

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha bisnis saat ini terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif untuk memanjakan pelanggan melalui promosi dengan memberikan banyak penawaran produk dan pelayanan yang baik. Dimana hal tersebut dilakukan perusahaan untuk menarik hati para pelanggannya untuk terus bekerjasama dengan perusahaannya.

Peranan industri jasa penyediaan bunga (*Florist*) semakin dibutuhkan masyarakat karena seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan dalam mendekorasi ruangan agar bertambah indah, menarik dan menyegarkan. Ketatnya persaingan pada usaha rangkaian bunga terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain, baik dari segi promosi maupun dari segi harga. Karena pada umumnya harga merupakan indikator pengukuran akan kualitas suatu barang atau jasa. Begitu pula menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2004:430), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa.

Agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku usaha bisnis juga harus dapat menawarkan promosi yang tepat, dengan

memberikan harga yang layak bagi pelanggan dan dapat dijangkau banyak kalangan. Begitu pula menurut Tjiptono (2015:387), menerangkan bahwa pada hakikatnya, promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri. Oleh Karena itu, pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan.

Sebagai objek penelitian adalah Toko Bunga Agung *Florist*, adalah usaha bisnis yang bergerak dalam bidang *florist* yang menyediakan yang menjual dan menyediakan beragam jenis aneka rangkaian bunga basah, bunga kering dengan beraneka ragam warna dan rangkaian dekorasi internasional dan nasional. Rangkaian bunga tersebut bisa di dapat dengan mengunjungi toko bunga yang lokasinya beralamat di Jalan Pengadegan Selatan No. 6 A, Depan Komplek DPR-RI Kalibata, Pasar Minggu – Jakarta Selatan. Di Jakarta terdapat banyak toko bunga seperti, Rizki *Florist*, Djawa *Florist* dan lain-lain. Mereka saling bersaing untuk menunjukkan promosi dan harga bersaing yang mereka berikan kepada pelanggan.

Produk yang ditawarkan Agung *Florist* dapat dijangkau semua

golongan baik dari kalangan mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga dan pegawai kantoran. Harganya pun bervariasi. Peningkatan promosi serta strategi harga jual merupakan salah satu faktor penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Philip Kotler dan Gary Armstrong (2004:10), bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dimana anggapan kinerja produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli

Salah satu promosi yang dilakukan Agung Florist adalah dengan menginformasikan mengenai produk yang dijual melalui orang per orang dan menaruh kartu nama di rangkaian bunga yang akan dikirim ke pelanggan dengan harapan agar dapat memperkenalkan produk Agung *Florist* ke pelanggan namun cara tersebut belum bisa memaksimalkan strategi promosi karena belum memanfaatkan akses media sosial dengan baik. Keadaan toko yang sepi dari pelanggan juga berpengaruh pada pendapatan yang akan di dapatkan oleh pelaku bisnis tersebut.

Kepuasan pelanggan tidak ada batasnya sehingga promosi dan harga yang sesuai dengan standart yang di terapkan pun sering kali kurang di mata pelanggan, komplain terjadi saat pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang di berikan sehingga dari komplain dan saran yang di tulis pelanggan itu menjadi salah satu evaluasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan pesan

yang diterima dari penjual, orang lain, teman dan sumber informasi yang lain. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting untuk kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan jasa yang bergerak dibidang bunga harus terus berusaha untuk dapat mengembangkan dengan baik, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, dengan begitu pelanggan akan tetap setia datang ke Toko bunga ini.

Peningkatan produk serta pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Toko Bunga Agung Florist berusaha untuk memberikan produk baru yang berbeda, diharapkan mampu menarik perhatian pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang **“Korelasi Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Toko Bunga Agung Florist”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persaingan usaha bisnis saat ini terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan pelanggan.
2. Ketatnya usaha rangkaian bunga terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain, baik dari segi promosi maupun dari segi harga.
3. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai.
4. Keanekaragaman keinginan pelanggan.
5. Di Jakarta terdapat banyak toko bunga.
6. Belum memaksimalkan media sosial dengan baik.
7. Keadaan toko yang sepi dari pelanggan.
8. Promosi dan harga yang sesuai dengan standart yang di terapkan pun sering kali kurang di mata pelanggan.
9. Komplain terjadi saat pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang di berikan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka penulis membatasi masalah penelitian pada:

1. Promosi penjualan produk terhadap kepuasan pelanggan
2. Harga jual produk terhadap kepuasan pelanggan
3. Kepuasan pelanggan setelah membeli produk

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah penelitian yang telah penulis kemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur?
3. Apakah dari variabel promosi dan harga yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Toko Bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur.

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel yang dominan diantara promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist Kalibata, Jakarta Timur.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan secara umum dan kegunaan secara khusus. Kegunaan secara khusus dibagi menjadi dua yaitu kegunaan bagi peneliti dan kegunaan bagi instansi:

1. Kegunaan Secara Umum :

- a. Untuk menguji dan menganalisis korelasi promosi terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist.
- b. Untuk menguji dan menganalisis korelasi harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha toko bunga Agung Florist.

2. Kegunaan Secara Khusus :

a. Bagi Peneliti :

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- 3) Bagi penulis dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang pengelolaan pemasaran.

b. Bagi Instansi :

- 1) Bagi warga di Jakarta maupun luar kota dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya bagi para warga dalam memperhatikan promosi dan harga.
- 2) Bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian Ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.