

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di era globalisasi sekarang ini semakin berkembang pesat. Persaingan bisnis semakin ketat di berbagai sektor termasuk usaha jasa. Jasa adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler dan Amstrong, 2001).

Untuk meningkatkan persaingan dalam industri jasa, pihak pengusaha terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep seperti fokus pelanggan untuk dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Hal ini menuntut perusahaan-perusahaan jasa melakukan persaingan guna menguasai pasar. Sangat penting bagi pihak perusahaan untuk mengetahui dan memahami perilaku konsumen, karena mengingat keinginan dan kebutuhan konsumen yang beragam, sehingga perusahaan mampu mengembangkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sikap dan perilaku konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya adalah salah satu tugas perusahaan yang harus dihadapi dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat.

Menurut Kotler (2009:158) perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam hal mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Produk suatu usaha jasa pada dasarnya tidak berwujud, tidak berciri fisik, tidak dapat dilihat, dan merupakan suatu bentuk perbuatan oleh seseorang atau sekelompok yang ditawarkan kepada orang lain. Konsumen umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan layanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003).

Untuk meningkatkan persaingan dalam industri jasa, pihak pengusaha terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep seperti fokus pelanggan untuk dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati sedikit saja perubahan perilaku konsumen sehingga apabila konsumen mengalami perubahan perilaku konsumen pihak perusahaan dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut.

Semua orang mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya tanpa disadari. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen harus melakukan pemecahan masalah dalam kebutuhan yang dirasakan dan keinginannya untuk memenuhi kebutuhan dengan konsumsi produk atau jasa yang sesuai. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor harga. Penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan konsumen.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha dan Irawan, 2005). Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Selain harga, faktor lain yang dapat menunjang keputusan konsumen untuk menggunakan jasa di studio musik tersebut adalah fasilitas.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2006). Fasilitas dapat mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen harus sangat kritis dan berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk fasilitas yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, konsumen semakin tertarik untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa di studio musik adalah lokasi. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa, karena erat kaitannya dengan pasar potensial (Tjiptono, 2000). Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk menggunakan sarana latihan di sebuah studio musik, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat studio musik tersebut.

Saat ini perkembangan musik di Indonesia mulai kembali berkembang dengan pesat. Banyak pula bermunculan band-band baru yang mencoba mensejajarkan dirinya dengan major label band yang sudah terkenal. Musik adalah pengungkapan gagasan melalui bunyi, yang unsur dasarnya berupa melodi, irama, dan harmoni, dengan unsur pendukung berupa bentuk gagasan, sifat, dan warna bunyi.

Penggemar musik dapat menyalurkan kegemaran dan bakatnya melalui alat musik dan dapat memainkannya sendiri atau dengan membentuk sebuah band. Akan tetapi tidak semua orang memiliki alat musik sendiri yang lengkap, sehingga mau tidak mau banyak orang juga mencari cari tempat berlatih musik. Bagi penggemar musik yang tidak memiliki alat musik yang lengkap dan berkualitas, studio musik menjadi jawabannya. Penggemar dapat memainkan musik hanya dengan cara menyewanya, sementara biaya sewanya biasanya dipatok per jam.

Studio musik adalah ruangan atau sekelompok ruangan yang digunakan untuk berlatih musik. Sebagian besar studio musik memiliki alat musik lengkap seperti: drum, gitar, keyboard, bass, amplifier, mixer, microphone. Biasanya kebanyakan orang menggunakan studio musik sebagai sarana latihan, dan ada juga orang yang menggunakan studio musik sebagai tempat rekaman. Kebanyakan orang di sekitar kita membuat studio musik sebagai tempat rental audio ataupun sound system, serta alat musik (wikipedia.com).

Semakin banyaknya para pecinta musik dan penikmat musik, membuka lebar peluang bagi tumbuh dan berkembang pesatnya bisnis dalam dunia musik. Bisnis persewaan studio musik merupakan salah satunya. Bisnis ini bergerak di bidang pemasaran jasa. Dewasa ini bisnis persewaan studio musik semakin berkembang pesat, hal ini ditunjukkan dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Saat ini bermusik merupakan kegiatan yang lagi *booming* atau paling di gemari oleh seluruh lapisan masyarakat khususnya para remaja.

Cukup banyak di daerah Ponorogo yang menyediakan jasa Studio musik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam mengembangkan hobinya untuk bermain musik, di antaranya Maestro Studio Musik, Anternas Studio, Sonic Studio, Pro Station Studio dan masih banyak yang lainnya.

Banyaknya persewaan studio musik di kota ponorogo membuat para pemakai jasa studio musik tidak mudah memilih mana yang sekiranya lebih mudah dijangkau dan nyaman dalam pemakaian. Walau demikian, biasanya terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi penggunaan studio musik oleh pemakai jasa persewaan, antara lain mudah dijangkau, memiliki fasilitas lengkap dan nyaman dalam pemakaian.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian berkaitan dengan persewaan studio musik. Alasan memilih musik adalah karena bermusik merupakan kegiatan atau olahraga yang tidak tergolong mahal, digemari banyak orang mulai dari anak anak, remaja, bahkan orang tua pun suka bermusik. Selain itu, bermusik bisa dijadikan sebuah bahasa yang universal. Bermusik juga mampu menyampaikan berbagai pesan ke seluruh bangsa tanpa harus memahami bahasanya. Di sisi lain, event-event yang sering digelar khususnya di Ponorogo tidak pernah meninggalkan musik sebagai pengantarnya.

Studio Musik Flame adalah obyek dalam penelitian ini yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang studio musik. Studio Musik Flame Ponorogo berdiri sejak 2005 dan berlokasi di Jl. Semeru 04, Banyudono, Ponorogo. Studio ini memakai alat, dan amplifier build up pabrik. Studio ini memiliki 2 rental studio, cafe, toilet bersih, ruang tunggu yang nyaman, wifi, area parkir yang luas dan aman. Dengan kelebihan inilah yang membuat Studio Flame berbeda dengan studio musik rental lain yang lainnya.

Dari uraian latar belakang masalah tersebut menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul: PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA STUDIO MUSIK FLAME JALAN SEMERU PONOROGO.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan adalah merupakan arah pembahasan dalam penelitian ini, sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diperjelas dengan rumusan masalah ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a) Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- b) Seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- c) Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- d) Faktor mana yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah merupakan pembatas dalam pembahasan dalam penelitian, agar tidak menyimpang dari permasalahan yang telah disampaikan dalam rumusan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

Hanya akan melakukan penelitian tentang pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo, dengan jangka waktu 1 bulan, yaitu mulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan 30 Januari 2015.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah merupakan jawaban dari rumusan masalah dan akan ditindak lanjuti dengan pembahasan serta analisa data, pada akhirnya akan menemukan jawaban yang diinginkan. Adapun tujuan dalam penelitian adalah:

- a) Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- b) Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- c) Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.
- d) Ingin mengetahui faktor mana yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ‘Studio Musik Flame’ di Ponorogo.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a) Manfaat secara teoristis

Penelitian ini diharapkan akan mampu meningkatkan pemahaman teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam bidang pemasaran, khususnya masalah keputusan konsumen.

b) Bagi Mahasiswa

- a. Dapat membandingkan antara ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di perusahaan.
- b. Dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas setelah melakukan penelitian di 'Studio Musik Flame' di Ponorogo.
- c. Sebagai wahana berproses dalam pengembangan diri dan berpikir kritis terhadap permasalahan yang ada dibidangnya.

c) Bagi Perusahaan

1. Dapat mengetahui pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen di 'Studio Musik Flame' di Ponorogo.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan untuk lebih mengetahui tentang keputusan konsumen sehingga perusahaan dapat merumuskan kebijakan ataupun strategi yang akan dijalankan.

d) Bagi Universitas / Perpustakaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan sekaligus menambah perbendaharaan materi yang mempunyai pembahasan yang sama khususnya di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

e) Bagi Penelitian yang Akan Datang

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru bagi mahasiswa dimasa yang akan datang.
2. Bisa sebagai bahan referensi atau pertimbangan peneliti yang lain khususnya dalam pembahasan yang sama.