BAB I

PENDAHULUAN

1.1 **Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan perekonomian Indonesia secara keseluruhan pasca krisis moneter menunjukkan peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditujukkan oleh mulai maraknya berbagai bisnis-bisnis perdagangan di masyarakat.Dari yang bersifat hanya sebagai sambilan atau usaha kecil-kecilan sampai ke skala menengah dan besar.Dampak dari banyaknya karyawan yang terkena pemutusan hubungan kerja, pensiun dini dan sebagainya telah memberikan pengaruh yang tidak sedikit terhadap perkembangan perdagangan di Indonesia.

Berusaha bertahan hidup dengan mencoba memulai usaha sendiri telah memberikan alternative sumber pendapatan yang cukup memberikan harapan.Sebagai contoh, usaha multi level marketing IFA.

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel modern dalam semua variasi jenisnya. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan manufaktur yang akan memasok produknya ke retail (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis.

Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Bisnis ritel baik besar maupun kecil sebagai arena berbelanja berupa pusat-pusat pertokoan, department store dan plaza bermunculan diberbagai kota besar dan kecil. Hal tersebut tidak lepas dari tuntutan kebutuhan masyarakat yang ingin serba praktis, cepat, menghemat waktu dan nyaman, kondisi ini didorong oleh semakin maraknya berbagai bisnis baru yang membuka peluang timbulnya bisnis ritel baik peritel besar maupun peritel kecil.

Dengan semakin meningkatnya perkembangan bisnis ritel baik besar maupun kecil serta banyaknya jumlah usaha-usaha di berbagai wilayah menimbulkan persaingan yang kompetitif dalam bisnis ritel, dimana setiap usaha-usaha berusaha untuk memperoleh pangsa pasar seluas-luasnya dan konsumen sebanyak-banyaknya. Perubahan perilaku bisnis tersebut adalah bagian dari pengaruh perilaku pasar yang trend diluar negeri yang kemudian masuk ke Indonesia sejak tahun 1990an, ditandai dengan dibukanya perusahaan retail besar asal negeri sakura jepang yaitu"SOGO".

Menurut Adilah Layung Santini (2014) Setiap individu mempunyai selera fashion yang berbeda, sulit bagi kami untuk dapat memperkirakan keinginan calon pembeli.Untuk itu, strateginya adalah "Dominasi" sebisa mungkin memiliki semua katalog fashion yang beredar di pasar. Jika dikategorikan berdasarkan usia, maka sebisa mungkinmempunyai katalog baju dan fashion untuk anak-anak, orang dewasa dan catalog pakaian atau fashion untuk ibu-ibu dan bapak-bapak. Katalog IFA diibaratkaan bak departement store atau mall berjalan dengan sajian produk

terlengkap, dari ujung kaki hingga ujung rambut, dari luar sampai dalam, dari fashion hingga kosmetik dan kesehatan serta rupa-rupaproduklainnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2007:347) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemapuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan,kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Indikatornya terdiri dari bentuk, keistimewaan, keadalan, mutu kinerja, daya tahan, pelayanan dan keindahan.Ukurannya terdiri dari tingkat kemenarikan produk, tingkat keistimewaan produk, tingkat keadalan produk, tingkat mutu kinerja, tingkat daya tahan produk, tingkat kenyamanan pelayanan, dan tingkat keindahan produk.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2000:211) Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.Indikatornya terdiri dari tingkat harga dan potongan harga.Ukurannya terdiri dari tingkat harga produk, tingkat potongan harga produk atau member.

Menurut Oliver dalam Barner (2001:64) Kepuasan adalah tanggapan konsumen atas terpenuhi kebutuhannya.Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan suatu kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan konsumen.Indikatornya terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya dan kemudahan.Ukurannya terdiri dari tingkat

kepuasan kualitas produk, tingkat kepuasan pelayanan, tingkat kepuasan konsumen emosional, tingkat kepuasan konsumen terhadap harga, dan tingkat biaya dan kemudahan.

Berdasarkan hasil survey penulis lakukan dengan menyebarkan kuesioner awal bahwa umumnya masalah yang dihadapi kualitas produk belum sempurna terhadap kepuasan konsumen, kualitas daya tahan produk kurang memuaskan untuk konsumen, harga mahal dan terjangkau, kepuasan konsumen harus di utamakan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen belum optimal.

Melalui kuesioner ini penulis sampaikan pertanyaan yang menjadi masalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Hasil Kuesioner Awal

Kualitas Produk

NO	Pertanyaan	P/T	Puas %	Tidak %
1.	Menurut anda produk IFA memiliki bentuk yang menarik	7	46%	
		8		53%
2.	Produk IFA mempunyai berbagai macam desain dan model yang menarik	8	53%	
		7		46%
3.	Menurut anda produk IFA memiliki keistimewaan desain dan model	6	40%	
		9		60%
4.	Produk IFA mempunyai keistimewaan bahan baku	7	46%	

	yang bagus	8		53%
5.	Produk IFA memiliki kualitas yang bagus	6	40%	
		9		60%
6.	Produk IFA mempunyai mutu kinerja yang baik	5	33%	
		10		66%
7.	Produk IFA mempunyai mutu kinerja yang tidak baik	10	66%	
		5		33%
8	Daya tahan desain dan warna pada produk IFA tidak mudah rusak/luntur	6	40%	
		9		60%
9	Produk IFA mempunyai daya tahan yang lama	7	46%	
		8		53%
10	Menurut anda produk IFA memiliki kenyamanan pelayanan	8	53%	
		7		46%
11	Menurut anda produk IFA memiliki kecepatan pelayanan	9	60%	
		6		40%
12	Menurut anda produk IFA memiliki keindahaan model fashion yang bagus	5	33%	
		10		66%

Harga

NO	Pertanyaan	P/T	Puas %	Tidak %
13	Menurut anda produk IFA memiliki kesesuaian harga dengan mutu produk yang bagus	7	46%	
		8		53%
14	Menurut anda produk IFA memiliki variasi harga	6	40%	
		9		60%
15	Menurut anda poduk IFA memiliki potongan harga yang tinggi	5	33%	
		10		66%

Kepuasan Konsumen

NO	Pertanyaan	P/T	Puas %	Tidak %
16	Anda memilih produk IFA karena kualitasnya yang bagus	7	46%	
		8		53%
17	Anda memilih produk IFA karena kualitas jahitan fashion dari produk tersebut rapih, kuat dan bagus	10	66%	
		5		33%
18	Kualitas pelayanan IFA memuaskan	7	46%	
		8		53%
19	Kualitas pelayanan IFA tidak sesuai yang diharapkan	5	33%	
		10		66%
20	Anda memiliki kebanggaan bila menggunakan produk IFA	7	46%	
		8		53%
21	Anda memiliki tingkat percaya diri yang tinggi ketika menggunakan produk IFA	7	46%	
		8		53%
22	Menurut anda produk IFA memiliki harga yang murah	8	53%	
		7		46%
23	Anda memilih produk IFA karena biaya yang terjangkau	6	40%	
		9		60%
24	Anda memilih produk IFA karena counter IFA mudah ditemukan di seluruh kota besar	5	33%	
		10		66%

Fenomena yang ada di wilayah Banjaran hasil survey awal yaitu dalam variabel kualitas produk: bentuk produk IFA, keandalan produk IFA, mutu kinerja, daya tahan produk, kenyamanan pelayan. Variabel harga: harga produk IFA mahal, dan potongan harga. Variabel kepuasan konsumen: kualitas produk, emosional, harga dan biaya dan kemudahan.

Oleh karena itu dalam kegiatan usulan penelitan ini penulis mengambil judul ***"PENGARUH KUALITAS PRODUK IFA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS IFA WILAYAH BANJARAN"***

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitain tersebut, maka penelitian batasan masalah yang akan diteliti dalam penyusunan penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas produk IFA belum sempurna terhadap kepuasan konsumen
2. Harga produk IFA sangat mahal
3. Kualitas produk IFA belum sesuai dengan harapan konsumen
4. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk IFA belum sepenuhnya optimal

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran
2. Bagaimana harga produk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran

3. Bagaimana kepuasan konsumen produk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk IFA dan harga produk IFA terhadap kepuasan konsumen pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran secara parsial dan simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk IFA dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis IFA wilayah Banjaran.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran
2. Untuk mengetahui seberapa besar harga produk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen poduk IFA pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran
4. Untuk mengetahui kualitas produk IFA dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis retail IFA di wilayah Banjaran secara parsial dan simultan

1..4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1.4.1 Praktis :

1. Bagi Perusahaan sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau keinginan konsumen.
2. Bagi Penulis sebagai sarana pengembangan wawasan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan di bidang bisnis.

1.4.2 Akademis :

Bagi Perguruan Tinggi sebagai hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi mahasiswa.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di depot IFA yang beralamat di Jalan Kopo Bihbul

Tabel 1.2

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Keterangan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Usulan Penelitian																				
Analisis Data																				
Penyusunan UP																				
Bimbingan																				
Seminar UP																				
Revisi UP																				
Bimbingan																				
Sidang Akhir																				