

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO KELONTONG JANTI KENCANA

Tarisma putri.A , Agus Suyanto, Uswatun Alvia.P.L.

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa,
Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah
Tarisma_putriangraeni@fhb.u-db.ac.id

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) are one of the important components in the economic development of developing countries. SMEs are very helpful for the country in strengthening the economy. Analysis of the effect of price and location on customer satisfaction Janti Kencana grocery store. By understanding this, it will provide important input for companies to design marketing strategies in order to create satisfaction for their customers. The Janti Kencana grocery store is well known in the Girimarto area, this grocery store provides a variety of daily needs such as: basic necessities, sugar, bathing needs and many more. This study investigates how the effect of price and location on the Janti Kencana Grocery Store.

Keywords: *Price, Location, Customer Satisfaction*

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi negara berkembang. UKM sangat membantu negara dalam penguatan ekonomi. Analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Toko kelontong Janti Kencana. Dengan memahami hal tersebut maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Toko Kelontong Janti Kencana sudah cukup terkenal di daerah Girimarto, toko kelontong ini menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti: sembako, gula, kebutuhan untuk mandi dan masih banyak lagi. Penelitian ini menginvestigasi bagaimana pengaruh harga dan lokasi terhadap Toko Kelontong Janti Kencana.

Kata kunci : *Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi negara berkembang. UKM sangat membantu negara dalam penguatan ekonomi. Di sisi lain, UKM juga berperan besar dalam mengurangi tingkat pengangguran masyarakat berpendidikan rendah. Salah satu contoh usaha kecil menengah yang banyak dilakukan masyarakat di Indonesia adalah toko sembako atau yang biasa disebut toko kelontong. Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks membuka peluang bisnis sembako bagi usaha kecil menengah.

Toko sembako merupakan bentuk usaha yang paling dicari oleh para konsumen khususnya para ibu rumah tangga karena di dalam toko tersebut menyediakan barang-barang keperluan sehari-hari baik berupa makanan pokok dan perlengkapan yang diperlukan tiap harinya misalkan beras, minyak goreng, telur, sikat gigi, pasta gigi, sabun, dll diantara barang itu semua pasti setiap orang memerlukannya.

Di daerah-daerah padat penduduk seperti sekitar sekolah atau universitas, usaha toko kelontong merupakan peluang yang luar biasa. Bisnis bisa dimulai dengan modal yang cukup terjangkau serta tidak memerlukan biaya produksi. Wirausahawan hanya perlu menyediakan stock barang yang cukup dan sedang diperlukan oleh pasarnya.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, faktor yang membuat konsumen merasa puas yaitu diantaranya harga, lokasi dan kualitas produk. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan (Lina Sari Situmeang, 2017).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka mencoba menganalisis hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan mengajukan judul penelitian “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO KELONTONG JANTI KENCANA”.

KAJIAN TEORI

Teori dalam *penelitian* ini menjelaskan tentang analisis Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

A. Harga

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting yang menentukan pangsa pasar perusahaan dan profitabilitas dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk/jasa, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa.

Kotler dan *Amstrong* (2012:314) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Harga menurut Kotler (2003) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama dengan pembeli. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

B. Lokasi

Menurut Tjiptono (2015: 345) lokasi mengacu pada berbagai aktifitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan *Amstrong* (2014:76) “*place include company activities that make the product available to target consumers*”

Lokasi atau tempat juga tidak hanya mempresentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen. Seperti yang dikatakan oleh Kotler (2009:94-95), lokasi atau *tempat* juga harus bisa memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri. Lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas, yaitu:

1. Produk atau jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Harga yang ditawarkan harus bisa menarik konsumen dan memperkuat citra yang ingin dibentuk.
3. Menhadirkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan bagi konsumen.
4. Lokasi atau tempat akan mempromosikan nilai dan citra dari tempat atau lokasi itu sendiri sehingga konsumen bisa membedakannya dengan toko lain.

C. Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2008: 3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Menurut Kotler (2009: 138) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2003:30).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berkaitan dengan data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata-kata dan kalimat yang tersusun di dalam angket, serta kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan. Adapun jika dilihat dari sisi tujuannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian yang diarahkan untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau data kuantitatif yang diangkakan seperti yang terdapat dalam skala pengukuran.

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hal tersebut berdasarkan pada judul yang diteliti yaitu “Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kelontong Janti Kencana”(Studi kasus pada pelanggan Toko Kelontong Janti Kencana)”. Penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data primer telah diperoleh dari jawaban – jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2013:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengukuran faktor dengan menggunakan kuesioner didukung oleh skala Likert seperti pada tabel 3, 4, 5, dan 6. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:132). Setelah data dari kuesioner terkumpul dan telah diolah, berikutnya peneliti melakukan wawancara singkat terhadap beberapa dari responden.

C. Lokasi Penelitian

Objek analisis ini bertempat didesa Girimarto , semua data yang saya peroleh dari Toko Janti Kencana Girimarto , yang berlokasi di Tambak Merang Girimarto ,kec. Girimarto ,kab, Wonogiri , Jawa Tengah, 57683. Tentunya peneliti melakukan penelitian sesuai dengan waktu yang sempat dilakukan peneliti agar tidak mempersulit peneliti dan memudahkan jalannya analisis.

D. Teknik Pengambilan Data

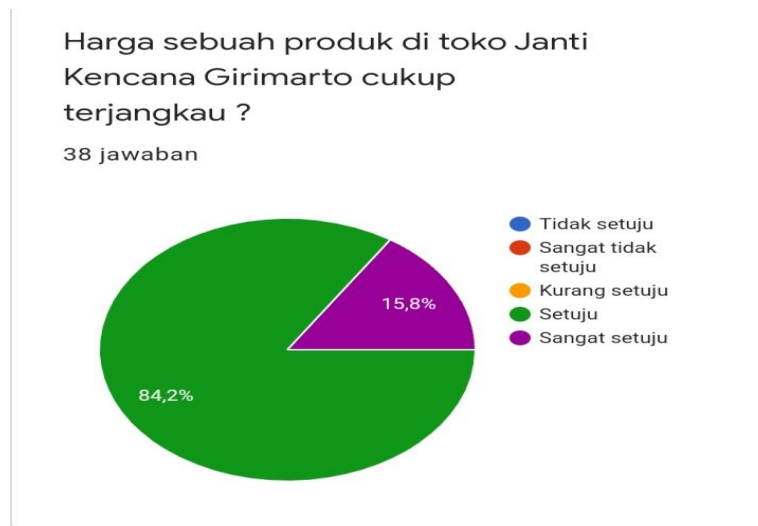
Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka analisis terhadap pengujian hipotesis maka digunakan metode survei dengan melakukan pengumpulan data melalui :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang diserahkan kepada masing-masing responden terpilih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang kita sebar melalui kuisisioner serta melakukan wawancara dan pengamatan sehingga mendapatkan jawaan sebanyak 38 responden , kita mendapatkan hasil sebagai berikut:



Pada grafik diatas menunjukkan bahwa 84,2% memilih setuju dan 15,8% memilih sangat setuju bahwa harga produk di toko Janti Kencana cukup terjangkau .



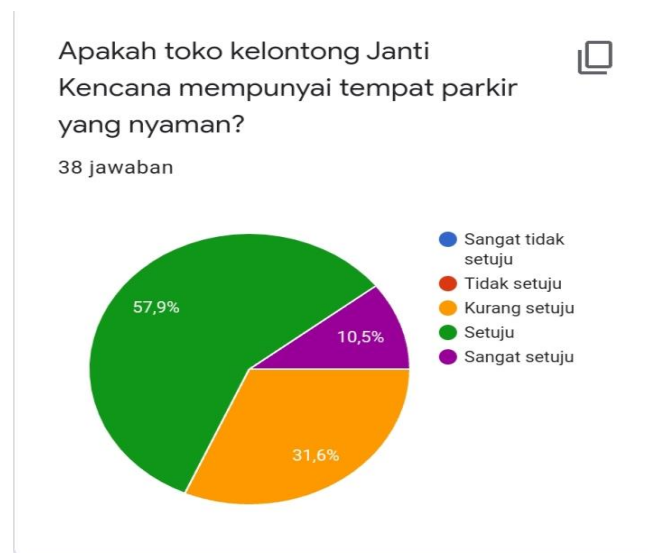
Pada grafik diatas *meunjukkan* bahwa 92,1% memilih setuju dan 7,9% memilih sangat setuju bahwa harga produk yang ada di toko Janti Kencana sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.



Dari grafik diatas menunjukkan bahwa 92,1% memilih setuju dan 7,9% memilih sangat setuju bahwa konsumen puas dengan harga yang sudah ditetapkan di toko Janti Kencana.



Dari grafik diatas menunjukkan bahwa 76,3% memilih setuju , 16,8% memilih sangat setuju dan 7,9% memilih kurang setuju bahwa lokasi toko Janti Kencana mudah dijangkau oleh transportasi.



Dari grafik diatas menunjukkan bahwa 57,9% memilih setuju , 31,6% memilih kurang setuju dan 10,5% memilih sangat setuju bahwa toko Janti Kencana memiliki tempat parkir yang nyaman.



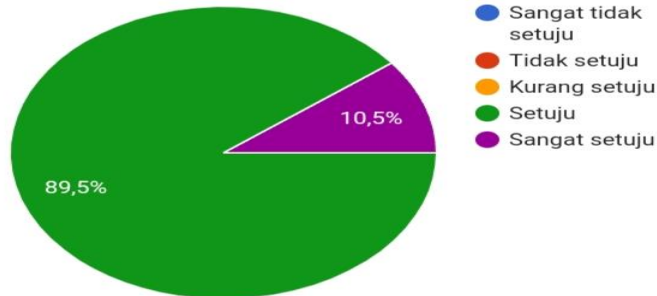
Dari grafik diatas menunjukkan 63,2% memilih setuju ,26,3% memilih kurang setuju, 7,9% memilih sangat setuju dan 2,6% memilih tidak setuju bahwa toko Janti Kencana dilihat dengan jelas dari kejauhan.



Dari grafik diatas menunjukkan bahwa 89,5% memilih setuju , 7,9% memilih sangat setuju dan 2,6% memilih kurang setuju bahwa konsumen merasa pua dengan produk yang ditawarkan toko Janti Kencana.

Apakah anda ingin kembali membeli produk yang ada di toko kelontong Janti Kencana ?

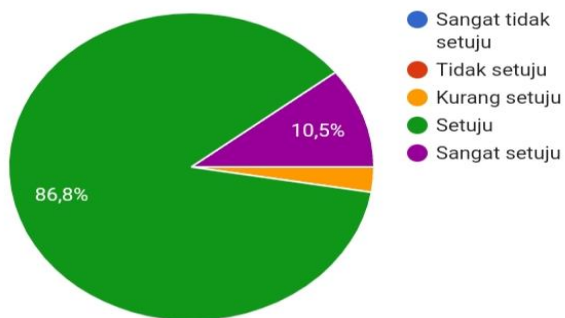
38 jawaban



Dari grafik diatas menunjukkkn bahwa 89,5% memilih setuju dan 10,5% memilih sangat setuju bahwa konsumen ingin membeli produk yang ada di toko Janti Kencana.

Apakah anda puas dengan kualitas produk yang ada di toko kelontong Janti Kencana ?

38 jawaban



Pada grafik diatas menunjukkan bahwa 86,8% memilih setuju, 10,5% memilih sangat setuju dan 2,7% memilih kurang setuju bahwa konsumen puas dengan kualitas produk yang ada di toko Janti Kencana

Kesimpulan

UMKM merupakan kegiatan untuk menguatkan ekonomi negara salah satunya toko kelontong. Penulis melakukan penelitian di salah satu toko kelontong yaitu "JANTI KENCANA. Dalam penelitian ini ada beberapa kajian teori seperti harga yang terdapat pada toko Janti Kencana, Letak Lokasi serta kepuasan pelanggan mengenai produk yang dijual di toko Janti Kencana. Menggunakan Metode Penelitian berupa jenis penelitian data kuantitatif, sumber data primer dari kuisioner dan penulis datang langsung ke lokasi toko. Berdasarkan penelitian diatas hasilnya adalah harga yang ditawarkan terjangkau, harga sesuai dengan kualitas, pelanggan puas dengan harga yang ditentukan, lokasi sangat mudah dijangkau, toko Janti Kencana mempunyai tempat parkir yang nyaman serta mudah dilihat dari jauh. Para pelanggan setuju dengan harga yang ditawarkan, lokasi yang mudah dijangkau serta puas dengan harga dan kualitas produk yang dijual di toko Janti Kencana.

Daftar pustaka

<https://ejournal.unsri.ac.id>

<http://repostory.unika.ac.id>

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/abstrak/57650/Dampak-Sosial-Ekonomi-Berdirinya-Minimarket-Terhadap-Toko-Kelontong-Disekitarnya-Analisis-Deskriptif-Toko-Kelontong-di-JL-Ir-Sutami-danJL-Kartika-Jebers>