

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dalam bidang distribusi beras sering disebut bisnis perdagangan beras. Dalam saluran distribusi ini, banyak pihak yang terlibat, karena beras merupakan makanan pokok sebagian besar rakyat Indonesia yang permintaannya sangat tinggi.

Pola distribusi beras memiliki tahapan sebagai berikut, yaitu petani memanen padi, lalu menjual gabah ke pengusaha penggilingan, setelah diolah menjadi beras lalu dijual ke pedagang pengepul (pedagang besar/supplier) yang selanjutnya dijual ke pedagang pengecer, kemudian dibeli konsumen.

Loyalitas pelanggan yaitu para pengecer beras menjadi tujuan utama pemasaran para pemasok/distributor/pedagang besar beras. Karena loyalitas pelanggan bisa memberikan informasi serta memprediksi penjualannya

Ketatnya persaingan, membuat para pemasok berkompetisi bagaimana caranya menarik pengecer agar menjadi pelanggan tetap. Oleh karena itu menjaga loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Sesungguhnya loyalitas pelanggan ditentukan banyak faktor antara lain kepuasan pelanggan akan produk yang dibeli, harga produk, kualitas pelayanan dan sebagainya. Karenanya masalah loyalitas pelanggan /pengecer menjadi perhatian utama pemasok. Mereka berusaha agar para

pengecer mendapat kepuasan dari apa yang mereka berikan, seperti harga produk yang bersaing dan pelayanan yang baik.

Variabel Kepuasan merupakan ekspresi diri seseorang senang atau kecewa yang muncul atas membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan dengan ekspektasi yang didapatkan (Kotler dan Keller, 2009). Jika pelanggan merasa puas, maka dia tidak akan berpindah pada penjual/produsen lain, bahkan akan merekomendasikan atas pengalaman pembelian mereka kepada orang lain. Demikian pula dengan pedagang eceran beras, jika mereka merasa puas dengan harga yang diharapkan, serta pelayanan dari pemasok, maka pedagang eceran akan mendapatkan kepuasan dan kemungkinan akan tetap bertahan atau loyal terhadap pemasoknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa apabila kepuasan dalam suatu kegiatan pemasaran dapat tercapai, maka kegiatan pemasaran tersebut bisa dikatakan berhasil.

Faktor terpenting yang berpengaruh dalam Kepuasan pelanggan / Pengecer adalah faktor harga. Pedagang eceran beras telah melakukan strategi penetapan harga akan tetapi mereka akan selalu dihadapkan dengan situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian value kepada pelanggan dan mempengaruhi image produk, serta keputusan pelanggan untuk membeli. Faktor terpenting yang berpengaruh dalam Kepuasan pelanggan / Pengecer adalah faktor harga. Pedagang eceran beras selalu melakukan strategi penetapan harga akan tetapi mereka akan

selalu dihadapkan dengan situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaingnya. Menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian value kepada pelanggan dan mempengaruhi image produk, serta keputusan pelanggan untuk membeli. Hal ini dilakukan agar perusahaan mampu tetap bersaing dengan kompetitornya.

Pembentukan harga beras dipengaruhi oleh para pelaku bisnis di pasar beras, yaitu kekuatan tawar menawar antara pembeli dan penjual juga faktor distribusi bisa menjadi penyebab pada pergerakan harga, karena dalam proses distribusi juga memerlukan biaya berdasarkan jarak tempuh dari tempat produksi untuk sampai ke tangan pelanggan serta kendala-kendala lain dalam proses distribusi. Pembentukan harga gabah, ditentukan kekuatan tawar menawar di tingkat petani dan pengusaha penggilingan terkait dengan jenis dan kualitas gabah. Semakin baik jenis dan tingkat kekeringannya, maka semakin bagus kualitasnya, dan semakin tinggi harganya. Sedangkan penentuan harga beras di tingkat pengepul dan pengecer selain ditentukan pembeli juga ditentukan oleh harga eceran tertinggi (HET) yang ditetapkan oleh pemerintah, yaitu harga beras eceran tertinggi berdasarkan jenis beras dan wilayahnya. Hal ini sebagai upaya pemerintah untuk menjaga kestabilan harga beras.

Dengan demikian, dalam distribusi /pasokan beras, pelayanan menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku usaha, terutama para pedagang besar beras /supplier. Pelayanan ini menyangkut penyampaian pesanan beras yang tepat waktu kepada

pengecer, bebas ongkos pengiriman, biaya angkut serta kemudahan-kemudahan atau kelonggaran dalam hal pembayaran dan sebagainya.

Berikut ini ditunjukkan Hasil Pra Survey yang menunjukkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi pedagang pengecer beras di sebagian wilayah Kabupaten Demak, sebagaimana Tabel 1.1 di bawah.

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Permasalahan Pedagang Eceran

No	Aspek	Temuan Permasalahan
1	Terkait dengan aspek Persepsi harga	Adanya harga yang berbeda antar pemasok sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat.
		Adanya harga yang yang tidak sesuai dengan kualitas produk
		Adanya harga sama meskipun pembelian dalam jumlah banyak
2	Terkait dengan aspek pelayanan	Pelayanan antar pesanan/order pada pemasok yang sering terlambat
		Tidak adanya layanan antar barang sampai di tempat .
		Tidak bisa memberikan pelayanan untuk pemesanan jenis produk yang bervariasi
3	Terkait dengan aspek Kepuasan	Tidak puas terkait harga yang naik tanpa pemberitahuan
		Tidak puas atas pelayanan yang lambat/menunggu lama
		Tidak puas karena kualitas yang sama tapi harga berbeda
4	Terkait dengan aspek loyalitas	Keinginan mencari pemasok yang lain, bila harga lebih mahal
		Keinginan untuk mencari pemasok lain, bila tidak bisa memberikan layanan pesanan sampai ke tempat usaha
		Keinginan untuk pindah pemasok yang bisa memberikan diskon atau kelonggaran pembayaran

Penelitian tentang distribusi beras banyak dilakukan, antara lain oleh (Ardhiningsih, 2018), yang berjudul Analisis Pembentukan Harga beras pada Saluran

Distribusi beras di Kabupaten Cilacap, yang fokus pada struktur pasar beras dan pola pembentukan harga beras pada saluran distribusinya. Penelitian yang dilakukan peneliti lain terkait produk non beras dengan variabel-variabel pemasaran (harga dan pelayanan) yaitu loyalitas dan kepuasan pelanggan. Antara lain penelitian yang dilakukan oleh Eny Setyowati dan Wiyadi (2016), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa pengiriman JNE di kota Solo. Penelitian lain oleh Fredi Pradana (2018) dengan variabel-variabel manajemen hubungan pelanggan, kualitas pelayanan dan kualitas pengalaman pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah FAC securitas di Yogyakarta. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa manajemen hubungan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah serta kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan (Bhagaskoro, 2017) terkait variabel harga, pelayanan dan loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Terrace Cafe.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pelaku distribusi beras tingkat hilir yakni pedagang pengecer beras, yang berfokus pada loyalitasnya pada pengepul/ pedagang beras menengah/besar. Loyalitas pedagang pengecer beras menjadi penting karena situasi persaingan yang semakin ketat.

Dari latar belakang penelitaian dan *research gap*, penulis tertarik untuk meneliti terkait pemasaran beras, khususnya distribusi beras dengan judul : “PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN”. Studi pada Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan (pedagang eceran beras) berbasis kepuasan, harga dan pelayanan yang diberikan para pedagang besar/menengah beras? Adapun pertanyaan penelitiannya adalah :

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak ?
2. Bagaimana pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pedagang Eceran di Kabupaten Demak ?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak?
4. Bagaimana pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak.
2. Untuk menganalisis pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak
3. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pedagang Eceran Beras di Kabupaten Demak
4. Untuk menganalisis pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas pedagang Eceran beras di Kabupaten Demak
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas pedagang eceran beras di Kabupaten Demak.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1) Manfaat Ilmiah

Secara ilmiah penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan saluran distribusi khususnya distribusi beras yang terkait dengan harga, pelayanan dan kepuasan para pengecer.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Peneliti dapat menerapkan ilmu Ekonomi khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b) Bagi peneliti lain

Peneliti lain yang akan meneliti masalah sejenis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang sama dan dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

3) Bagi akademisi dan pihak-pihak lain yang tertarik melakukan penelitian sejenis, sebagai bahan referensi

