

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perdagangan bebas saat ini yang berdampak pada kegiatan perekonomian di setiap negara termasuk Indonesia membuat banyaknya persaingan yang semakin ketat. Apalagi sekarang masyarakat lebih pandai dan teliti dalam memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Kondisi seperti ini menuntut untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Persaingan yang semakin ketat ini memperkuat sistem manajemen yang harus dijalankan dengan baik, seperti manajemen dalam bidang operasional, SDM, keuangan, dan pemasaran. Dengan kombinasi antara empat bidang tersebut yang dijalankan dengan baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan.

Dalam bidang operasional pelaksanaannya selalu berhubungan dengan *planning, organizing, actuating, controlling* menurut Umi Farida (2017) berikut penjelasannya yang pertama, *planning* (perencanaan) adalah kegiatan perusahaan untuk menyusun strategi dan menentukan rencana untuk sekarang dan masa mendatang. Kedua, *organizing* (pengorganisasian) yaitu kegiatan yang mengelompokkan orang juga menetapkan wewenang serta tanggung jawab untuk mencapai tujuan, dengan adanya organisasi diharapkan mampu membantu menjalankan usaha dengan optimal.

Ketiga, *actuating* (pelaksanaan) merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian dengan kegiatan yang memberikan bimbingan, petunjuk dan perintah untuk bekerja sesuai dengan bidang masing-masing. Dalam fungsi ini

perusahaan harus menerapkan rencana yang sudah ada dengan efektif dan efisien. Keempat, *controlling* (pengawasan) merupakan pengendalian dari semua perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Kegiatan ini menilai kinerja para anggota apakah sudah sesuai dengan standar yang telah dibuat apa belum, jika belum atau penilai kurang baik maka akan dilakukan perubahan.

Selanjutnya dalam bidang SDM yang merupakan bagian penting yang disebut juga dengan *human resources* dalam konteks bisnis artinya orang yang bekerja dalam suatu organisasi sering disebut juga karyawan yang mampu atau produktif dalam memberikan jasa dengan segala proses menurut Umi Farida (2017). Apalagi dalam jasa, terjadi kontak langsung antara SDM dengan konsumen, maka dari itu penting memiliki sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas.

Dalam bidang keuangan, dimana keseluruhan aktivitas yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan dana yang diperlukan dan bagaimana menggunakannya dengan efisien. Tujuannya, untuk menilai keuangan secara keseluruhan. Dalam pengelolaan keuangan ada yang harus diperhatikan antara lain, kebutuhan dana untuk kelancaran usaha, darimana sumber dana diperoleh, proyeksi neraca harus diperhatikan dengan melihat kondisi keuangan, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas antara arus kas masuk dan arus kas keluar.

Bidang pemasaran yang merupakan serangkaian kegiatan manusia yang ditujukan untuk memperlancar dan menyempurnakan kegiatan tersebut. Pentingnya pemasaran produk dengan menganalisis lingkungan, peluang pasar dan menetapkan strategi produk atau jasa. Penetapan strategi pemasaran sangat menentukan agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dengan *marketing mix*

(bauran pemasaran) yang dikenal dengan 7P menurut Nirawana dalam Risma (2019) merupakan salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan antara lain, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *process* (proses), *physical evidence* (lingkungan fisik), *people* (orang).

*People* (orang) adalah sumber daya manusia disebut karyawan yang ada didalam penyedia jasa layanan maupun penjualan. Faktor ini penting untuk menentukan kemajuan perusahaan, salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Nasution dalam Vidya (2013) kualitas pelayanan adalah usaha pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen dan ketepatan cara penyampainnya agar terpenuhi harapan dan menjadikan kepuasan konsumen.

Parasuraman, dkk dalam Tjiptono (2016) terdapat lima dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Berikut penjelasannya, pertama, bukti fisik menurut adalah bentuk pelayanan yang dimana bisa dilihat dan dirasakan atau digunakan oleh karyawan. Bukti fisik tersebut seperti kebersihan, fasilitas lengkap, tempat parkir yang luas dan aman yang mana secara nyata bisa dilihat dan dirasakan langsung, sehingga konsumen yang datang akan merasa nyaman dan betah saat melakukan pembelian juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Anjar Tri Wahyuni (2016) bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kedua, kehandalan merupakan bentuk pelayanan handal yang dimiliki karyawan, mengetahui mekanisme kerja, prosedur kerja dan mampu memberikan informasi yang jelas dan benar kepada setiap pelayanan yang belum dimengerti

oleh konsumen, sehingga memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan tersebut. Bagi perusahaan sebelum merekrut karyawan terlebih dahulu menyeleksi dan memilih mana yang benar-benar mampu bekerja melayani konsumen dengan baik dan cekatan, karena dengan adanya karyawan yang handal dalam memberikan pelayanan berdampak baik untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Eswika Nilasari, Istiatin (2015) kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, daya tanggap adalah kemampuan para karyawan untuk membantu konsumen dengan memberikan pelayanan yang tanggap, seperti karyawan yang cepat dan tepat dalam melayani, konsumen selalu mendapatkan bantuan atau informasi dengan jelas dari karyawan yang melayani dan dalam memberikan pelayanan ini perusahaan harus mendengar suara konsumen dalam menyampaikan kritik dan saran mereka. Dengan cara meletakkan kotak saran ditempat yang strategis, adanya nomor telepon khusus atau bisa juga melalui media sosial. Selain itu, juga bisa melakukan survei langsung untuk memperoleh *feedback* berupa tanggapan yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai tolak ukur keberhasilan untuk mencapai kepuasan. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Dika Lambang Krisdianti, Sunarti (2019) daya tanggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Keempat jaminan, jaminan atau asuransi adalah perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan bagaimana perusahaan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah dari konsumen.

Seperti produk yang cacat atau rusak bisa ditukar dengan produk yang baru sesuai perjanjian dan bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan pada saat pembayaran atau pembelian yang tidak sesuai. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Anjar Tri Wahyuni (2016) jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Terakhir, dalam memberikan pelayanan harus empati atau peduli dengan semua konsumen dengan cara memberikan perhatian yang tulus secara individual yang diberikan untuk konsumen, berupaya memahami keinginan konsumen, seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan kebutuhan konsumen lainnya. Dengan karyawan yang memberikan perhatian penuh, tidak membeda-bedakan dan memberikan kemudahan untuk berkomunikasi akan berdampak baik antara konsumen dengan perusahaan sehingga konsumen juga puas atas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Eswika Nilasari, Istiatin (2015) empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pada era modern ini khususnya di Indonesia, banyak masyarakatnya yang gemar mendaki gunung dan menjadi sebuah trend baru dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan, pengusaha, bahkan ada lansia yang masih sanggup mendaki gunung. Apalagi Indonesia terkenal dengan banyak gunung dan keindahan alamnya, seperti gunung mahameru, gunung rinjani, gunung semeru, gunung merbabu dan masih banyak gunung-gunung lainnya yang bisa ditaklukkan, dari yang mudah sampai yang membutuhkan ketrampilan khusus, seperti memanjat tebing.

Biasanya kegiatan ini dilakukan secara berkelompok yang terdiri dari beberapa orang, jarang sekali ada orang yang melakukannya sendiri. Mudahna

akses, transportasi dan persyaratan yang tidak rumit menjadi salah satu faktor pendukung mengapa jumlah pendaki gunung terus meningkat. Dalam melakukan pendakian, kebutuhan barang-barang juga harus dipersiapkan mulai dari tenda atau dome, tas gunung, jaket, sarung tangan, sepatu gunung dan kebutuhan lainnya. Melihat kondisi seperti ini banyak pebisnis yang memanfaatkan peluang ini dengan membuka usaha perlengkapan pendakian gunung dan perlengkapan *outdoor* lain salah satunya Toko Climatterra yang berada di Kota Ponorogo.

Toko Climatterra menjual perlengkapan *outdoor* lengkap seperti tenda, tas, sepatu, kompas dan lainnya dari berbagai macam merek yang sudah terkenal. Beralamatkan di Jl. Suromenggolo, Bangunsari, Ponorogo (Jalan Baru) yang telah memiliki banyak konsumen. Sebagai perusahaan selain menyediakan beraneka ragam produk yang dijual seharusnya juga memperhatikan kualitas pelayanannya, karena konsumen saat ini tidak hanya sekedar memakai tetapi mereka juga ingin diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa dihargai dan terciptanya kepuasan konsumen tersebut.

Di Toko Climatterra ini berdasarkan informasi dari masyarakat memiliki kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Penyebabnya antara lain seperti karyawan yang kurang cekatan dalam melayani, tidak tanggapnya karyawan dalam memberikan informasi, penampilan karyawan kurang rapi, tidak adanya kotak saran untuk menyampaikan keluhan dan tidak adanya nomor khusus untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi tentang produk yang ada di Toko Climatterra. Bagi perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas harus diterapkan dengan baik agar terciptanya kepuasan konsumen, dengan

melihat dari lima dimensi yang sudah dijelaskan diatas yaitu : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

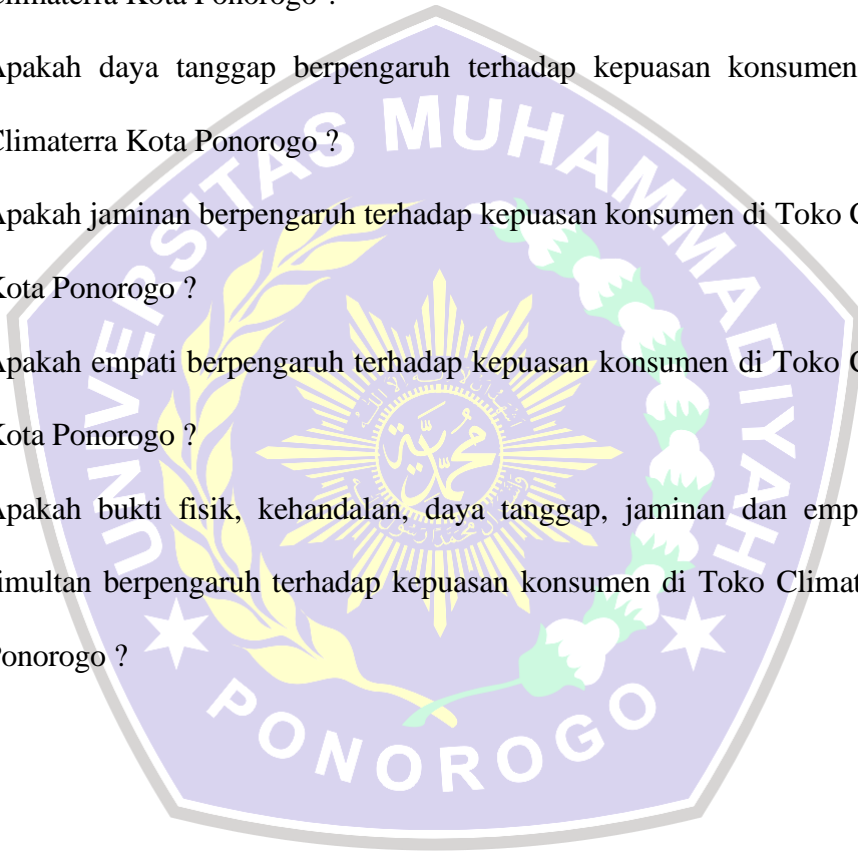
Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada konsumen Toko Climaterra dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (BUKTI FISIK, KEHANDALAN, DAYA TANGGAP, JAMINAN DAN EMPATI) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO CLIMATERRA KOTA PONOROGO”**.



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka masalah utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?
2. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?
6. Apakah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatedia Kota Ponorogo ?





## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.
- e. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.
- f. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Toko Climatterra Kota Ponorogo.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

### a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi atau evaluasi bagi perusahaan dalam bentuk masukan atau saran dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari dimensi kualitas pelayanan diharapkan perusahaan mampu memperbaiki kekurangan dalam pelayanan serta bisa merebut perhatian konsumen, bersaing secara berkesinambungan dan menguasai pasar lebih baik lagi.

### b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di Fakultas Ekonomi terutama yang berkaitan dengan bidang pemasaran, mengenai dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dari ilmu yang sudah diperoleh di waktu kuliah terutama dibidang pemasaran mengenai kepuasan konsumen.