

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Perkembangan pada bisnis retail saat ini mengalami kemajuan dengan pesat, seiring dengan adanya kemajuan pada teknologi yang dapat berdampak pada persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Maka, dengan banyaknya pesaing yang telah ada, perusahaan membutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menghadapi persaingan baik dengan pendatang baru maupun perusahaan yang bergerak pada industri yang sama, dengan menjual dan menyediakan berbagai pilihan produk serta menggunakan pelayanan yang sama kepada pelanggan. Maka dalam hal ini membuat para pelaku usaha harus dapat dan siap dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, agar pelaku usaha dapat mempertahankan perusahaan dan pelanggan yang telah ada serta dapat memperoleh pelanggan baru yang sesuai dengan harapan perusahaan. Karena, dengan adanya berbagai pilihan jenis produk yang menarik, diiringi dengan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada pelanggan, maka secara tidak langsung dapat menarik perhatian dan minat beli pelanggan yang telah ada dan pelanggan baru, sehingga dapat menciptakan suatu kepuasan dibenak pelanggan.

Perkembangan yang saat ini ada pada bisnis retail, salah satunya dapat dilihat dari perkembangan yang ada dalam pasar swalayan, dimana perkembangan pasar swalayan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dilihat dari munculnya berbagai pasar swalayan yang menyediakan dan memberikan berbagai jenis pilihan produk, dengan berbagai penawaran harga dan promosi yang menarik, serta memberikan fasilitas dan pelayanan yang semakin berkualitas. Sehingga, dengan adanya perkembangan pada pasar swalayan akan terus dikembangkan oleh pelaku usaha menjadi *superstore*. Dimana pasar swalayan dapat menyediakan berbagai jenis kebutuhan pelanggan dengan cara menyediakan berbagai jenis pilihan produk yang dibutuhkan dengan lengkap yang diiringi

dengan berbagai fasilitas tambahan dan pelayanan yang semakin baik dan berkualitas. Maka, akan membuat pasar swalayan tetap di minati oleh pelanggan, dikarenakan pasar swalayan dapat menyediakan berbagai kebutuhan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Agar pasar swalayan dapat bersaing dengan para kompetitor, maka pelaku usaha yang bergerak dalam bisnis retail seperti pasar swalayan harus dapat melakukan berbagai upaya dengan efektif dan efisien dalam kegiatan melakukan penjualan produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan dengan lebih menarik, sehingga *supermarket* dapat terus diminati dan menarik perhatian pelanggan untuk berkunjung setiap harinya.

Pada dasarnya keberhasilan suatu usaha pada bidang bisnis retail adanya suatu pengadaan barang yang baik secara kuantitas maupun kualitas, *display* produk yang menarik serta dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh produk yang dibutuhkan saat pelanggan berada di toko, memberikan suasana berbelanja yang menyenangkan dan rasa nyaman bagi pelanggan, serta memberikan harga yang terjangkau tetapi dengan produk yang berkualitas. Hal ini dilakukan oleh pelaku usaha agar dapat menarik minat beli pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke pasar swalayan setiap hari nya. Sehingga, pelaku usaha yang bergerak dalam *supermarket* perlu melakukan berbagai upaya yang terbaik guna menarik perhatian serta minat beli pelanggan agar tidak beralih ke produk yang ditawarkan oleh pesaing. Karena saat ini pelanggan semakin lebih cerdas dan bijak dalam melihat kemampuan perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang retail seperti *supermarket* untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, dengan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan, kemudahan dalam saluran distribusi, fasilitas tambahan (penunjang) yang diberikan oleh perusahaan, pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan harapan pelanggan, serta berbagai promosi yang jauh lebih menarik.

PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang retail dengan sebuah jaringan dalam bentuk toko swalayan yang terdapat banyak cabang di Indonesia. Selain Ramayana *Departement Store* dengan menjual berbagai kebutuhan produk baik pakaian maupun sepatu,

Ramayana juga terdapat *supermarket* yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari – hari bagi pelanggan baru dan pelanggan setia Ramayana. Ruang lingkup dari Ramayana yaitu dengan menjual berbagai macam produk dengan menggunakan nama Ramayana *Supermaket (Departement Store)*. Ramayana memiliki kinerja yang baik dengan menggunakan merek minimarket pesaing lainnya. PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk didirikan pada 14 Desember 1983 oleh Mr. Paulus Tumewu dan sang istri Tan Lee Chuan. Sedangkan pada Desember tahun 2000, terpilih sebagai perusahaan yang memiliki manajemen terbaik di kawasan Asia Pasifik dalam majalah Asia Money. Jika dilihat dari pertumbuhan gerai yang terdiri dari 116 gerai antara lain 106 gerai Ramayana, 7 gerai Robinson, dan 3 gerai Cahaya.

Jika melihat dari segi persaingan pada dunia bisnis diiringi kemajuan teknologi, Ramayana sedang berusaha untuk dapat menciptakan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam berbelanja, dikarenakan berbagai jenis pilihan produk yang tersedia di Ramayana PTC Pulogadung belum sepenuhnya lengkap dan belum dapat menyediakan berbagai kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Maka, Ramayana PTC Pulogadung sedang berusaha untuk menyediakan berbagai jenis pilihan produk yang belum tersedia di toko yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, mengingat kebutuhan pelanggan semakin hari semakin meningkat dan pelanggan semakin cerdas dan bijak dalam melihat kemampuan perusahaan, maka Ramayana sedang berusaha untuk melengkapinya dengan terus mencari informasi tentang segala yang dibutuhkan oleh pelanggan. Sedangkan, untuk peringkat penjualan produk yang tersedia di Ramayana PTC Pulogadung, yaitu produk – produk *fashion*. Karena, produk *fashion* ini lebih dominan di cari sebagai penunjang penampilan (*style*) dan lebih banyak promosinya setiap minggunya baik promosi dari Ramayana sendiri maupun dari pihak yang memegang *brand* tersebut dengan menggunakan merek (*brand image*) yang tersedia di Ramayana. Kemudian, berbagai jenis pilihan produk yang ada di *supermarket* yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan perlengkapan lainnya yang dibutuhkan sehari – hari oleh pelanggan.

Harga yang ditawarkan kepada pelanggan dapat dikatakan sesuai dengan kemampuan pelanggan dan mampu terjangkau oleh pelanggan, karena perusahaan harus dapat bersaing dengan para pesaing bukan hanya dari segi kelengkapan produk tetapi juga bersaing dari segi harga. Jika harga yang di tawarkan dapat terjangkau oleh pelanggan dan calon pelanggan baru dengan kualitas produk yang berkualitas, maka produk tersebut dapat menarik perhatian pelanggan dan pelanggan secara tidak langsung akan berminat untuk mencari informasi tentang produk tersebut kemudian melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. Lokasi dimana berdirinya Ramayana PTC Pulogadung yaitu terletak pada lokasi yang strategis, karena mudah dijangkau oleh transportasi umum dengan biaya yang terjangkau tergantung dari jenis transportasi yang digunakan oleh pelanggan untuk menuju Ramayana PTC Pulogadung. Maka dengan memberikan kemudahan dari segi akses transportasi umum, akan dapat menarik perhatian pelanggan yang melewati Ramayana. Ramayana juga melakukan penjualan produk dengan berbagai penawaran yang menarik, seperti potongan harga (*discount*) yang bervariasi, pembelian produk beli satu gratis satu (*buy one get one*).

Tetapi perlu disadari, bahwa untuk tercapainya kepuasan pelanggan pada Ramayana PTC Pulogadung, bukan hanya dilihat dari segi kelengkapan produk, harga yang di tawarkan, tetapi juga pelayanan yang lebih berkualitas serta memberikan fasilitas penunjang yang akan diberikan kepada pelanggan tentu harus maksimal. Jika hal – hal tersebut belum dapat dipenuhi, maka akan sulit untuk mencapai kepuasan pelanggan, hal ini akan berdampak pada permintaan/ penawaran produk dari pelanggan, dimana pelanggan akan membatasi dalam melakukan pembelian produk, dan juga akan berdampak pada penawaran supplier kepada Ramayana karena kurangnya penjualan produk yang diberikan supplier kepada Ramayana sehingga *supplier* akan membatasi permintaan dari Ramayana PTC Pulogadung. Tetapi jika sebaliknya, maka *Supplier* tidak akan membatasi permintaan dari Ramayana.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang ada saat ini, tentu perlu menjadi perhatian yang sangat penting bagi Ramayana PTC Pulogadung, dikarenakan

menjamurnya bisnis online yang saat ini mulai berkembang pesat, sehingga berdampak pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produk tersebut. Maka, dalam hal ini melakukan komunikasi dengan pelanggan sangat diperlukan dengan efektif seperti promosi yang jauh lebih menarik. Pada kenyataan, Ramayana setiap hari / minggu terlalu sering memberikan obral potongan harga (*Discount*), sehingga dalam benak pelanggan akan terbiasa dengan diskon tersebut, dan membuat pelanggan akan melakukan keputusan pembelian produk dalam waktu yang relatif lama pada produk tersebut. Mengingat menjamurnya bisnis online saat ini membuat banyak pelanggan sasaran lebih mudah memperoleh berbagai produk yang di inginkan, dalam waktu singkat, dimana saja, kapan saja, dengan biaya yang relatif lebih terjangkau dengan berbagai jenis promosi yang jauh lebih menarik. Maka Ramayana harus terus melakukan inovasi, baik dari segi produk dimana produk yang belum tersedia dan dibutuhkan pelanggan mulai disediakan ditoko, meningkatkan pelayanan yang lebih berkualitas, dan memberikan fasilitas tambahan yang dapat menarik perhatian pelanggan. Sehingga, kepuasan pelanggan akan dapat tercapai dengan maksimal oleh Ramayana, dan akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada keuntungan yang akan di peroleh Ramayana.

E-commerce adalah suatu perdagangan elektronik dari sebuah pemasaran baik barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik melalui jaringan internet. E-commerce mempunyai suatu konten yang melibatkan suatu data, sistem, dan manajemen untuk menjalankan e-commerce secara otomatis, dan pada industri perdagangan elektronik ini, juga melibatkan suatu transaksi. (Sumber: Liputan 6.com). Karena, peranan e-commerce saat ini sangat berpengaruh dalam melakukan penjualan produk pada bisnis retail, yang dapat memberikan kemudahan baik bagi pelanggan maupun perusahaan, dalam hal ini Ramayana dapat melakukan penjualan serta dapat memperoleh pelanggan yang lebih besar, karena Ramayana dapat memperkenalkan berbagai jenis pilihan produk Ramayana tersebut lebih mudah dan lebih kreatif kepada pelanggan, dan pelanggan dapat memperoleh informasi tentang produk apa saja yang disediakan Ramayana serta dapat melakukan keputusan pembelian kapan saja dan dimana saja.

Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan sudah dapat terpenuhi oleh Ramayana, maka Ramayana PTC Pulogadung dapat menciptakan peluang yang lebih besar untuk menarik perhatian pelanggan baru, karena pelanggan setia akan bersedia merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalamannya menggunakan produk Ramayana. Jadi, Ramayana tidak hanya akan memperoleh keuntungan dari penjualan yang ada di toko *offline* saja, tetapi juga akan memperoleh keuntungan dengan menggunakan kerjasama dengan e-commerce tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dalam melakukan suatu bisnis apapun, salah satunya yaitu bisnis yang bergerak pada bidang bisnis retail. Mengingat, adanya pengurangan karyawan yang dilakukan oleh Ramayana PTC Pulogadung yang mengharuskan karyawan memegang tanggung jawab lebih dengan memiliki *counter* lebih dari satu, maka tidak menutupkan kemungkinan akan membuat pelanggan yang berkunjung ke Ramayana PTC akan kesulitan dalam menanyakan perihal produk yang di butuhkan jika pelanggan mengalami kesulitan. Sebab, tidak semua karyawan yang ada di toko dapat mengetahui dengan pasti tentang produk tersebut. Untuk itu, Ramayana PTC perlu mengantisipasi agar pelanggan tidak merasa kecewa atau tidak puas dengan menempatkan label harga yang sesuai dengan produk yang ada di *display*, dan jangan membiarkan *counter* kosong agar pelanggan mudah dalam menanyakan perihal produk yang dibutuhkan guna dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan khususnya pelanggan setia Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur agar pelanggan yang telah ada, tidak beralih ke perusahaan lain. Serta dapat bersaing dengan perusahaan lain atau kompetitor baik *online* maupun yang sejenis.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43), Kepuasan Pelanggan adalah penilaian secara emosional dari pelanggan setelah pelanggan tersebut menggunakan produk tersebut dan kebutuhan nya dapat terpenuhi sesuai harapan. Sedangkan, Menurut Siti Rapidah Omar Ali *et. al* (2017), mengatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan menyadari dalam menggunakan produk dan melihat layanan yang diberikan secara efektif telah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut”. Kemudian, Menurut Rambo Manarisip (2013), mengatakan bahwa “semakin tinggi kualitas dari segi produk dan pelayanan yang di berikan kepada pelanggan, maka kepuasan yang

akan di rasakan oleh pelanggan juga akan semakin tinggi”. Sehingga peranan dari pemasaran pada era globalisasi saat ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam mensukseskan kegiatan pemasaran bagi suatu perusahaan yang bergerak dalam industri bisnis retail untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompetitif dengan para pesaing yang sudah ada maupun pesaing pendatang baru dengan menggunakan suatu konsep strategi pemasaran yang tepat secara efektif dan efisien bagi perusahaan dengan memanfaatkan semaksimal mungkin teknologi yang berkembang saat ini dalam mencapai tujuan perusahaan dengan memperkenalkan berbagai jenis pilihan produk yang ada di perusahaan kepada pelanggan dengan lebih menarik. Tentunya agar dapat menarik perhatian dan minat pelanggan, perusahaan harus dapat memahami dengan mencari berbagai informasi yang berhubungan dengan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya yang semakin meningkat, hal ini dapat membantu perusahaan dalam memenuhi dan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Menurut Elena Viktorovna Noskova dan Irina Matveevna Romanova (2015), mengatakan bahwa “prioritas pemasaran adalah adanya pelanggan yang setia dengan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Menciptakan kemitraan yang berkelanjutan dengan pelanggan setia dapat membawa keuntungan bagi perusahaan”. Dengan menggunakan konsep pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan secara efektif dan efisien. Karena keberhasilan suatu bisnis bukan hanya ditentukan dari strategi pemasaran yang sudah ditetapkan dan tepat bagi perusahaan tetapi juga harus dapat memenuhi kepuasan pelanggan baik dari segi kelengkapan produk yang disediakan perusahaan dan bagaimana perusahaan menawarkan produk tersebut serta pelayanan dan fasilitas seperti apa yang akan diberikan kepada pelanggan. Jadi, untuk menghadapi persaingan tersebut tentu perusahaan sangat membutuhkan suatu strategi yang akan digunakan oleh perusahaan dalam melakukan penjualan dan pembelian produk yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja atau disebut dengan *Bisnis Online*. Bisnis Online merupakan sebuah usaha komersil dalam suatu bidang penjualan berbagai jenis produk dan jasa dengan memanfaatkan jaringan internet atau wadah internet. (Sumber: Kamus Besar Bahasa Indonesia). Salah satu bisnis online yang saat ini

berkembang dan menjamur adalah toko online, yaitu dengan mempromosikan berbagai produk dan melakukan penjualan dengan internet agar dapat menjangkau pelanggan sasaran lebih luas, untuk memperoleh pembeli yang lebih luas dan memperoleh keuntungan. Toko *online* baru mulai dikenal banyak oleh masyarakat pada tahun 2006, tetapi pada akhir tahun 2008, toko online yang ada di Indonesia mulai meningkat dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya penggunaan internet yang ada di Indonesia. Dengan semakin banyaknya e-commerce yang ada dan berkembang membuat perubahan pola belanja pada masyarakat yang awalnya konvensional sekarang saat berbelanja hanya dengan mengunjungi web/ blog untuk memilih produk yang dibutuhkan. Berikut beberapa informasi tentang toko online yang hadir di Indonesia (sumber: id. Wikipedia. Org), antara lain: **OLX** merupakan suatu situs web ini sebelumnya adalah toko bagus.com yang sekarang lebih dikenal OLX. Situs web ini hadir di Indonesia pada tahun 2005, dengan nama toko bagus.com di Bali oleh seseorang yang bernama Arnold Sebastian Egg dan Remco Lupcer. OLX merupakan pusat jual beli online terbesar di Indonesia dengan dikunjungi lebih dari 1.000.000 pengunjung setiap harinya. Kemudian, **Lazada** hadir di Indonesia pada tahun 2012. Serta merupakan bagian dari Lazada group, yang beroperasi di Asia Tenggara, Hingga tahun 2014, lazada group telah beroperasi diantara lain: Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Vietnam. Selanjutnya, **Tokopedia** diperkenalkan di Indonesia pada 17 Agustus 2009, oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009, tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan berbasis internet di Indonesia dengan pertumbuhan yang semakin pesat. Dan, **Shopee** merupakan perdagangan elektronik yang berkantor pusat di negara Singapura, SEA Group, shopee didirikan pada tahun 2009 oleh seseorang yang bernama Forrest Li. Shopee resmi diperkenalkan pada tahun 2015, dengan memperluas jangkauannya ke negara lainnya. Perkembangan bisnis online saat ini merupakan suatu ancaman yang harus dihadapi dan harus dapat diatasi oleh perusahaan, karena adanya bisnis online akan berdampak pada perolehan keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan dan berdampak pada pelanggan yang secara perlahan akan mulai beralih dengan menggunakan bisnis online tersebut.

Menurut Bernard F. Kubiak, PhD dan Paweł Weichbroth, Msc (2010), mengatakan bahwa “faktor utama dari adanya pengembangan e-commerce (*bisnis online*) adalah adanya suatu teknologi yang dalam arti luas adalah menyangkut dalam hal menjalankan bisnis dengan harga yang kompetitif dan menggunakan akses yang lebih mudah karena menggunakan teknologi sehingga dengan adanya e-commerce dapat memberikan keberhasilan dalam merebut perhatian dan minat beli pelanggan”. Selain harus dapat bersaing dengan bisnis online yang telah berkembang di dunia maya dan era globalisasi, perusahaan yang bergerak pada dunia retail juga harus dapat bersaing dengan kompetitor yang sama dengan perusahaan tersebut. Seperti, maraknya Alfamart dan Indomaret yang saat ini juga mulai menjamur, dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan khususnya PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk dalam hal mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan informasi dari sumber wikipedia, terdapat beberapa toko yang sudah tutup sebelum bisnis online, antara lain yaitu: Ramayana Departement Store, yaitu: Pondok Jagung (tahun 1994), Ramayana Pondok Betung (tahun 1998), Ramayana Cimanggis (Bulan Februari 2006), dan Simpang Lima di Semarang (Bulan Januari 2010). Kemudian, Ramayana Supermarket yaitu: Ramayana Mohamad Toha di Tangerang (tahun 1998). Dan, Cahaya Departement Store, yaitu: Puri Indah (Bulan September 2003). Sedangkan, menurut berita yang bersumber dari CNN Indonesia, dalam hal ini setidaknya telah terdapat 8 (delapan) Gerai PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk yang tutup karena adanya kerugian yang di alami oleh PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk antara lain: Banjarmasin, Gresik, Bulukumba, Bogor, Pontianak, dan Sabang. Serta 2 gerai lagi yang ada di Surabaya. Kerugian ini dikarenakan adanya penurunan pada omzet dari perusahaan Ramayana tersebut dan berkurangnya daya beli dalam persaingan dengan competitor lain. Tetapi tutupnya beberapa gerai ini ada yang di bisnis supermarket, dan ada yang ditutup tidak sepenuhnya tetapi akan beralih fungsi menjadi *departement store*. Penutupan yang terjadi di gerai Ramayana tidak bersifat permanen, karena akan dilakukan renovasi sehingga Ramayana dalam hal ini menghentikan sementara operasional toko tersebut. Meski saat ini industri bisnis retail dalam persaingan yang semakin kompetitif serta adanya perubahan daya beli dan pola belanja masyarakat yang semakin

meningkat, tetapi pihak PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk yang telah menutup beberapa gerainya akibat merugi akan membuka gerai toko offline yang baru, yang ada di daerah Jakarta, Bekasi dan Tangerang (Sumber: Kompas.Com). Tetapi, Menurut Sumber: Detik.com, untuk mengurangi kerugian dikarenakan ada beberapa divisi supermarket yang ditutup, maka untuk kedepannya Ramayana tidak akan menghapus supermarket, hal ini dikarenakan untuk menunjang Ramayana *One Stop Shopping*, tetapi tidak dengan memberikan ruang yang lebih besar dikarenakan persaingan yang ada di supermarket lebih ketat, khususnya terdapat mini market serta adanya bisnis online.

Jadi dengan adanya bisnis online saat ini membuat perusahaan harus dapat menyusun strategi agar dapat menarik kembali minat pelanggan salah satunya dengan menggunakan e-commerce. Dengan adanya kerja sama antara PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk dengan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee dan Lazada, diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi Ramayana untuk menciptakan kepuasan dibenak pelanggan, dan dapat dengan mudah memperkenalkan lebih luas produk – produk yang ada di Ramayana dengan harga yang kompetitif dengan pesaing yang sama serta melakukan promosi yang lebih menarik, karena kemudahan akses yang di miliki oleh pelanggan dalam memilih dan memperoleh produk yang di inginkan sesuai dengan kebutuhan dan harapannya, serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, akan memberikan dampak yang positif dari segi penjualan produk Ramayana. Dengan membuat strategi yang sesuai serta efektif dan efisien maka perusahaan akan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan memperoleh pelanggan sasaran dengan jangkauan yang lebih luas, serta dalam hal ini perusahaan harus secara terus menerus melakukan inovasi baik dari segi pelayanan dan fasilitas, melakukan renovasi toko menjadi lebih nyaman dan menarik, dan melakukan promosi yang lebih menarik baik promosi secara langsung maupun menggunakan teknologi dalam menjual produk tersebut. Ramayana PTC Pulogadung, Jakarta Timur. Selain bekerja sama dengan e-commers kini juga bekerja sama dengan OVO, Dana, dan Go-Pay.

OVO merupakan suatu aplikasi pembayaran serba Bisa, Simpel, Instan, dan Nyaman. Yang dapat digunakan untuk segala transaksi finansial menjadi lebih menyenangkan. Kemudian, **DANA** merupakan suatu dompet digital yang dapat digunakan untuk membayar apapun dengan mudah semudah lewat jari sentuhan. Dikarenakan DANA merupakan metode suatu pemabayaran yang cepat, mudah, praktis dan aman. Serta dengan DANA akan memperoleh berbagai promo yang menarik. Selanjutnya, **GO – PAY** merupakan uang elektronik, atau dompet digital yang berupa saldo GO –JEK yang digunakan untuk membayar berbagai jenis layanan dari aplikasi GO –JEK. (Sumber: Website)

Rekan Usaha Offline yang dapat menggunakan GO-PAY



Rekan Usaha Online yang dapat menggunakan GO-PAY



Selain bekerja sama dengan e-commers, ada hal lain yang harus di perhatikan oleh Ramayana PTC Pulogadung adalah sikap pramuniaga saat melayani pelanggan akan menentukan bagaimana pelanggan akan melakukan keputusan pembelian dikemudian hari. Sehingga, sikap yang baik dan bersedia membantu pelanggan yang sedang mengalami kesulitan, ramah tamah, murah senyum, dan memberikan salam sapa yang hangat akan membantu pramuniaga dekat dengan pelanggan. Maka, pelanggan akan merasa terbantu oleh pramuniaga, dan saat

pramuniaga mendapatkan keluhan atau komplain dari pelanggan, tentu pramuniaga tidak dapat lepas tanggung jawab begitu saja. Pramuniaga harus dapat menghadapi pelanggan dalam situasi apapun dengan baik dan tenang, bukan dengan terpancing emosi, yang akan membuat pelanggan merasa kecewa, tetapi tetap di berikan pelayanan yang baik, dengan menanyakan pokok permasalahannya secara rinci, dan cari solusi yang terbaik untuk kedua belah pihak. Menurut Layla Fajrin (2016), Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu kunci yang harus di capai dan menjadi kunci keberhasilan dalam suatu usaha salah satunya adalah perusahaan retail. Dalam hal ini, Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur terus berusaha untuk dapat menciptakan dan memberikan kepuasan yang optimal bagi pelanggan, sehingga perusahaan dapat mencapai keberhasilan yang menjadi tujuan perusahaan. Maka, perusahaan dalam membuat suatu strategi yang diperlukan dan diterapkan oleh perusahaan agar dapat bersaing dengan para kompetitor dan dapat mempertahankan perusahaan serta pelanggan yang telah ada, salah satunya dengan strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Jadi, ketika toko memasarkan produk, maka yang diperlukan untuk membuat alat pemasaran yang dapat memberikan keberhasilan dimulai dari produk yang tepat, yang dijual dengan harga yang tepat, di tempat yang tepat dan menggunakan promosi yang paling sesuai, efektif dan efisien. Menurut Angipora (2010:24), Bauran pemasaran adalah suatu perangkat yang terdiri dari beberapa variabel pemasaran yang terkontrol dan di gabungkan oleh perusahaan untuk dapat menghasilkan tanggapan yang di inginkan dari pasar sasaran (*Target Market*). Sedangkan, menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2014:74), *Marketing mix is the set of controllable and tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it*. Arti dari definisi ini, Bauran Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang taktis dan dapat terkontrol yang di kombinasikan oleh perusahaan untuk dapat menciptakan respon yang diinginkan dari pasar yang dituju.

Dalam strategi bauran pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Promosi memiliki faktor yang penting serta dapat berpengaruh pada tingkat permintaan dan penawaran atas suatu produk yang di berikan kepada pelanggan. Yang terjadi di Ramayana PTC Pulogadung, Jakarta Timur, karena belum terdapat kelengkapan dari segi produknya, dapat berdampak pada daya beli

pelanggan Ramayana karena produk yang di butuhkan belum dapat terpenuhi sepenuhnya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Walaupun dari segi harga yang telah ditentukan oleh perusahaan, terjangkau oleh pelanggan dan sama dengan kompetitor, serta lokasi yang mudah di jangkau dengan transportasi umum, dengan promosi yang menarik seperti memberikan diskon besar-besaran kepada pelanggan, atau promosi yang lainnya. Tetapi, jika tidak di lengkapi dengan kelengkapan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, seiring dengan kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat, serta tidak diiringi dengan meningkatkan fasilitas penunjang yang diberikan, dan kualitas pelayanan yang maksimal, maka tidak menutup kemungkinan, pelanggan akan beralih ke pesaing, sehingga akan berdampak pada keuntungan yang akan di peroleh perusahaan. Oleh karena itu, PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk, perlu meningkatkan lagi kelengkapan produk yang akan dijual ditoko, khususnya dalam menerapkan *One Stop Shopping* agar dapat meningkatkan daya beli pelanggan dengan menarik perhatian pelanggan baru, jika kualitas produk yang diberikan perusahaan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut tepat dan sesuai dengan daya beli serta terjangkau oleh pelanggan maka pemilihan suatu produk tertentu akan di jatuhkan pada produk perusahaan tersebut.

Banyak kompetitor yang membuat persaingan pada bisnis retail menjadi semakin ketat, karena membuat para pelaku usaha terus melakukan inovasi baik dari segi produk maupun pelayanan untuk menarik minat pelanggan, dengan *display* produk yang menarik dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh produk yang dibutuhkan, melakukan promosi yang lebih menarik, memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan, memberikan fasilitas tambahan guna memberikan kemudahan dalam berbelanja, dan menyediakan berbagai jenis pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan dapat menjadikan pelanggan merasa puas jika adanya keunikan dan kualitas produk yang dapat membedakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan pesaingnya, harga yang relatif murah tetapi dengan kualitas produk yang baik, tempat atau lokasi yang dapat memberikan kemudahan akses serta dapat memberikan kenyamanan dan kesenangan bagi pelanggan dalam

berbelanja, promosi yang menarik dengan pelayanan yang berkualitas, serta karyawan yang ramah, sopan santun, dan waktu pelayanan yang cepat.

PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk khususnya Ramayana PTC Pulogadung, Jakarta Timur memang belum dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan yang maksimal, tetapi Ramayana terus berusaha untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan secara maksimal. Diawali dengan meningkatkan kelengkapan dari segi produk, dengan terus memberikan harga yang terjangkau oleh pelanggan yang sesuai dengan kualitas produk tersebut dibandingkan pesaing, lokasi yang di tetapkan perusahaan dapat di akses dengan mudah oleh pelanggan, dan diperolehnya kenyamanan saat berbelanja, meningkatkan pelayanan dengan memberikan bantuan kepada pelanggan ketika pelanggan mengalami kesulitan, serta adanya promosi yang bervariasi, dan melakukan kerjasama dengan e-commerce lebih luas lagi. Maka, Ramayana dapat memberikan keunikan dibandingkan dengan pesaing, karena Ramayana terus menerus melakukan inovasi dan terus berusaha memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan dan di inginkan oleh pelanggan dan akan menjadi prioritas pelanggan dalam berbelanja kebutuhan mereka, dibandingkan para kompetitor.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul permasalahan diatas adalah **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA TIMUR”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang sudah penulis uraikan, penulis berharap tidak ada lagi gerai Ramayana yang tutup di daerah lain akibat adanya daya beli yang kurang dari pelanggan yang berdampak pada permintaan dan penawaran suatu produk dari pelanggan yang akan berdampak pada keuntungan perusahaan. Penulis, berharap dapat memberikan suatu masukan bagi PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sehingga dapat menciptakan suatu kepuasan dibenak pelanggan. Berdasarkan perumusan masalah pokok penelitian, maka spesifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh dari desain produk, kualitas produk, dan fitur produk dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur?
2. Seberapa besar pengaruh harga yang ditawarkan mulai dari harga terendah sampai harga yang tertinggi dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur?
3. Seberapa besar pengaruh lokasi yang mudah dijangkau, kemudahan transportasi, pelayanan yang diberikan, serta *display* produk yang memberikan kemudahan kepada pelanggan dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur?
4. Seberapa besar pengaruh memberikan potongan harga (*discount*) yang menarik, memberikan pembelian produk *buy one get one*, mempromosikan produk - produk ramayana melalui media dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur?
5. Seberapa besar pengaruh dari Produk yang disediakan dan ditawarkan oleh Ramayana, berbagai Harga yang ditawarkan, Saluran Distribusi yang digunakan, serta Promosi yang ada di Ramayana dapat Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Produk yang ditawarkan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Harga yang telah ditetapkan dan ditawarkan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Saluran Distribusi yang diberikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari berbagai Promosi yang sudah ditawarkan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh penulis di Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur, diharapkan dapat menjadi suatu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengetahui dan melakukan penelitian dibidang yang sejenis dimasa yang akan datang. Serta dalam penelitian ini, diharapkan berguna bagi pihak lain, seperti :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan kontribusi dengan berupa informasi dan pemahaman mengenai unsur bauran pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran Distribusi, Dan Promosi dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk dapat melakukan strategi pemasaran salah satunya menggunakan unsur Bauran Pemasaran yang dapat memberikan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk - produk Ramayana.

3. Bagi Pihak Lain

Dengan adanya penelitian ini, di harapkan dapat menjadi sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu penelitian selanjutnya pada bidang yang sama serta dapat menjadi suatu acuan pada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.