

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era persaingan bisnis global saat ini, fokus pada konsumen adalah pilihan yang strategis bagi dunia industri ataupun dunia usaha agar mampu bertahan di perekonomian industri yang memperlihatkan kecenderungan perubahan demi perubahan, salah satunya adalah semakin ketatnya persaingan usaha. Dalam persaingan di dunia industri yang semakin berkembang pesat sekarang ini, badan usaha dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya (Primadhita & Budiningsih, 2020). Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing menguasai pasar.

Kemajuan berbagai jenis usaha memberikan kemudahan bagi konsumen, salah satunya adalah usaha laundry, Laundry merupakan usaha yang melayani dibidang jasa pencucian dan/atau merapikan pakaian sehari-hari. Laundry sekarang sangat menjamur di berbagai tempat (Anggota, 2019). Menjamurnya usaha laundry ini karena mengingat hampir setiap keluarga yang tinggal di kota yang anggotanya sibuk bekerja di luar rumah sehingga tidak ada waktu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga seperti mencuci dan merapikan pakaian. Oleh karena itu mereka lebih memilih menggunakan jasa laundry karena lebih praktis dan efisien.

Keberadaan usaha laundry menjadi salah satu usaha yang memudahkan kegiatan konsumen, hal ini membuat banyak nya pelaku usaha yang membuka usaha sejenis, salah satunya adalah di wilayah Kota pinang. Usaha laundry memiliki tingkat persaingan yang tinggi, sehingga para pelaku usaha harus memiliki strategi

khusus untuk menghadapi tingginya tingkat persaingan dan mampu menarik banyak minat konsumen untuk menggunakan jasa laundry (Mulyadi et al., 2019).

Upaya peningkatan usaha laundry dapat dilakukan dengan cara memperhatikan bagaimana tingkat kepuasan konsumen, kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan terutama pada usaha laundry, kepuasan konsumen menjadi aspek penting untuk diperhatikan. Semakin baik kepuasan konsumen maka semakin baik pula konsumen di dalam memberikan penilaian terhadap suatu produk atau jasa yang didapatkannya, kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan (Sulastri, 2019).

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut (Mariansyah & Syarif, 2020). Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan pelaku usaha sebagai bentuk pengembangan usaha, tidak terkecuali pada laundry pengumbahan Kota pinang.

Fenomena yang peneliti lihat pada laundry pangumbahan untuk kepuasan konsumen yaitu tingkat kepuasan konsumen pada laundry pangumbahan belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan keluhan mengenai pelayanan yang diberikan. Terdapat konsumen yang mengatakan bahwa waktu penyelesaian yang digunakan pada laundry

pangumbahan Kota pinang tidak selesai dengan tepat waktu bila di bandingkan dengan laundry lain. Hal ini tentu saja menjadi permasalahan mengenai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang menjadi penentu didalam upaya peningkatan usaha (Yanti Febrini et al., 2019)

Peneliti menilai bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu marketing mix. Marketing Mix atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari berbagai elemen pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka kepada pasar (Y. A. Putri & Aplikasi, 2019). Marketing mix yang tepat dapat meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk yang di pasarkan, peneliti menilai bahwa marketing mix yang di lakukan oleh pihak laundry pangumbahan Kota pinang belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang belum mengetahui tentang biaya yang disediakan oleh laundry pengumbahan.

Marketing mix yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada laundry pangumbahan Kota pinang ialah bagaimana produk yang dipasarkan, bagaimana harga, bagaimana tempat dan bagaimana promosi yang dilakukan. Peneliti menilai bahwa di dalam melaksanakan marketing mix masih terdapat permasalahan yang dialami konsumen, peneliti menilai bahwa didalam melakukan marketing mix konsumen kurang memahami jenis produk yang di tawarkan pada laundry pangumbahan kota pinang, masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa harga yang ditawarkan lebih mahal bila dibandingkan dengan tempat lain, tidak seluruh konsumen mengetahui Lokasi laundry dan pihak laundry

pangubahan tidak melakukan promosi secara maksimal. Marketing mix merupakan strategi promosi dengan menggunakan berbagai macam media promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk (Fradesa, 2020)

Dari permasalahan diatas terlihat bahwa masih terdapat permasalahan marketing mix yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen pihak laundry pengubahan kota pinang harus memperhatikan bagaimana marketing mix yang di lakukan sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat dan secara otomatis dapat meningkatkan jumlah konsumen pada laundry pengubahan kota pinang.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAUNDRY PENGUMBAHAN KOTA PINANG”.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Analisis Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry Pengubahan Kota Pinang

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Secara parsial bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang?
2. Secara parsial bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang?
3. Secara parsial bagaimana pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang?
4. Secara parsial bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada laundry pengumbahan Kota pinang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian di harapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti di dalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variable penelitian.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi memberikan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sesuai variabel penelitian.

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini di harapkan menjadi masukan dan bahan acuan di dalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.