

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semakin berkembangnya kebutuhan dan keinginan setiap masyarakat membuat para masyarakat membuka berbagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut dimana hal ini membuat banyaknya usaha yang berdiri tersebut saling mengalami persaingan. Persaingan bidang usaha semakin mengalami peningkatan, dimana setiap pengusaha dituntut agar dapat bersaing dan menentukan strategi yang efektif. Persaingan ini yang tidak terhindarkan oleh pengusaha berskala besar maupun kecil. Menghadapi persaingan ini, memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Hal ini yang menyebabkan para pengusaha yang sudah lama bergerak dalam persaingan dunia usaha harus selalu dapat berinovasi sehingga pelaku-pelaku usaha yang baru tidak mendominasi dalam persaingan pasar.

Beberapa bagian masyarakat juga ada yang menjalani persaingan yang sehat dan ada pula yang menjalani persaingan tidak sehat seperti seorang pengusaha yang sengaja mempersulit pengusaha lain dengan menawarkan produk yang murah atau berada dibawah modal demi menjatuhkan pesaingnya. Adapun beberapa pesaing juga dengan sengaja memjelek-jelekan nama pesaingnya tersebut dengan membuat berbagai informasi negatif agar konsumen tidak melakukan pembelian pada produk atau jasanya dan hanya membeli pada pengusaha tersebut. Beberapa hal tersebut yang dilakukan oleh para pengusaha,

baik secara sehat maupun tidak sehat tentunya agar mendapatkan Keunggulan Bersaing.

UD. Besi Maju adalah sebuah toko yang bergerak dalam bidang penjualan keseharian masyarakat seperti ember, kain pel, sapu, dan berbagai peralatan rumahan lainnya dimana pada umumnya biasanya toko tersebut disebut sebagai toko pecah belah. UD. Besi Maju sendiri beralamatkan di jalan Bawean 112/68 A B, Medan. Untuk saat ini, UD. Besi Maju dinilai sedang mengalami permasalahan karena dinilai sedikit sulit dalam bersaing dengan berbagai pengusaha toko lainnya yang ada saat ini. Berikut ini adalah data penjualannya:

Tabel 1.1
Data Penjualan UD. Besi Maju Periode 2016 sampai 2020

Tahun	Penjualan	Jumlah Konsumen
2016	Rp. 1.627.932.000	7.625
2017	Rp. 1.573.281.000	7.233
2018	Rp. 1.481.536.000	6.945
2019	Rp. 1.338.042.000	6.522
2020	Rp. 1.025.328.000	6.094

Sumber: UD. Besi Maju, 2021

Pada tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah penjualan UD. Besi Maju terus saja mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai dengan 2020. Pada tahun 2016, total penjualan UD. Besi Maju adalah Rp. 1.627.932.000, sedangkan pada tahun 2017, total penjualan UD. Besi Maju adalah Rp. 1.573.281.000. Untuk tahun 2018, total penjualan UD. Besi Maju adalah Rp. 1.481.536.000 dan pada tahun 2019, total penjualan UD. Besi Maju adalah Rp. 1.338.042.000, sedangkan pada tahun 2020, total penjualan UD. Besi Maju adalah Rp. 1.025.328.000.

Menurut Aprizal (2018:50), Keunggulan Bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis yang mampu diraih oleh

pesaing di pasar dalam usaha sama. Persaingan tersebut membuat perusahaan berlomba-lomba untuk membuat konsumen memutuskan pilihan mereka terhadap produk perusahaan. Dalam mengukur keberhasilan perusahaan, penentuan konsumen dalam melakukan pembelian pada produk perusahaan berperan penting karena tanpa hal tersebut, perusahaan tidak akan dapat melakukan penjualan dan tidak akan dapat tahan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Keunggulan Bersaing dapat menjadi sebuah senjata yang bagus untuk mempertahankan usaha agar bisa terus berjalan dan berkembang. Oleh sebab pentingnya Keunggulan Bersaing tidak semata-mata untuk mengejar keuntungan atau laba saja, akan tetapi juga turut memperpanjang umur usaha yang sedang beroperasi dan mengembangkan usaha atau memajukan usaha agar lebih besar daripada yang sebelumnya.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan didapatkan bahwa banyak konsumen yang menilai bahwa produk-produk yang ditawarkan oleh UD. Besi Maju dinilai tidak memiliki keunikan tersendiri karena produknya mudah dicari diberbagai toko lainnya sehingga membuat konsumen beranggapan bahwa kenapa harus melakukan pembelian pada toko ketika konsumen dapat memperolehnya diberbagai tempat, baik pajak maupun Supermarket. Selain itu, kurang dapat bersaingnya UD. Besi Maju dengan toko-toko lainnya juga dinilai karena produk yang ditawarkannya masih kurang berkualitas dimana dalam hal ini produk dinilai murahan karena tidak dapat tahan lama digunakan sehingga membuat konsumen harus berpikir kembali sebelum melakukan pembelian. Adapun beberapa konsumen juga memberikan keterangan bahwa harga yang ditetapkan juga masih

terlalu tinggi sehingga tidak dapat bersaing dengan toko-toko lainnya karena toko lain menawarkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan UD. Besi Maju. Berikut ini adalah daftar harga produk yang dijual oleh UD. Besi Maju, antara lain:

Tabel 1.2
Daftar Harga Jual Produk Pada UD. Besi Maju

No	Nama Barang	Harga
1	Sapu	± Rp. 7.500 s/d Rp. 25.000
2	Sikat	± Rp. 22.500 s/d Rp. 60.000
3	Sarung Tangan	± Rp. 30.000 s/d Rp. 60.000
4	<i>Sponge</i> Mandi	± Rp. 10.000 s/d Rp. 25.000
5	Kain Pel	± Rp. 8.000 s/d Rp. 30.000

Sumber: UD. Besi Maju, 2021

Menurut Kurniawan (2018:36), Lokasi adalah tempat pengusaha menentukan letak usaha mereka dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Perusahaan memiliki beberapa *supplier* dari kota Medan dan Jakarta untuk meneruskan usaha ini, setiap bulan selalu mengambil barang dengan nominal yang besar, *stock* yang banyak dan harga yang sangat murah. Meskipun demikian, ada salah satu faktor yang diduga menjadi pemicu lemahnya Keunggulan Bersaing toko yaitu Lokasi. UD. Besi Maju terlalu sempit dan padat lalu lintas yang membuat konsumen sulit untuk melakukan pembelian ditempat seperti ini.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan merupakan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Permasalahan Kualitas Pelayanan berkaitan dengan Pelayanan yang diberikan oleh UD. Besi Maju dinilai masih kurang berkualitas seperti cara penyampaian pesan yang kurang jelas dan sering berbelit-belit

ataupun penggunaan kosakata yang menurut konsumen tidak sopan. Selain itu juga karyawan dari UD. Besi Maju dinilai kurang dapat diandalkan seperti dimintai tolong untuk mencoba mengambil produk untuk dilihat konsumen, akan tetapi karyawan tersebut seperti tidak mendengarkan permintaan dari konsumen tersebut. Adapun konsumen menilai bahwa fasilitas yang disediakan UD. Besi Maju masih kurang baik seperti pajangan yang berantakan ataupun kurangnya pajangan produk untuk dilihat konsumen. Beberapa keluhan yang masuk disarankan agar karyawan diberikan pelatihan mengenai cara berkomunikasi yang baik kepada konsumen.

Fenomena masalah yang terjadi di atas dapat didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dimana berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Gultom (2019) dimana pada hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial maupun simultan produk, harga, Lokasi, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Hariana (2020) dimana pada hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UD. BESI MAJU”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. UD. Besi Maju terlalu sempit dan padat lalu lintas yang membuat konsumen sulit untuk melakukan pembelian ditempat seperti ini..
2. Pelayanan yang diberikan oleh UD. Besi Maju dinilai masih kurang berkualitas seperti cara penyampaian pesan yang kurang jelas dan sering berbelit-belit.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, peneliti membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Lokasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen UD. Besi Maju.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju?

3. Apakah ada pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi UD. Besi Maju
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing UD. Besi Maju.