

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki banyak suku, agama, budaya dan bahasa. Dengan jumlah penduduk semakin meningkat dan tidak diimbangi dengan adanya lapangan pekerjaan yang membuat banyaknya pengangguran. Disektor industri yang paling berpotensi yang memiliki peranan penting untuk membangun perekonomian, membuka lapangan pekerjaan dan dapat mendorong pertumbuhan teknologi yang sangat berguna di zaman sekarang ini, selain itu dapat memicu perkembangan perekonomian di masyarakat yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya dalam bidang perdagangan. Industri merupakan salah satu kegiatan ekonomi manusia yang penting, untuk menghasilkan berbagai kebutuhan hidup manusia dari makanan, minuman, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga dan juga kebutuhan hidup lainnya.

Semakin banyak kebutuhan manusia sekarang ini, banyak para pelaku bisnis mengembangkan usahanya di bidang barang maupun jasa. Dengan banyaknya tidak terlepas dari bantuan campur tangan pihak lain. Misal dari pihak swasta maupun pemerintah. Peran pemerintah yang sesungguhnya untuk membuatkan lapangan pekerjaan atau memfasilitasi untuk membuka usaha baru dan juga untuk membuka Balai Latihan Kerja (BLK). Di dalamnya terdapat berbagai macam jenis pelatihan kerja mulai dari memasak, menjahit, membuat kerajinan yang bernilai tinggi, bengkel, elektronik dan sebagainya. Setelah selesai dari pelatihan dapat bekerja sesuai keahliannya atau

menerapkannya dan mengembangkannya sendiri, dengan begitu akan membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi setidaknya pengangguran yang berada.

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan bantuan dari orang lain yang tidak bisa terpenuhi dengan sendirinya. Hal tersebut terdapat dalam suatu jual beli yang di dalamnya terdapat konsumen dan produsen. Yang saat ini menjadi salah satu motor penggerak untuk kemajuan dan kesejahteraan rakyat yaitu perdagangan. Dengan begitu dapat menyetabilkan perekonomian juga untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Di setiap bisnis, sekarang ini dihadapkan dengan banyak persaingan global baik secara langsung maupun tidak langsung yang bermunculan baru. Dengan begitu sangat berpotensi untuk masyarakat membuka usaha seperti home industri, rumah makan, toko perlengkapan, barbershop, kecantikan dan sebagainya.

Perdagangan di bidang jasa yaitu aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik seperti kenyamanan dan kesenangan. Contoh di bidang transportasi umum, bus antar kota antar provinsi yang di dalamnya terdapat fasilitas yang mewah seperti selimut, tempat duduk yang nyaman, toilet dan mendapat jatah makan dan sebagainya. Sedangkan dibidang barang yaitu merupakan kegiatan menjual barang yang bersifat berwujud meliputi kebutuhan sandang dan papan contoh pakaian khas Ponorogo. Yang terlintas pertama dalam pikiran baju yang serba hitam yang berbeda dari lainnya, yang digunakan dalam pertunjukan reyog atau dalam acara tertentu misal hari jadi Kabupaten Ponorogo.

Pakaian yang menjadi ciri khas Kota reyog yang dilihat sangat gagah dan berwibawa terkenal dengan sebutan pakaian ponoragan. Di ponorogo sendiri yang terkenal bukan ciri khas pakainnya tetapi keseniannya yang unik berbeda dari lainnya dan kostum penarinya yang terlihat gagah bagi warok dan cantik bagi jathil. Dengan begitu pesatnya perkembangannya menjadikan perlengkapan menjadi kurang. Pengamatan yang begitu jeli banyak masyarakat memanfaatkan kesempatan untuk membuka usaha di bidang perlengkapan reyog salah satunya di Stama langgeng Ponorogo.

Di Ponorogo terdapat banyak toko yang menjual produk yang sama, seperti di Istana reyog, oleh – oleh khas Ponorogo, reyog ganing mas, suromenggolo, dan masih banyak lagi. Dengan begitu banyaknya persaingan dengan produk yang sama tetapi kualitas yang berbeda, dan untuk memenangkan persaingannya maka perlu di tingkatkan pelayanannya. Keunggulan yang dimiliki seperti pelayanan yang ramah, karyawan yang mengarahkan apabila mengalami kebingungan, produk yang berkualitas dengan harga yang ekonomis.

Di toko perlengkapan reyog Stama Langgeng terdapat banyak jenis barang seperti kendang yang berguna sebagai alat pengatur tempo pertunjukan, gong sebagai penyemangat, srompet sebagai alur irama dan alat musik lainnya. Tersedia kostum jathil garap maupun jathil obyok, kostum warok, penadon dan sebagainya. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dengan tersedianya waktu yang panjang memberikan peluang bagi konsumen atau pun pelanggan dapat mengunjungi sewaktu - waktu dan dipermudah dengan

cara memesan terlebih dahulu dan mengambilnya kemudian bila sudah menjadi pelanggan tetap.

Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing antar pelaku usaha. Banyaknya usaha yang sejenis mengakibatkan persaingan semakin ketat dengan begitu perusahaan harus menggunakan strategi yang sangat efektif untuk tetap dapat bersaing. Sebab itu peran teknologi informasi sangat penting serta kemampuan manajerial yang baik dalam menjalankan suatu usaha menjadi fokus utama dalam hal ini. Karena tidak dapat dipungkiri banyak pelaku usaha kecil terkedala dalam aspek teknologi, informasi dan manajerial yang kurang baik menyebabkan kurangnya pengetahuan informasi kepada konsumen.

Sehingga konsumen memilih tempat lain yang menyediakan informasi yang diperlukan tanpa harus datang ke lokasi. Untuk menyasati keterbatasan tersebut Selain kualitas pelayanan dan kemudahan berbelanja perusahaan tidak terlepas dari strategi pemasaran yang tepat, maka pemasaran kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan awal perusahaan dan untuk berkembang seta mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memberi kepuasan kosnumen. Bisa dikatakan pemasaran tidak hanya dipertimbangkan sebagai alat penjualan dan penciptaan permintaan, tetapi dipertimbangkan sebagai bagian terpenting bagi perusahaan dalam meraih kepercayaan konsumen dan jugas sebagai nyawa dari sebuah perusahaan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sedikit banyak mengubah pola strategi pemasaran. Teknologi informasi telah menjadi

penetrasi pasar utama dan akan terus berkembang. Di era modern ini dengan mudahnya komputer, telepon genggam dan rendahnya biaya koneksi internet, maka media tersebut akan menjadi masa depan untuk komunikasi pemasaran. Karena itu, konsumen memiliki potensi untuk mengakses lebih jauh dan mempengaruhi konsumen lain dengan pengalaman yang telah mereka rasakan, selain itu konsumen akan lebih terlibat pada aktivitas lain yang dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan wawasan mengenai pasarnya.

Media sosial yang sudah merambah pada masyarakat dengan mudah manajemen pemasaran untuk mengembangkannya dan menginformasikan, selain itu dari perbincangan mulut ke mulut secara tidak langsung dapat menyebarkan informasi mengenai hal tersebut. Keberhasilan keuntungan sering bergantung pada kemampuan pemasaran dan manajerial dalam menjalankan usahanya. Fungsi pemasaran sendiri adalah menentukan barang dan jasa yang dibutuhkan manusia serta menjualnya kepada konsumen dengan harga terjangkau tetapi tetap menguntungkan.

Lokasi yang kurang strategis tidak membuat permasalahan yang cukup berarti, meskipun tempatnya berada sedikit kedalam tetapi di tengah kota, memudahkan pelanggan dalam mengunjunginya. Yang mana lokasi berada di jl. Parikesit no 22 Kepatihan Ponorogo. Barang yang di jual sangat lengkap dan mengikuti perkembangan model yang dibutuhkan konsumen.

Dimana toko perlengkapan reyog Stama Langgeng memiliki kualitas pelayanan yang kurang begitu baik. Dimana untuk memilih barang dan untuk tempat pembayaran di tempat yang sama, sehingga konsumen berdesakan pada saat memilih barang dan membayar. Untuk fasilitas kurang lengkap,

penataan barang yang kurang tepat, tempat parkir yang kurang luas, tidak tersedianya tempat duduk. Meskipun konsumen yang mendominasi dari kalangan pelajar dan mahasiswa mereka tetap loyal dikarenakan kualitas sangat terjamin, mengikuti perkembangan dan juga harga cukup terjangkau.

Kualitas pelayanan kemampuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan, dari bentuk karakteristik barang dan jasa baik nampak jelas maupun tersembunyi. Untuk mencapai keberhasilan perusahaan harus melakukan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan hal utama yang harus dipenuhi. Terdapat lima dimensi yang perlu dilakukan perusahaan sebagai berikut : Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Kepedulian (*emphaty*), yang bertujuan agar para pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal.

Dari kelima variabel – variabel tersebut perlu mendapat perhatian yang spesifik. Berdasarkan penilaian pelanggan yang berkunjung di toko perlengkapan reyog, sudah menerapkan pelayanan yang baik dan tepat. Oleh karena itu perlu adanya kajian lebih dalam untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel tersebut tentang kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, REABILITY, RESPONSIVINESS, ASSURANCE, EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDY KASUS DI UD. STAMA LANGGENG PONOROGO.**

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas yaitu:

- 1) Apakah ada pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 2) Apakah ada pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 3) Apakah ada pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 4) Apakah ada pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 5) Apakah ada pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 6) Apakah ada pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?
- 7) Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir
6. Untuk mengetahui pengaruh variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir

7. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di UD. Stama Langgeng perlengkapan reyog dan souvenir

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian kali ini diharapkan bermanfaat untuk sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti

Untuk melatih kemampuan ilmiah mahasiswa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran

- b. Bagi Perusahaan

Dari penelitian yang didapat dapat memberikan masukan untuk perusahaan Stama Langgeng mengenai tingkat kepuasan pelanggan melalui variabel – variabel. Hasilnya setelahnya dapat disimpulkan bahwa variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan lagi dan bila dari variabel mempengaruhinya dapat dipertahankan dan di kembangkan.

- c. Bagi masyarakat

Memberikan informasi yang valid kepada masyarakat agar dapat membedakan satu tempat dengan yang lainnya melalui variabel – variabel yang telah di uji