

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat dengan berbagai jenis usaha yang ada, menyebabkan pertumbuhan ekonomi di setiap daerah semakin berkembang. Menjalankan suatu bisnis, para pelaku usaha harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran (Yulianti, 2019). Mencapai hal itu, para pelaku usaha harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Persaingan bisnis ini menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian (Pujadi, 2010). Menghadapi persaingan, memiliki konsumen tetap adalah kunci dalam memenangkan persaingan perusahaan, dalam hal ini perusahaan harus bisa menemukan strategi usaha yang tepat agar dapat membuat konsumen merasa lebih baik dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Mencegah konsumen beralih ke perusahaan lain, konsumen harus puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Konsumen yang puas akan menciptakan peluang untuk penjualan berulang, namun konsumen yang tidak puas, mungkin saja akan memilih untuk menghentikan pembelian mereka, ataupun beralih ke perusahaan atau layanan alternatif lainnya (Ibojo dkk, 2014). Pentingnya konsumen bertahan dalam sebuah perusahaan

menjadi kunci perusahaan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan, dengan demikian kepuasan konsumen harus dijadikan prioritas bagi perusahaan. Hal itu dikarenakan, salah satu kunci dalam mempertahankan konsumen adalah dengan kepuasan konsumen (Miguna & Agni, 2019).

Kepuasan konsumen sangat penting untuk menjaga loyalitas konsumen dan mendorong pemakaian produk perusahaan secara terus menerus. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu performa produk atau hasil dengan ekspektasinya. Kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan (Supranto, 2011). Menjaga para konsumen yang sudah memakai produk lebih sulit dibandingkan dengan mendapatkan konsumen baru, oleh karena itu, sangat penting bagi setiap perusahaan untuk memastikan bahwa para konsumennya merasa puas dengan suatu hal yang mereka inginkan. Konsumen yang puas dapat memberikan upaya promosi dengan memberikan rekomendasi atas dasar pengalaman pribadi yang dirasakan konsumen terhadap produk, sehingga meningkatkan daya persuasifnya (Manus & Lumanauw, 2015). Terdapat berbagai faktor yang dapat digunakan untuk memuaskan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (dalam Zelvian Adhari, 2021:44) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan. Penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan harga, karena dalam memberikan kepuasan konsumen, cara yang dapat dilakukan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik dan penetapan harga yang murah. Kualitas pelayanan yang baik, dan diberikan oleh perusahaan untuk menambah daya

tarik agar konsumen datang kembali, selain itu penetapan harga yang tepat sesuai dengan pangsa pasar dan kondisi perekonomian masyarakat sekitar dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didukung oleh pandangan menurut (M. Ibnu Khaldun dkk, 2015) menyatakan faktor penentu utama bagi perusahaan untuk menjadi pemenang dalam persaingan terletak pada kemampuan mereka untuk menawarkan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyediaan produk dan layanan berkualitas tinggi dengan biaya yang wajar.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu dapat dibentuk berdasarkan pengalaman yang diperoleh. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen agar konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan yang baik memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika layanan yang produsen tawarkan melampaui harapan konsumen, sebaliknya jika layanan yang ditawarkan produsen jauh lebih rendah dari apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Jayanti & Supriyanto, 2023). Pemberian pelayanan yang baik dan prima akan memberikan dampak positif bagi konsumen, sehingga akan lebih mampu menarik minat mereka serta pembelian ulang yang lebih sering oleh konsumen.

Harga merupakan bagian yang juga sangat penting diperhatikan oleh sebuah

perusahaan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Menurut Lupiyoadi (2013:136) harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Perusahaan harus menelaraskan strategi penetapan harga mereka dengan kemampuan keuangan klien mereka untuk memastikan bahwa konsumen mampu membayar layanan dan memenuhi harapan mereka mengenai kualitas layanan yang diberikan. Harga adalah penentu penting bagi organisasi untuk menghasilkan pendapatan dan menarik klien (Fifin & Anindhyta, 2020). Bagi perusahaan, penetapan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen dapat membeli produk dan memenuhi ekspektasi harapan konsumen. Perusahaan harus melakukan survei pendahuluan sebelum menetapkan harga optimal untuk barangnya. Harga harus selaras dengan daya beli konsumen untuk memastikan kemampuan mereka membeli barang dan jasa (Rendy, dkk. 2015). Penetapan harga yang tidak memadai dapat berdampak buruk bagi perusahaan, karena dapat mengakibatkan ketidakstabilan penjualan produk dan kerugian finansial. Penetapan harga dari sebuah usaha khususnya yang berada di daerah tertentu, harus diperhitungkan secara matang-matang untuk meminimalisir kerugian akibat dari kesalahan penetapan harga pada usaha tersebut.

Daerah Kabupaten Buleleng memiliki berbagai Kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Gerokgak. Daerah Kecamatan Gerokgak ini terdiri dari 14 desa, yakni Tukad Sumaga, Tinga-Tinga, Celukan Bawang, Pungulon, Patas, Gerokgak, Sanggalangit, Musi, Penyabangan, Banyupoh, Pemuteran, Pejarakan, Sumberkima, dan Sumberklampok. Daerah desa ini terdapat banyak pelaku usaha yang membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Daerah Desa, khususnya dari Desa

Tinga-Tinga sampai Desa Celukan Bawang terdapat 4 usaha ritel yang menyediakan kebutuhan masyarakat sehari-hari, yakni Toko Bunga Pertiwi, Toserba Cempaka, Manik Pertiwi yang berlokasi di Celukan Bawang, dan UD. Ardi Wijaya yang berada di Desa Tinga-Tinga. Keseluruhan dari usaha ritel ini berada di daerah Desa Tinga-Tinga sampai Desa Celukan Bawang dan berada pada radius yang cukup dekat. Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan untuk meninjau lokasi serta mengumpulkan beberapa data awal yang diperlukan dalam penelitian ke seluruh usaha ritel yang telah disebutkan, peneliti tertarik pada usaha ritel Toserba Cempaka. Toserba Cempaka merupakan perusahaan perdagangan yang bergerak dalam bidang ritel, yaitu dalam bidang penyaluran barang kebutuhan sehari-hari khususnya makanan (sembako), bermacam jenis minuman, peralatan dan perlengkapan rumah tangga, obat-obatan, kosmetik dan lain-lain. Toserba Cempaka mampu menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat, yang tidak bisa diperoleh pada usaha ritel lainnya. Hal tersebut menjadi satu alasan berdirinya Toserba Cempaka ini. Usaha ritel ini berlokasi di Desa Celukan Bawang, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, yang berdiri pada pertengahan tahun 2021. Toserba cempaka sebagai supermarket yang menyediakan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan masyarakat juga akan mengalami persaingan yang sangat ketat dari kompetitornya, sehingga harus selalu memperhatikan kepuasan konsumen.

Peneliti tertarik pada usaha ritel Toserba Cempaka dikarenakan ketika melakukan observasi, peneliti melihat adanya fenomena usaha ritel Toserba Cempaka ini sudah mulai sepi pembeli dan tidak ramai seperti saat awal dibuka. Peneliti juga melakukan wawancara pada pemilik usaha ritel Toserba Cempaka

yang bernama Hendy Pratama, terkait data penjualan Toserba Cempaka dari bulan Januari sampai bulan Desember 2023.

Berdasarkan data penjualan yang tersedia pada (Lampiran 2), terlihat bahwa penjualan pada Toserba Cempaka mengalami kenaikan dan penurunan di setiap bulannya. Pada bulan Januari tercatat sebanyak Rp. 1.565.368.54 rupiah, kemudian turun sebesar Rp. 1.429.010.09 rupiah pada bulan Februari, dan meningkat lagi pada bulan Maret sebesar Rp. 1.637.764.04 rupiah, kemudian turun kembali pada bulan April sebesar Rp. 1.511.150.05 rupiah. Pada bulan Mei meningkat lagi menjadi Rp. 1.522.735.01 rupiah, pada bulan Juni menjadi Rp. 1.739.385.10 rupiah, dan bulan Juli meningkat sebesar Rp. 2.086.718.07 rupiah. Pada bulan Agustus mengalami penurunan kembali sebesar Rp. 2.064.268.05 rupiah, lalu turun lagi pada bulan September sebesar Rp. 1.791.428.05 rupiah, kemudian bulan Oktober kembali meningkat sebesar Rp. 1.872.528.52 rupiah, lalu Rp. 2.026.433.05 rupiah pada bulan November, dan kemudian meningkat lagi sebesar Rp. 2.191.498.06 rupiah pada bulan Desember. Pemilik Toserba Cempaka Hendy Pratama, mengatakan bahwa ketidakstabilan penjualan Toserba Cempaka ini bisa jadi dikarenakan persaingan yang semakin ketat oleh para kompetitornya dan ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja di Toserba Cempaka ini.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Toserba Cempaka, disimpulkan bahwa ketidakstabilan penjualan pada usaha Toserba Cempaka dikarenakan adanya persaingan oleh usaha menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang di Toserba Cempaka. Menurut Abdul Gofur, (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana ketika menurunnya tingkat penjualan perusahaan diharapkan

lebih memperhatikan pada sikap dan rasa puas pelanggan terhadap apa yang sudah diterimanya. Hal ini perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya, terutama pada aspek kebersihan tempat, serta penataan produk yang baik dan rapi, sehingga pelanggan leluasa dan merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Pemilik perusahaan juga hendaknya memperhatikan harga yang ditawarkan atas produk yang di jualnya, memberikan harga yang kompetitif dengan tingkat promosi yang menarik, dan harga yang ditawarkan bila mengalami perubahan sebaiknya diberitahukan agar pelanggan tidak kecewa atas perubahan harga produk yang di tawarkan.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti terkait dengan konsumen yang beralih ke pesaing dan mayoritas konsumen mengatakan kurang puas pada Toserba Cempaka dan memberikan beberapa keluhan. Peneliti melakukan observasi kepada 31 konsumen yang berbelanja di Toserba Cempaka dan menanyakan terkait kepuasan konsumen dalam berbelanja di Toserba Cempaka dan harga yang ditetapkan Toserba Cempaka dibandingkan di tempat-tempat usaha yang sejenis. Hasil wawancara dan observasi awal yang tidak terstruktur yang dilakukan peneliti kepada 31 konsumen Toserba Cempaka, menunjukkan bahwa 100% konsumen pernah berbelanja di Toserba Cempaka. Hasil observasi menyebutkan sebesar 41,9% konsumen puas berbelanja di Toserba Cempaka, namun, sebesar 58,1% responden tidak puas dengan pelayanan Toserba Cempaka. Peneliti menggali mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen yakni bagaimana pelayanan yang diberikan dari usaha Toserba Cempaka ini, diperoleh beragam jawaban terkait pelayanan dimana menurut beberapa konsumen, pelayanan yang diberikan kurang, mulai dari

karyawan yang tidak memberikan ucapan salam seperti pesaingnya, penyusunan barang yang kurang rapi, kebersihan tempat yang masih dikatakan kurang bersih, serta konsumen sering kebingungan mencari produk yang ingin dibeli dikarenakan penataan barang yang tidak teratur. serta konsumen sering kebingungan mencari produk yang ingin dibeli dikarenakan penataan barang yang tidak teratur. Kondisi demikian tidak dialami oleh pesaingnya, mereka sangat menjaga kualitas pelayanan dengan memperhatikan mulai dari kebersihan, penataan barang yang rapi, memudahkan konsumen mencari barang yang mereka inginkan, sehingga ketika peneliti melakukan observasi ke lokasi usaha ritel lain, jarang ditemui barang yang berantakan, dan penataan barang yang kurang tepat. Pada umumnya kualitas pelayanan yang bermutu tinggi akan mendapatkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering oleh konsumen.

Mengumpulkan data mengenai persepsi kualitas pelayanan, peneliti juga menggali persepsi konsumen terhadap harga yang diberikan untuk konsumen yakni, pada hasil observasi terdapat 45,2% konsumen puas dengan harga yang ditetapkan oleh Toserba Cempaka. Namun 54,8% tidak puas dengan harga yang ditetapkan oleh Toserba Cempaka. Permasalahan yang dialami konsumen adalah penetapan harga yang tidak sesuai di rak dengan di kasir, tidak adanya potongan harga maupun promo-promo menyebabkan konsumen merasa harga yang dibebankan tanpa adanya program harga seperti pesaing lainnya menimbulkan kesan mahal pada usaha Toserba Cempaka. Beberapa konsumen menjadi lebih jarang berbelanja di lokasi ini dan memilih beralih ke pesaing disebabkan konsumen merasa harga yang ditawarkan pesaing lebih murah. Harga yang murah menjadi incaran konsumen, dimana harga tersebut mempengaruhi rasa puas bagi konsumen. Harga

yang cenderung murah dapat mengubah kepuasan konsumen (Mujari, dkk. 2023) dimana jika suatu perusahaan menawarkan sebuah harga jasa dan konsumen puas akan harga tersebut lalu kemudian pesaing menawarkan harga jasa yang lebih murah, maka kepuasan yang sudah terjadi bisa menjadi ketidakpuasan. Demikian kesimpulan di atas menunjukkan harga berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Mega, Sari (2015) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Permasalahan yang peneliti dapatkan dari observasi tersebut adalah kurangnya kepuasan konsumen berbelanja di Toserba Cempaka dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan dan penetapan harga yang masih tergolong tinggi, sehingga konsumen merasa tidak puas karena tidak sesuai dengan harapannya. Toserba Cempaka sebagai perusahaan perdagangan yang bergerak dalam bidang ritel harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan harga yang baik kepada pelanggan ataupun konsumennya. Masalah kualitas pelayanan dan harga menjadi masalah penting dan mendasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen selaku penggunaan layanan jasa. Pelayanan yang tepat dan harga yang baik menjadikan perusahaan bisa mencapai tujuan dan tentunya juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut.

- 1) Persaingan usaha di bidang ritel, akibat dari jarak setiap pesaing yang cukup dekat dan memperebutkan pangsa pasar yang sama.
- 2) Konsumen tidak puas dengan pelayanan di Toserba Cempaka.
- 3) Pelayanan yang kurang ramah, dan penataan barang kurang rapi, menyebabkan konsumen kesulitan mencari barang atau produk yang ingin dibeli. Data terlampir di Lampiran 3.
- 4) Persepsi konsumen terhadap penetapan harga yang kurang terjangkau. Data terlampir di Lampiran 4.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini supaya lebih berfokus dalam permasalahan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang, begitu juga dengan data yang hanya mencakup dengan penelitian ini saja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang?

- 2) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan kosnumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui sebagai berikut.

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang.
- 2) Pengaruh harga terhadap kepuasan kosnumen pada Toserba Cemaka di Desa Celukan Bawang.
- 3) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Manfaat Teoritis
 - (1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi kedepannya khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, serta kepuasan konsumen.

- (2) Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan di bidang pendidikan.

2) Manfaat Praktis

(1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti berupa peningkatan wawasan dan pengalaman tentang kondisi di masyarakat dan melatih kemampuan untuk berpikir kritis terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang.

(2) Bagi Perusahaan (Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang)

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi pihak Toserba Cempaka dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang lebih baik untuk kemajuan bisnis kedepannya.

(3) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber pustaka khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toserba Cempaka di Desa Celukan Bawang.