalam promosi, SDM, terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan.