

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Perusahaan yang berkembang Indonesia, tingkat persaingan di sektor komersial semakin meningkat. Di era globalisasi saat ini, setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan sejumlah faktor penting untuk memaksimalkan pendapatan sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan oleh masing-masing perusahaan dan juga untuk mempertahankan kemampuan mereka untuk bersaing di pasar. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, yang merupakan tujuan kompetitif bagi bisnis, banyak faktor yang harus diperiksa dengan cermat.

Kualitas pelayanan merupakan standar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan, pernyataan ini didukung Lovelock *et al* dalam (Maramis et al., 2018) menegaskan bahwa suatu produk atau layanan terus menerus memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Karena apa yang diharapkan konsumen dalam memenuhi tuntutan mereka terpenuhi sesuai dengan persepsinya atau bahkan di luar persepsinya, maka peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sudut lain dari kualitas pelayanan adalah kegiatan mencari keuntungan

dengan menerapkan perbaikan yang diinginkan konsumen untuk menambah nilai bisnis mereka. (Aswad et al., 2018).

Menurut (Tombeng & Roring, 2019) Pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas berdampak positif bagi tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas layanan menentukan pelanggan, dan pelanggan meningkatkan jumlah tujuan bisnis yang terpenuhi.

Toko Tata karya adalah toko kaca dan aluminium yang berdiri sejak tahun 2018 yang berlokasi di jalan Batu Lipai Raya Kabupaten Karimun Provinsi Kepulauan Riau. Toko Tata Karya menjual berbagai macam kaca dan aluminium yang dipasarkan kepada perusahaan maupun pengrajin kaca dan aluminium lokal, juga kepada masyarakat umum. Berikut terdapat data penjualan pada Toko Tata Karya Kabupaten Karimun berdasarkan data satu tahun terakhir dari Januari 2021-Desember 2021.

Tabel 1.1 Laporan penjualan Toko Tata Karya Periode 2021

No	Bulan	Total
1	Januri 2021	Rp 108.345.000
2	Febuari 2021	Rp 200.000.000
3	Maret 2021	Rp 117.471.000
4	April 2021	Rp 189.693.000
5	Mei 2021	Rp 131.996.000
6	Juni 2021	Rp 178.350.000
7	Juli 2021	Rp 206.621.000
8	Agustus 2021	Rp 106.774.000
9	September 2021	Rp 159.000.000
10	Oktober 2021	Rp 110.941.000
11	November 2021	Rp 173.479.000
12	Desmber 2021	Rp 158.000.000
Total		Rp 1.840.670.000

Sumber : Toko Tata Karya 2021

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan jumlah penjualan pada bulan Februari 2021 sebesar Rp 200.000.000 yang mana dikarenakan adanya pembelian dari sebuah Perusahaan yang mengerjakan proyek pemerintah. Namun terjadi penurunan pada bulan Maret 2021 yang cukup signifikan sebesar Rp 117.471.000, kemudian dapat dilihat terjadi penurunan secara terus menerus selama 3 bulan berturut-turut yakni mulai bulan Agustus hingga Oktober 2021 dan bulan Desember 2021. Dapat diperhatikan dengan seksama, Dari data tersebut akan terlihat bahwa volume penjualan bulanan Toko Tata Karya cukup bervariasi dan sering menurun. Oleh karena itu, peneliti berpendapat bahwa salah satu aspek penting yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli kaca dan aluminium dari Toko Tata Karya adalah komponen harga. Volume penjualan berfungsi sebagai proxy untuk kepuasan konsumen dengan keputusan keuangan mereka..

Dalam kesuksesan perusahaan menjual produknya, harga memang menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Dalam proses penetapan harga perusahaan harus jeli dalam menganalisis kesanggupan konsumennya serta tidak menyebabkan perusahaan menjadi rugi. Semua komponen lain dari bauran pemasaran hanya mengecualikan biaya; satu-satunya komponen yang benar-benar menciptakan pendapatan adalah harga. Harga berdampak pada kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. (Asti & Ayuningtyas, 2020: 6).

Di zaman ini konsumen sangat selektif dalam membelanjakan uangnya. Konsumen cenderung akan membandingkan harga dari beberapa toko yang menjual produk dengan kualitas yang sama. Oleh karena itu perusahaan akan terus bersaing

dalam menetapkan harga semenarik mungkin dengan tetap menjaga keuntungan perusahaan.

Harga adalah nilai tukar yang ditetapkan oleh bisnis untuk semua pengeluaran yang dilakukan oleh pelanggan untuk membeli barang-barang perusahaan. Nilai barang yang dijual oleh perusahaan dan barang yang dicari konsumen membentuk bauran pemasaran, yang mencakup harga sebagai salah satu komponennya. Pernyataan ini didukung oleh (Aswad et al., 2018) Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang mempengaruhi omzet suatu perusahaan, menurut pernyataan tersebut. Semua biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan, memiliki, dan menggunakan barang dan jasa dari suatu produk disebut sebagai penetapan harga. Di Indonesia khususnya harga merupakan salah satu fokus utama konsumen dalam membelanjakan uangnya dan harga menjadi penilaian konsumen dalam merasakan kepuasan terhadap produk yang dibelinya. Konsumen di pasar indonesia cenderung membandingkan harga produk terlebih dahulu dibandingkan kualitas produk tersebut. Penetapan harga juga menentukan persaingan produk perusahaan di pasaran yang menuntut perusahaan meningkatkan kualitas pelayanannya agar bisa memberi kepuasan terhadap konsumen.

Harga dan layanan yang berkualitas tinggi dianggap dapat meningkatkan bisnis karena memiliki pelanggan yang puas. Pernyataan ini didukung oleh (Aswad et al., 2018) menyatakan bahwa kepuasan klien dipengaruhi secara positif oleh harga dan kualitas layanan. Perusahaan harus memperhatikan biaya dan tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar dapat memuaskan mereka.

Mengingat keadaan pertumbuhan teknis yang sangat pesat, keinginan masyarakat akan produk yang bermanfaat juga meningkat. Diantara dampak perkembangan zaman di era sekarang, masyarakat mulai melakukan perpindahan untuk menggunakan perabotan rumah yang berbahan dasar kaca dan aluminium. Dari perubahan kebutuhan masyarakat terhadap perabotan berbahan kaca dan aluminium, berdampak positif pada perkembangan bisnis yang bergerak di bidang penyedia produk praktis yakni toko kaca dan aluminium, Seharusnya tidak mengherankan bahwa semakin banyak perusahaan saat ini menjual kaca dan aluminium produksi dalam negeri maupun impor di Indonesia.

Organisasi perdagangan harus fokus pada harga dan kualitas layanan selain harga untuk memuaskan klien mereka, karena kualitas layanan memiliki dampak signifikan pada bagaimana konsumen memandang produk saat mereka membeli. Menurut (Suhairi, 2019: 2542) Menurut pernyataan tersebut, harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang mempengaruhi omzet suatu perusahaan. Penetapan harga mengacu pada harga yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk membeli, memiliki, dan menggunakan barang dan jasa suatu produk.

Kualitas jasa akan dipersepsikan ideal oleh penerima jasa jika memenuhi atau melampaui harapan masyarakat pelanggan. Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk terus melakukan bisnis dengan perusahaan, bisnis harus dapat menawarkan layanan yang terbaik kepada konsumen.

Berikut terdapat data perbandingan harga kaca dan aluminium di beberapa toko kaca dan aluminium yang ada di Kabupaten Karimun.

Tabel 1.2 Harga Kaca dan Alumunium Di Beberapa Toko Kabupaten Karimun Tahun 2021

TOKO	KACA	ALUMUNIUM / PERBATANG
Toko Tata Karya	Rp. 290,000,00	Rp. 200,000,00
Toko Cirebon	Rp. 210,000,00	Rp. 180,000,00
Toko Sinar Mulya	Rp. 230,000,00	Rp. 170,000,00
Toko Polymaster	Rp. 280,000,00	Rp. 190,000,00

Sumber : Data Olahan kaca dan alumunium 2021

Dari table 1.2 di atas dapat dilihat harga kaca dan aluminium tahun 2021, dimana harga kaca dan aluminium di setiap toko memiliki perbandingan yang cukup bersaing.

Toko Tata Karya mendapatkan beberapa keluhan dari konsumen tentang harga yang diberikan Toko Tata Karya. Mulai dari harga yang lebih mahal dibanding kompetitornya, harga yang tidak stabil, harga yang mengalami kenaikan tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada konsumen, dan juga keluhan tentang pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen, kurangnya jumlah karyawan yang bertugas melayani konsumen sehingga konsumen sering tidak mendapatkan pelayanan dengan baik, kurangnya pemahaman karyawan terhadap barang yang dijual sehingga sering terjadi kesulitan untuk mengetahui barang yang diinginkan konsumen. Permasalahan yang terjadi mengenai harga dan kualitas pelayanan ini tentunya berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen yang akan mengakibatkan tidak tercapai tujuan perusahaan.

Dibawah ini adalah data Top Brand kaca dan aluminium di Toko Tata Karya ditahun 2021.

Tabel 1.3 Top Brand Index 2021

KACA	ALUMINIUM
Tempered	YKK
Laminated	Alcan
	Superex Alexindo

Sumber : Toko Tata Karya 2021

Saat ini, kesuksesan sebenarnya ditentukan oleh kualitas. Ini karena ada lebih banyak barang aluminium dan kaca di pasaran, menjadikan pelanggan sebagai raja perusahaan. Sumber kehidupan setiap institusi adalah kualitas. Standar kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan layanan yang lebih baik. Harga dan kualitas layanan adalah dua faktor yang sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggan karena mereka berfungsi sebagai barometer penting untuk seberapa puas pelanggan dengan keputusan keuangan mereka. Saat berbelanja, pelanggan sangat berhati-hati dengan penawaran harga perusahaan untuk barang yang ingin mereka beli serta bagaimana perusahaan memperlakukan mereka.

Peneliti tertarik untuk mempelajari perilaku konsumen dari segi harga, kualitas pelayanan, dan kebahagiaan konsumen berdasarkan informasi yang diberikan di atas. Peneliti dalam penyelidikan ini membahas **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Tata Karya Kabupaten Karimun”**.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang penelitian di atas, identifikasi masalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Harga yang lebih mahal dari Kompetitor di Toko Tata Karya
2. Harga yang tidak stabil di Toko Tata Karya
3. Kenaikan harga tanpa pemberitahuan kepada konsumen di Toko Tata Karya
4. Kurangnya karyawan sehingga konsumen tidak di layani dengan baik di Toko Tata Karya
5. Kurangnya pemahaman karyawan tentang produk sehingga sering terjadi kesulitan untuk mengetahui barang yang diinginkan konsumen di Toko Tata Karya.
6. Kualitas pelayanan yang kurang baik menyebabkan perusahaan belum mampu memberi kepuasan pada konsumen di Toko Tata Karya.

1.3 Batasan masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini, yang hanya membahas tentang, diperlukan karena ruang lingkup kesulitan saat ini, keterbatasan waktu dan kapasitas penelitian, dan agar perdebatan tidak meluas.:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan..
3. Objek pada penelitian ini pada Toko Tata Karya Kabupaten Karimun.

1.4 Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada dan batasan masalah. :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan dalam kepuasan pelanggan pada toko Tata Karya di Kabupaten Karimun?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Tata Karya di Kabupaten Karimun?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara signifikan pada toko Tata Karya Kabupaten Karimun mempengaruhi kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini diperoleh dari uraian permasalahan penelitian, adapun tujuan yang diperoleh adalah:

1. Menentukan pengaruh harga toko Tata Karya Kabupaten Karimun.
2. Memahami dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Tata Karya Kabupaten Karimun..
3. Melakukan riset bagaimana harga dan kualitas layanan bekerja sama untuk memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Tata Karya, Kabupaten Karimun.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Semua kalangan diharapkan dapat memperoleh pengetahuan dan pemahaman dari penelitian ini, khususnya di bidang taktik pemasaran untuk fasilitas dan promosi.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Untuk akademisi

menambah informasi dan pemahaman bagi penulis tentang permasalahan yang perlu dikaji.

2. Kepada Instansi

Perpustakaan Universitas Putera Batam diharapkan dapat mengambil manfaat dari tambahan referensi yang diberikan oleh penelitian ini.

3. Untuk Bisnis

Untuk memberikan gambaran bisnis, opsi, dan hal-hal yang perlu dipikirkan saat membuat keputusan untuk meningkatkan penjualan.

4. Untuk Riset Berkelanjutan

untuk memperluas variabel yang sudah ada dan memberikan konteks lebih lanjut bagi pembaca potensial. termasuk untuk penelitian akademis.