

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pedagang eceran dapat disebut juga dengan perdagangan ritel dan bisnis ritel, merupakan kegiatan usaha memasarkan serta menjual barang dan jasa secara eceran kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga (Utami, 2017). Ritel bersifat tidak untuk dijual kembali, oleh karena itu perusahaan ritel memiliki peran yang sangat penting dalam proses pendistribusian barang dari retailer ke konsumen.

Perkembangan bisnis saat ini, membuat persaingan bisnis ritel menjadi semakin ketat. Bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan *modern*. Adanya ritel *modern*, konsumen mengharapkan pelayanan serta fasilitas yang baik dari ritel-ritel tersebut, sehingga konsumen menjadi nyaman dan loyal.

Perkembangan bisnis ritel saat ini mengalami kenaikan, dilihat dari banyaknya perusahaan ritel yang mulai bermunculan. Indonesia merupakan negara yang memiliki peluang dan potensi besar dalam pertumbuhan bisnis ritel karena menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat didunia

Karya ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



dengan jumlah penduduk 278 jiwa. Ditambah Indonesia memiliki budaya konsumen yang relatif konsumtif membuat Indonesia juga banyak dilirik oleh para pebisnis asing, termasuk di bidang bisnis ritel. Tentu saja para pebisnis asing yang masuk ke Indonesia ini memiliki modal dan konsep bisnis yang relatif lebih besar ketimbang para pebisnis lokal yang bergerak di bidang yang sama. Para peritel asing umumnya membuka toko ritel *modern*, sedangkan para peritel lokal umumnya masih menggunakan toko ritel tradisional. Perusahaan ritel asing yang telah masuk ke Indonesia ini misalnya Carrefour (Prancis) dan Lotte Mart (Korea). Pemerintah memberlakukan beberapa peraturan guna mengontrol persaingan usaha antara toko ritel *modern* dan tradisional. Kebijakan pemerintah ini dilakukan melalui Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko *Modern*. Di dalam peraturan perundang-undangan ini, pemerintah menetapkan zona atau luas wilayah usaha pasar tradisional (kios, toko, los) dan toko *modern*.

Adanya bisnis ritel di Indonesia telah memberikan dampak positif terhadap ratusan pemasok atau distributor lokal yang dapat memasarkan produknya serta membuka lapangan kerja yang luas. Bisnis ritel memegang peranan penting karena tanpa adanya bisnis ritel, maka produk-produk yang dihasilkan oleh produsen tidak akan sampai ke tangan konsumen. Pertumbuhan ekonomi secara global juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Perkembangan teknologi dan ilmu manajemen yang makin maju belakangan ini menyebabkan jenis, mutu, dan harga yang dijual semakin



bervariasi. Sehingga, konsumen seringkali sulit membedakan barang yang bermutu menengah dan barang yang bermutu tinggi hanya dari tampilan fisiknya saja, apalagi produk tersebut dikemas dalam suatu kemasan yang menarik. Oleh karena itu, saat ini banyak konsumen yang lebih memilih produk yang sudah dikenalnya, karena adanya jaminan kualitas produk. Peritel atau retailer adalah tahap terakhir dalam proses distribusi, mereka menjual barang/jasa langsung kepada konsumen. Salah satu keuntungan menjadi peritel yaitu mempunyai jangkauan pasar yang luas, bukan hanya membuka toko di kota besar, tapi juga meluas sampai pinggiran kota.

Salah satu ritel *modern* lokal Indonesia adalah Papaya Fresh Surabaya. Papaya Fresh Surabaya merupakan *supermarket* yang menawarkan dan menjual berbagai kebutuhan konsumen sehari-hari terutama konsumen ekspatriat Jepang dengan kualitas terbaik dan higienis dengan harga terjangkau, Seperti pada umumnya, Papaya Fresh Surabaya menjual bahan mentah seperti sayuran, buah, dan daging. Keunggulan utama dari *supermarket* ini adalah semua bahan makanan yang ditawarkan serba segar. Papaya Fresh Surabaya ini memiliki diferensiasi dalam mengemas *supermarket* dengan nuansa Jepang, mulai dari barang yang ditawarkan, pelayanan menggunakan salam bahasa Jepang, dan label harga pada barang pun terdapat 2 bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Jepang.

Mempertahankan posisi Papaya Fresh Surabaya tidaklah mudah, apalagi sekarang ini banyak peritel tidak ingin hanya menjadi tempat menjual barang dari produsen lain. Sejalan dengan pertumbuhan bisnis ritel,



semakin tinggi pula persaingan antar pelaku bisnis ritel. Melihat fenomena itu banyak pelaku ritel mencoba menciptakan produk dengan merek mereka sendiri. Hal ini dilakukan agar dapat bersaing menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Banyaknya gerai ritel yang menyediakan produk dengan merek mereka sendiri, semakin banyak pula alternatif yang dapat dipilih oleh konsumen.

Produk-produk yang diciptakan oleh peritel sendiri disebut sebagai *private brand*. Produk *private brand* hanya dijual atau didistribusikan pada gerai-gerai mereka sendiri, *private brand* diperkirakan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Private brand* memberikan keuntungan berupa harga yang lebih murah karena Perusahaan dapat lebih mudah memberikan potongan harga terhadap mereknya sendiri.

Potongan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian. Penyebab permintaan produk melonjak drastis adalah minat tinggi dari konsumen terhadap diskon (Supriyanto, dkk, 2021). Menurut Nazelina, dkk (2020), potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut.

Kualitas produk merupakan pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen, dengan kualitas produk yang terjamin tentu akan mempengaruhi sikap konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Semakin tinggi kualitas produk suatu produk, maka dapat berpengaruh terhadap kepuasan.



Menurut Haqiqi, (2017) menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Semakin konsumen merasa puas dengan harapan mereka terhadap kinerja sebuah produk, maka hal tersebut juga berpengaruh terhadap tingkat loyalitas mereka.

Loyalitas pelanggan memegang peranan sangat penting dalam bisnis ritel. Loyalitas pelanggan sering kali diukur melalui keberlanjutan perilaku pembelian. Menurut Rabiqi (2019) menekankan bahwa seorang konsumen dapat dianggap setia serta loyal jika mereka secara teratur melakukan pembelian serta ketika adanya kewajiban atau kebutuhan bagi mereka untuk membeli produk atau layanan tersebut minimal dua kali dalam suatu periode waktu tertentu. Dalam konteks ini, konsumen loyal akan cenderung memilih untuk membeli dari merek atau perusahaan yang sama berulang kali, memberikan kontribusi yang stabil terhadap pendapatan perusahaan, serta merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan penguraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkat judul “Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Private Brand* Papaya Fresh Surabaya”.



1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Potongan Harga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya ?
2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya ?
3. Apakah Kepuasan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui Pengaruh Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya.
2. Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya.
3. Mengetahui Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak. Manfaat ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini:



a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan potongan harga, kualitas produk, dan kepuasan.

b. Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas yang berhubungan dengan potongan harga, kualitas produk, dan kepuasan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

