

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas sumber daya manusia sangat berguna dalam memastikan keberhasilan sesuatu industri dalam mempraktikkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4p . Sumber daya manusia yang yang bermutu hendak sanggup mengimplementasikan strategi pemasaran dengan baik, sehingga bisa meningkatkan daya guna serta efisiensi pemasaran.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang baik adalah untuk mendukung menaikkan kualitas sumber daya manusia, terkandung empat unsur dalam bauran pemasaran, ialah produk, harga, tempat, dan promosi. Selama mengaplikasikan bauran pemasaran, perusahaan harus mengingat kepentingan serta kemauan pelanggan sehingga mampu menciptakan barang bernilai mahal yang mencukupi keperluan pelanggan. Selain itu, harga yang ditawarkan pun perlu sebanding sama keunggulan barang serta potensi belanja pelanggan. Tempat yang efektif juga dapat membantu memastikan produk dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah. Terakhir, Promosi yang tepat juga dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk yang ditawarkan. ¹

¹ Habib Ismail *and* Buya Al Ghazali, “Persepsi Pengecer Akhir Terhadap Variabel Dalam *Marketing mix* Pada Perusahaan U.D Salam Grup,” *ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 02 (2023): 76.

Bidang usaha harus fokus pada kualitas sumber daya manusia (sdm), produk, harga, tempat dan promosi sebab kelimanya berpengaruh. Artinya mereka perlu menetapkan ada sumber daya manusia yang berkualitas dan dapat menerapkan produk, harga, tempat dan promosi dengan baik untuk meningkatkan ketepatan dan daya guna penjualan beserta memajukan keberlanjutan usaha.

Keberlanjutan usaha sangat penting saat ini. Saat kita menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, pencemaran lingkungan, dan kelaparan, banyak orang mencari cara untuk meningkatkan praktik berkelanjutan mereka.

Menurut Widyanti R., *et al*, “Manusia berperan aktif dalam organisasi manapun karena merekalah pelaksana perencanaan dan penentu tercapainya tujuan organisasi.” Sekalipun perlengkapan sesuatu organisasi telah sangat mutakhir tidak bisa jadi meraih tujuan tanpa kedudukan aktif para anggotanya. Fokus riset mutu sumber energi manusia merupakan pada kasus bisnis yang diselenggarakan bersumber pada guna buat menggapai tujuan organisasi, pegawai serta warga secara efisien serta efektif Persyaratan organisasi guna meningkatkan serta mempertahankan sumber energi manusia yang bermutu jadi terus menjadi berarti buat merespons pergantian dinamika area serta teknologi.²

² Naufal Nabawi *and* Basuki Basuki, “Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm,” *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 8, no. 1 (2022): 111.

Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Produk, Harga, Tempat dan Promosi, dalam konteks keberlanjutan usaha memiliki peran penting untuk meningkatkan efektivitas dan stabilitas bisnis. Berikut adalah beberapa aspek utama yang berhubungan dengan kaitannya:

1. Dalam Kualitas SDM adanya Keterampilan dan kompetensi SDM yang tinggi akan mendorong inovasi dan peningkatan produktivitas. Serta pendidikan dan pelatihan berkelanjutan bagi SDM akan memberikan wawasan baru dan memperkuat kapabilitas mereka.
2. Dalam *Marketing Mix* adanya Fokus pada elemen bauran pemasaran (*marketing mix*), ialah produk, harga, tempat, dan promosi akan membantu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membuat brand lebih kompetitif di pasaran.

Dalam bidang keberlanjutan bisnis, pentingnya Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Produk, Harga, Tempat dan Promosi, yang tidak bisa dilebih-lebihkan. Keduanya berkontribusi signifikan dalam membangun identitas khas, menjunjung tinggi reputasi positif, dan memuaskan kebutuhan pelanggan baik dalam skala lokal maupun global. Kemajuan di sektor ritel telah memberikan dampak positif terhadap pemulihan perekonomian Indonesia. Perkembangan perdagangan yang pesat sejalan dengan peningkatan kebutuhan primer dan sekunder masyarakat. Saat ini, preferensi masyarakat beralih ke pasar modern seperti minimarket daripada pasar tradisional.

Keamanan dan kenyamanan belanja di minimarket, baik dari segi peralatan maupun infrastruktur, telah menjadi faktor utama dalam pertumbuhan

luasnya minimarket. Bisnis seperti toko serba ada pun semakin menjadi fokus perhatian. Minimarket merupakan salah satu jenis tempat berbelanja yang memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena harganya yang terjangkau dibandingkan pasar tradisional atau toko modern, dengan tata letak rak yang rapi, sistem pembayaran yang nyaman melalui kasir, fasilitas AC, kemungkinan pembayaran elektronik, serta harga yang kompetitif dengan toko ritel lainnya. Mini market dapat berlokasi di berbagai tempat seperti kota, desa atau tempat lain yang memungkinkan mereka menjangkau lebih banyak pelanggan.³

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga sukses dalam membangun minimarket, salah satunya yang terkenal di kalangan mahasiswa yaitu FEBI Mart. Terletak di lantai dasar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, lokasinya strategis dan ber-AC. Kebutuhan yang disediakan di FEBI Mart berupa makanan, minuman dan lain-lain. Demikian pula yang dirasakan Febi Mart UIN SMH Banten dalam Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Produk, Harga, Tempat dan Promosi, yang masih kurang dalam meningkatkan perkembangan usaha FEBI Mart yang bisa menjadi tolak ukur yang dilihat oleh Dekan FEBI.

FEBI Mart menyadari bahwa keterbatasan anggotanya berpengaruh pada tingkat perputaran organisasi. Dampak utama yang dirasakan adalah penurunan

³ Zahran, Zakwan, Aphrodite, Alike Ragnavilla & Kusumastuti, Ratih, "Optimalisasi Efisiensi Operasional: Pendekatan Srategis Akuntansi Manajemen Di Mini Market So Mart," *Jekombis* 3, no. 1 (2024): 238.

pendapatan yang kemudian mempengaruhi kinerja FEBI Mart. Namun, FEBI Mart juga terbatas dalam pengetahuan dan jaringan untuk meningkatkan pemahaman serta menangani masalah yang dihadapi oleh anggotanya.

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Naufal Nabawi⁴ dalam artikel jurnalnya mengenai Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Usaha, yang menyatakan variabel Kualitas Sumber Daya Manusia mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel Pengembangan Usaha UMKM Pakaian Sasirangan di Kota Banjarmasin.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fransiscus Xaverius Pudjo Wibowo⁵ dalam artikel jurnalnya mengenai Dampak *Marketing Mix* Terhadap Pendapatan Usaha Peci Batik Jogokariyan Yogyakarta, yang memaparkan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel Pendapatan Usaha Peci Batik Jogokariyan Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, peneliti melihat pentingnya kualitas sumber daya manusia sesuai dengan harapan mahasiswa, khususnya kualitas anggota FEBI Mart dan bauran pemasaran semakin pesat yang terlibat dalam Keberlanjutan usaha. Hal ini semakin meningkat dari hari ke

⁴ Naufal Nabawi *and* Basuki Basuki, "Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm," *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 8, no. 1 (2022): 117.

⁵ Eso Hernawan *and* Pudjo Wibowo, "Dampak *Marketing mix* Terhadap Pendapatan Usaha Peci Batik Jogokariyan Yogyakarta," *Primanomics* 20 N0 3, (2022): 69.

hari, minggu ke minggu serta Beberapa bulan kemudian, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA, PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA FEBI MART (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN SMH BANTEN)**”

B. Identifikasi Masalah

Penulis telah mengidentifikasi masalah-masalah berikut berdasarkan informasi yang diberikan di latar belakang, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas sumber daya manusia yang tidak memadai dapat menghambat keberlanjutan operasional FEBI Mart dalam jangka panjang.
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*) di ambil 4p {4p yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi)} yang semakin kurang dalam upaya meningkatkan keberlanjutan usaha FEBI Mart.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, berlandaskan latar belakang dan identifikasi masalah, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan lebih terfokus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur sejauh mana kualitas sumber daya manusia dan bauran pemasaran di ambil 4p {4p yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi)} berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah pada mahasiswa FEBI angkatan tahun 2020 sampai dengan 2023 dari Semua jurusan yang ada di FEBI UIN SMH BANTEN yang akan mengisi kuesioner tentang penelitian ini.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart?
2. Apakah produk berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart?
3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart?
4. Apakah tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart?
5. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart?
6. Apakah kualitas sdm, produk, harga tempat, promosi bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.
2. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart

3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart
4. Untuk mengetahui apakah tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart
5. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart
6. Untuk mengetahui apakah kualitas sdm, produk, harga tempat, promosi bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi untuk penelitian mengenai kualitas sumber daya manusia (SDM) dan bauran pemasaran (*marketing mix*) di ambil 4p {4p yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi)}, di masa yang akan datang dan sebagai bahan keberlanjutan perusahaan berdasarkan penerapan yang sebenarnya. Serta dapat menjadi pelopor pertama untuk minimarket di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten agar semua fakultas dapat memiliki minimarket sendiri dengan dana yang disediakan oleh pihak fakultas untuk menunjang kebutuhan mahasiswa dengan adanya minimarket di semua fakultas.

2. Manfaat Bagi FEBI Mart

Dapat menjadi sumber ilmu bagi FEBI Mart dalam upayanya meningkatkan keberlanjutan usaha yang sukses saat ini dan masa depan dengan

meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan memilih bauran pemasaran di ambil 4p {4p yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi)} yang tepat.

G. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum dari sebuah karya ilmiah disediakan oleh pembahasan metode, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas penelitian. Oleh karena itu, penyusun membagi pembahasan mengenai metodologi ke dalam lima bagian.:

Bab 1 terdiri dari pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, identitas masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab 2, berisi tinjauan pustaka yang memuat landasan teori, kerangka pemikiran, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, dan hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Bab 3 menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis teknik penelitian, strategi pengumpulan statistik, teknik evaluasi fakta dan operasi variabel penelitian.

Bab 4 menjelaskan dialog mengenai beragam konsekuensi dari rangkaian statistik dan evaluasi mengenai masalah tersebut.

Bab 5 memberikan kesimpulan dan saran. kesimpulan secara singkat menyajikan semua temuan yang terkait dengan pertanyaan penelitian. Kesimpulan diambil berdasarkan hasil evaluasi dan interpretasi catatan yang

telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya. Saran dikembangkan berdasarkan temuan dan mencakup garis besar langkah-langkah yang diperlukan untuk menyerap temuan yang relevan.

Dengan cara mengelompokkan penelitian ke dalam 5 unsur tersebut, diharapkan pembaca dapat dengan mudah memahami isi tulisan ilmiah dan tidak terganggu saat melakukan penelitian.