

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis tidak dapat terlepas dari salah satu atau keseluruhan dari aktivitas pembelian, produksi, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Seringkali orang menghubungkan bisnis dengan usaha, perusahaan atau suatu organisasi yang menghasilkan dan atau menjual barang atau jasa atau kombinasi diantara keduanya. Dalam menjalankan bisnis seseorang harus mau berusaha dan bekerja keras tidak mengenal waktu, tabah, tekun, dan sabar, apa yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, memiliki strategi dan sinergisitas dalam mencapai tujuan, seperti cara untuk memenangkan dari persaingan, dan mengambil tempat yang strategis dalam melakukan usaha, memiliki niat dan kemauan yang kuat, memiliki kemampuan untuk menggunakan informasi.

Kondisi persaingan global yang semakin ketat di seluruh sektor ekonomi menuntut sektor usaha harus menyiapkan strategi agar bertahan di pasar karena tingkat persaingan mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, lokasi toko, toko yang lebih nyaman dan pelayanan yang lebih bernilai, namun dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih rendah. Salah satu cara agar dapat memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2013). Strategi pemasaran adalah upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis

juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi karena melihat dari kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut maka diperlukan sebuah strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk membedakan dan menunjukkan keunikan yang berbeda dibandingkan pesaing bisnis untuk menarik minat membeli dari konsumen.

Pemasaran dalam suatu perusahaan selain bertindak dinamis harus selalu menerapkan prinsip-prinsip unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku lagi dan terus berinovasi salah satunya *One Stop Shopping*. Konsep *One Stop Shopping* adalah konsep berbelanja kebutuhan suatu produk dalam satu tempat atau sekali pemberhentian, yaitu suatu konsep dimana sebuah pusat perbelanjaan ataupun sejenisnya yang menyediakan atau menjual suatu produk secara dominan dan dilengkapi dengan produk terkait. Ada beberapa tujuan yang harus dicapai dalam konsep *One Stop Shopping*, yaitu kebutuhan pelanggan, spesialisasi, dan kesamaan antar produk yang dipasarkan. *One Stop Shopping* cenderung menjadi salah satu alternatif bagi konsumen untuk memenuhi semua kebutuhan sehari-hari dan dapat dipenuhi dalam satu tempat, pada satu waktu, serta menunjukkan bahwa produk yang lengkap tersedia pada setiap toko adalah suatu keharusan, dan setiap toko yang ada harus berada di satu lokasi yang nyaman. Adapun cara kerja dari *One Stop Shopping* itu sendiri antara lainnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan serta permintaan konsumen. Maka dari itulah dengan adanya *One Stop Shopping* ini nanti maka akan lebih mempermudah konsumen dalam segi manajemen waktu nantinya.

Plaza Laksamana Bengkalis adalah salah satu plaza pertama yang didirikan di Pulau Bengkalis. Tempat ini menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti produk kecantikan, kesehatan, kebersihan, fashion, makanan ringan hingga alat tulis. Plaza Laksamana ini berlokasi di Jl. Yos Sudarso pada pusat kota Bengkalis. Plaza Laksamana sendiri resmi dibuka pada tanggal 13 Desember 2011 yang diresmikan oleh Bapak bupati H. Herliyan Saleh. Plaza Laksamana sendiri memiliki 3 lantai yang sampai saat ini masih beroperasi. Direktur Plaza Laksamana menyampaikan bahwa dengan adanya Plaza Laksamana dapat menjadi momen pasar bagi pengusaha industri lokal.

Supaya dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, Plaza Laksamana Bengkalis perlu meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Adapun upaya lainnya yang dilakukan dalam mengatasi persaingan ini diantaranya adalah dengan memunculkan berbagai inovasi dan kreasi dalam menghadapi persaingan dan perkembangan dunia bisnis, serta untuk dapat mencapai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Untuk memenuhi kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara misalnya dengan memberikan harga yang terjangkau, pelayanan yang cepat dan pegawai yang ramah serta menyediakan ragam produk yang lebih bervariasi.

Strategi pemasaran *One Stop Shopping* yang diterapkan di Plaza Laksamana Bengkalis ini diharapkan akan menarik minat konsumen agar lebih memilih berbelanja di Plaza Laksamana Bengkalis dan akan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, menyediakan tenaga penjual yang ramah dan baik, menciptakan tata letak yang rapi, harga yang terjangkau, menciptakan suasana yang aman, suasana yang nyaman, dan melakukan *one stop service*. Strategi dari pemasaran *One Stop Shopping* sendiri memiliki indikator yang terdiri dari pelayanan, kelengkapan produk, dan fasilitas dapat memenuhi kepuasan konsumen, yaitu pengunjung Plaza Laksamana Bengkalis. Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini disebabkan adanya keluhan dari para konsumen yang merasa kesulitan ketika harus berbelanja di tiap toko berbeda sesuai dengan kebutuhan mereka, para konsumen berharap akan adanya sesuatu inovasi baru yang dapat membantu mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus berpindah-pindah tempat. Pemahaman fenomena yang ada memunculkan serangkaian inovasi terkait penerapan beberapa strategi baru agar dapat menjawab permasalahan yang ada pada para konsumen itu sendiri. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan membuat sebuah konsep belanja "*One-Stop shopping*" dimana para konsumen tidak perlu repot-repot keliling kota untuk mencari barang yang diinginkan, cukup datang ke sebuah pusat perbelanjaan yang mengusung konsep tersebut dan semua tersedia..

Dengan penerapan strategi pemasaran *One Stop Shopping* yang akan diterapkan pada Plaza Laksamana Bengkalis diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan, serta dengan adanya penerapan strategi pemasaran *One Stop Shopping* ini, konsumen diharapkan dapat merasa terbantu dan memberikan respon yang positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh Plaza Laksamana Bengkalis.

Berdasarkan pemaparan diatas serta penelitian-penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran *One Stop Shopping* terhadap Kepuasan Konsumen pada Plaza Laksamana Bengkalis (Studi Kasus pada Masyarakat Bengkalis).”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu “Bagaimana pengaruh strategi pemasaran *One Stop Shopping* terhadap kepuasan konsumen pada Plaza Laksamana Bengkalis ?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diungkapkan, peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran *One Stop Shopping* pada Plaza Laksamana Bengkalis.
2. Untuk menganalisis bagaimana kepuasan konsumen Plaza Laksamana Bengkalis.
3. Untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran *One Stop Shopping* terhadap kepuasan konsumen pada terhadap Plaza Laksamana Bengkalis.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran tentang bagaimana menentukan strategi yang tepat dalam menjalankan suatu bisnis/usaha.

2. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan dapat mengetahui apakah konsep yang telah diterapkan mampu memenuhi kepuasan para konsumen dan agar dapat memberikan gambaran tentang hal-hal yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi kepuasan para konsumen.

3. Bagi pembaca

Sebagai bahan pertimbangan untuk mengunjungi Plaza Laksamana Bengkalis dalam memenuhi kebutuhan terhadap konsumen dan mengetahui produk serta layanan yang disediakan Plaza Laksamana Bengkalis untuk para konsumennya.

## **1.5 Sistem Penulisan Laporan**

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara ringkas. Rencana isi dari bagian per bagian pada laporan skripsi yang disusun sebagai berikut :

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulisan menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang sesuai dengan pokok bahasan pada penelitian ini.

### **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai berbagai metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, pengukuran skala, teknik pengolahan data,

teknik analisis data, jenis penelitian, hipotesis, definisi konsep, dan definisi operasional.

#### **BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dan pembahasan setelah penulis melakukan penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner.

#### **BAB 5: PENUTUP**

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis