

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Circle-K merupakan usaha bisnis *franchise* waralaba yang ada Indonesia yang berbasis pada penjualan makanan, minuman, dan kebutuhan rumah tangga lainnya (ritel). Dalam menjalankan bisnisnya Circle-K tentu memiliki persaingan dalam dunia bisnis mereka. Untuk mempertahankan usahanya Circle-K menggunakan strategi pemasaran untuk mendapatkan pelanggan mereka. Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke *franchise* waralaba lainnya. Circle-K memberi bentuk pelayanan jasa kepada pelanggan untuk mengantarkan produk ke pelanggan dengan memberikan tingkat pelayanan dan harga yang telah direncanakan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang optimal.

Perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak cukup signifikan terutama bagi dunia usaha saat ini. Semakin banyaknya usaha waralaba yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Munculnya berbagai usaha yang bersifat sejenis tersebut juga lambat laun akan memberikan dampak bagi para pelanggan untuk semakin selektif dalam menentukan pilihan.

Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu

usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui kinerja pelayanan yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Menyadari pentingnya nilai sebuah pelayanan, membuat perusahaan harus mengembangkan bisnis pada manajemen hubungan pelanggan yang baik.

Dalam industri waralaba, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu profit strategi untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Jika pelanggan tidak dapat terpuaskan dari segi kualitas pelayanan, akan berdampak buruk bagi Circle-K itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya pelanggan.

Dengan ketatnya persaingan, penentuan harga juga yang tepat juga harus mempertimbangkan produk dan fasilitas yang didapat. Faktor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan merasakan kepuasan karena harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Jika pelanggan tidak dapat terpuaskan dengan harga, akan berdampak buruk bagi Circle-K itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya pelanggan.

Persepsi pelanggan tentang harga yang diberikan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada dasarnya harga ditentukan oleh biaya produk dan

komponen lainnya. Jika penetapan harga produk tepat dan sesuai dengan kemampuan beli pelanggan, maka pelanggan akan memilih produk tersebut, karena pelanggan bersedia menerima harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan menetapkan harga dengan menggunakan berbagai pertimbangan, namun akan lebih baik jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai yang diberikan, manfaat, kualitas produk, dan harga yang kompetitif yang mampu bersaing dipasaran. Penetapan harga yang terjangkau juga menjadi pemicu terjadinya peningkatan kinerja pemasaran, karena hal itu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan dalam melakukan pembelian produk baik barang atau jasa.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rayi (2008) berdasarkan hasil penelitiannya variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada Warung Makan Taman Singosari Semarang), dan menurut penilitan Ryan (2010) adalah variabel harga, produk, kebersihan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada restoran Mamamia cabang Mrican, Semarang), sedangkan dari penelitian Oldy (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel Caesar, Semarang).

Tabel 1.1

Tabel Pendapatan Circle-K Pemogan Bulan Juli – Desember 2019

Bulan (2019)	Pendapatan
Juli	Rp. 275.277.700
Agustus	Rp. 268.646.700
September	Rp. 266.223.400

Oktober	Rp. 265.328.100
November	Rp. 259.393.100
Desember	Rp. 277.278.100

Sumber: Circle-K Pemogan, diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diamati bahwa selama lima bulan pertama paruh kedua tahun 2019 terus mengalami penurunan jumlah pendapatan Circle-K bulanan. Pada Juli 2019 jumlah pendapatan Circle-K sebanyak Rp. 275.277.700 selanjutnya Agustus, September, Oktober, dan November 2019 berturut-turut sebanyak Rp. 268.646.700, Rp. 266.223.400, Rp. 265.328.100, Rp. 259.393.100 di mana terus mengalami penurunan jumlah pendapatan Circle-K bulanan yang signifikan.

Tabel 1.2

Tabel Jumlah Pelanggan Circle-K Pemogan Bulan Juli – Desember 2019

Bulan	Jumlah Pelanggan
Juli	13753
Agustus	13422
September	13311
Oktober	13256
November	12949
Desember	13833

Sumber: Circle-K Pemogan, diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diamati bahwa selama lima bulan pertama paruh kedua tahun 2019 terus mengalami penurunan jumlah pelanggan Circle-K bulanan. Pada Juli 2019 jumlah pelanggan Circle-K sebanyak 13753 selanjutnya Agustus, September, Oktober, dan November 2019 berturut-turut sebanyak 13422, 13311, 13256, 12949 di mana terus mengalami penurunan jumlah pelanggan Circle-K bulanan yang signifikan.

Pada dasarnya yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan jasa adalah kepuasan pelanggan. Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2000:42). Dengan ini peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Circle-K, Jalan Pulau Bungin, Pemogan, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80221”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pada Circle-K, yaitu:

- a. Kualitas pelayanan dalam persaingan untuk kepuasan pelanggan Circle-K.
- b. Harga dalam persaingan untuk kepuasan pelanggan Circle-K.
- c. Pada parus kedua tahun 2019 pendapatan yang terus menurun dari Juli sampai November 2019.
- d. Pada paruh kedua tahun 2019 jumlah pelanggan yang terus menurun dari Juli sampai November 2019.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian di atas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K.
- b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K.
- c. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Circle-K.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat hasil penelitian yang didapat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan, maupun penelitian yang sejenis. Selain itu dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ilmu manajemen pada konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir skripsi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Penelitian ini diharapkan menambah ilmu dan pengetahuan serta memberikan pemahaman tentang kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai bahan masukan maupun tambahan informasi tentang kualitas pelayanan dan harga dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

