

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis atribut wisuda kuningan dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang sangat pesat. Baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Bisnis atribut wisuda kuningan yang berkembang telah menyediakan berbagai macam produk yang sering dicari dan dibutuhkan, khususnya saat bulan-bulan mau wisuda orderan yang masuk meningkat pesat. Atribut wisuda kuningan di era sekarang dipakai di semua tingkatan sekolah, mulai dari Kelompok Bermain (KB), Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), sampai pada tingkatan Universitas atau Perguruan Tinggi.

Semakin berkembangnya bisnis atribut wisuda kuningan ini, semakin banyak pula para pelaku bisnis yang tertarik untuk terjun ke bisnis atribut wisuda kuningan ini. Banyaknya bisnis di bidang atribut wisuda kuningan diharapkan masyarakat mampu meningkatkan perekonomiannya sehingga memberi dampak keberlangsungan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dari banyaknya pebisnis yang melakukan bisnis atribut wisuda kuningan akan mengakibatkan persaingan antar pebisnis.

Para pelaku bisnis harus menyiapkan upaya agar dapat menyenangkan hati dan membangun kepuasan konsumen sehingga konsumen merasa terkesan yang berakibat membuat konsumen memberikan penilaian positif dan melakukan pembelian ulang sehingga yang awalnya hanya menjadi konsumen berubah menjadi pelanggan setia.

Hal tersebut diperlukan sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis atribut wisuda kuningan yang sebelumnya hanya membuat produk atribut kuningan saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan fasilitas tambahan seperti desain untuk atribut wisuda kuningan serta sejenisnya merupakan daya tarik tersendiri bagi customer yang akhirnya akan mempengaruhi kepuasan mereka.

Perusahaan melaksanakan berbagai strategi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis dengan pesaing lainnya, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan. Pelanggan dianggap sebagai aset berharga bagi perusahaan, karena mereka berkontribusi pada keuntungan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan, dengan harapan pelanggan akan tetap setia dan memilih untuk menggunakan produk atau jasa yang telah mereka kenal dan gunakan sejauh ini.

Dalam bisnis sektor atribut wisata, pebisnis dihadapkan pada tuntutan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, terutama karena persaingan semakin ketat dengan peningkatan jumlah usaha sejenis. Untuk menghadapi persaingan dalam pemasaran dan situasi seperti ini, para pengusaha perlu memiliki strategi alternatif agar bisnis mereka dapat berkembang dengan baik dan bertahan dalam persaingan pasar. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang menjadi faktor utama keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, konsumen mengharapkan kualitas kinerja dan loyalitas dari perusahaan dengan memberikan layanan berkualitas dan persepsi harga yang memadai sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan¹.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara bagi konsumen untuk menilai tingkat pelayanan yang mereka terima. Pelayanan yang baik diharapkan oleh konsumen agar mereka merasa puas. Kualitas atau yang sering dikatakan sebagai *quality* merupakan suatu karakteristik ataupun integritas sifat yang dimiliki oleh suatu produk barang atau jasa, mengenai kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan

¹ Siti Maimunah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen', *IQTISHADequity Jurnal Manajemen*, 1.2 (2020), 58 <<https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>>.

baik dinyatakan ataupun tidak². Pelayanan memiliki arti sebagai setiap kegiatan pemenuhan keinginan serta kebutuhan pelanggan yang bertujuan memberikan rasa puas kepada pelanggan³.

Kualitas pelayanan berarti nilai atau kemampuan dalam menciptakan rasa puas dari suatu produk yang ada ataupun jasa tertentu dalam bentuk pelayanan⁴. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan adanya beberapa kesesuaian, seperti persyaratan, penggunaan, perbaikan serta penyempurnaan yang berkelanjutan, jika kesesuaian ini dapat terpenuhi dari awal, maka pelanggan pasti akan bahagia. Kepuasan pelanggan akan dapat dicapai, karena apa yang ada dalam bayangan mereka dapat terwujud. Kebutuhan dan kemauan pelanggan seperti inilah yang seharusnya dipahami dan diperhatikan oleh perusahaan penyedia barang maupun jasa. Sehingga perhatian utama terdapat pada kualitas pelayanan, yang harus selalu diperhatikan serta ditingkatkan kembali demi peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Mahmoedin seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh Desikasari, kualitas pelayanan adalah aktivitas yang tidak tampak secara fisik yang terjadi melalui interaksi antara konsumen dan karyawan, atau melalui hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam upaya memberikan solusi atas masalah yang dihadapi oleh konsumen. Penting untuk dicatat bahwa citra kualitas yang baik tidak ditentukan oleh persepsi perusahaan, tetapi didasarkan pada persepsi pelanggan⁵.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, dan

² T. Syahrul Reza, *Kebijakan Dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Mandala Nasional Publishing, 2014).

³ Methiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Pers, 2019).

⁴ Mike Agusli and Salman Paludi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Royal Kuningan Hotel', *Jurnal Human Capital Development*, 9.3 (2022), 1–13.

⁵ Alvin Mariansyah and Amirudin Syarif, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu', *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1.01 (2020), 135.

banyak perusahaan mengalami kebangkrutan akibat menetapkan harga yang terlalu tinggi dan tidak sesuai. Penetapan harga harus memperhatikan kondisi ekonomi konsumen, sehingga konsumen dapat membeli produk tersebut dengan mudah. Bagi konsumen, harga merupakan pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal ini karena harga produk mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut.⁶

Untuk memastikan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan harga yang ditawarkan kepada pelanggan dan apa yang akan mereka peroleh dengan harga tersebut. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mencapai keuntungan dan menarik minat pelanggan. Setiap perusahaan berupaya menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen agar dapat bersaing dengan pesaing mereka. Harga dapat dianggap sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pasar. Dalam konteks ini, harga merupakan ukuran pertukaran yang memungkinkan seseorang memperoleh kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi semakin selektif dalam memilih di antara banyaknya pilihan yang tersedia, termasuk dalam hal atribut wisata kuning, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.⁷

Konsep kepuasan pelanggan adalah salah satu aspek paling penting dalam dunia bisnis yang digunakan untuk menarik konsumen. Menyediakan kualitas layanan terbaik telah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap bisnis agar dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan, terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh, antara lain, menciptakan hubungan harmonis antara bisnis dan pelanggan, mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang sehingga membentuk loyalitas pelanggan, serta membangun

⁶ Eka Asti and Eka Ayuningtyas, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1.01 (2020), 4 <<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>>.

⁷ Fifin Angraini and Anindhya Budiarti, 'Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek', *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8.3 (2020), 87–88 <<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>>.

rekomendasi yang menguntungkan melalui word of mouth (dari mulut ke mulut)⁸.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian yang mencerminkan banyak aspek. Menurut Zeithami dan Bitner, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor manusia. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi yang dilakukan setelah pembelian barang atau jasa. Pilihan alternatif yang dipilih minimal harus dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Persepsi negatif terjadi jika kinerja yang dirasakan berada di bawah harapan, sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak puas, misalnya lambatnya pengiriman, pelayanan yang buruk, atau kesalahan yang merugikan pelanggan. Sementara itu, persepsi positif terjadi ketika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan, sehingga pelanggan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas, seperti pelayanan yang cepat dan harga yang terjangkau.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Pelanggan bukanlah orang yang bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung pada mereka. Mereka adalah individu yang membawa kita menuju keinginan mereka dan merupakan elemen yang sangat penting untuk dipuaskan. Tjipto menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah minat untuk kembali berkunjung dan melakukan pembelian ulang produk terkait.

Dari berbagai faktor yang telah dijelaskan sebelumnya, seperti pelayanan dan harga, ini dapat menjadi kunci keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis. Memenangkan persaingan dalam bisnis sangat dianjurkan untuk mencapai keunggulan dibandingkan pesaing lainnya. Faktor-faktor tersebut juga dapat mempengaruhi

⁸ Abdul Gofur, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4.1 (2019), 37–44.

minat seseorang untuk membeli produk yang diinginkan oleh konsumen atau produk yang memenuhi kebutuhan mereka.

Pemberian pelayanan kepada pelanggan sebenarnya mempunyai satu tujuan yang sama, yaitu dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Terdapat beberapa faktor pendukung yang dapat mempengaruhi pelayanan terhadap pelanggan. Yaitu antara lain seperti adanya sarana dan prasarana yang ada, tampilan layout gedung maupun ruangan, penggunaan teknologi kualitas dari suatu produk yang ditawarkan serta faktor-faktor lainnya⁹.

Terdapat faktor-faktor pendukung lainnya yang perlu diperhatikan, selain faktor utama yang merupakan sumber daya manusianya. Pelanggan atau konsumen yang berkunjung ke perusahaan dianggap sebagai tamu kehormatan yang sangat penting dan harus mendapat pelayanan yang sangat maksimal. Sarana dan prasarana yang menjadi faktor pendukung juga perlu disediakan. Hal ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang nantinya diberikan kepada pelanggan. Faktor sarana dan prasarana ini termasuk ruangan yang lebar dan nyaman, temperature suhu ruangan yang cukup, keefektifan penyusunan meja dan kursi yang artistic serta adanya alunan music yang merdu sehingga membawa suasana yang nyaman. Peralatan yang diperlukan dalam membantu para pelanggan mendapatkan informasi ataupun untuk melakukan suatu transaksi seperti banking hall untuk bank, di supermarket atau swalayan perlu kereta dorong. Serta ketersediaan tempat sholat bagi pelanggan yang harus melakukan kewajibannya ketika sudah waktunya, utamanya bagi hotel, perkantoran serta supermarket atau swalayan.

Begitu juga yang dirasakan UMKM Berkah Alesha Kuningan dalam mempertahankan pelanggan melalui berbagai upaya yang telah dilakukan untuk tetap bertahan dan bisa semakin berkembang di masa kini, disamping harus menghadapi persaingan yang sangat ketat diantara bisnis atribut wisuda kuningan. Dari meningkatkan kepuasan pelanggan dan harga diharapkan dapat bertahan dan

⁹ Kasmir, 'Faktor Pendukung Yang Memengaruhi Pelayanan', *Telexindo.Com*, 2020, p. 1. <<https://telexindo.com/faktor-pendukung-yang-memengaruhi-pelayanan/>> [accessed 03 April 2023].

berkembang ditengah persaingan bisnis atribut wisuda kuningan, serta dapat membangun bisnis yang sesuai dengan visi dan misi berkah alesha kuningan, yaitu dapat menghasilkan produk kerajinan kuningan yang baik dan memberikan kepuasan pada pelanggan dan mengembangkan hasil produksi yang kreatif dan inovatif.

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan menghasilkan temuan yang berbeda atau adanya gap hasil penelitian¹⁰. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sambodo Rio Sasongko yang meneliti tentang faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, memiliki hasil bahwa berdasarkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh lima faktor, tangible, rehabilitee, responsiveness, assurance, dan empathy. Semua faktor tersebut berdampak pada kesetiaan pelanggan¹¹. Berbeda dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Alfani dan Sulastini, yang meneliti tentang analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki hasil bahwa kualitas layanan tidak memiliki keterkaitan terhadap kepuasan pelanggan.

Peneliti melakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara dengan owner Toko Berkah Alesha Kuningan bahwa mereka memberi pelayanan yang baik dan cepat kepada calon customer sehingga mereka merasa diprioritaskan sebagai calon customer. Untuk harganya juga memberikan harga terjangkau selain itu untuk menarik minat pembelian banyak menggunakan strategi kalau pembelian banyak akan mendapat harga grosir sehingga harga jauh lebih murah.

Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha

¹⁰ Sri Mutiara, Rahmad Solling Hamid, and Ahmad Suardi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4.1 (2020), 412 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>>.

¹¹ Sambodo Rio Sasongko, 'Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.1 (2021), 110 <<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>>.

Kuningan. Selain itu berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa berkah alesha kuningan merasa puas dengan pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh berkah alesha kuningan. Inilah yang mendasari peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Dan Harga Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Berkah Alesha Kuningan”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan dalam bisnis atribut wisata berbahan kuningan. Dalam penelitian ini, juga diberikan batasan yang jelas mengenai area pembahasan yang relevan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan fokus penelitian dan peneliti menetapkan batasan penerapannya pada kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan. Upaya-upaya yang diterapkan proses kegiatan jual beli di usaha atribut wisata berkah kuningan dapat memenangkan persaingan usaha.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan?
2. Bagaimana kualitas harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan?
3. Bagaimana hasil kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan?

D. Tujuan penelitian

Suatu penelitian akan memiliki nilai jika memiliki tujuan yang jelas. Berdasarkan apa yang telah diuraikan dalam latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan.
2. Untuk mengetahui kualitas harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha.
3. Untuk membuktikan hasil kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan

E. Manfaat penelitian

Berdasarkan hasil dan tujuan penelitian ini, diharapkan memiliki manfaat yang baik secara teoritis dan praktisnya, sehingga hal ini dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan penulis dalam bidang ekonomi serta memberikan kontribusi pada referensi ilmiah. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan masukan yang berharga bagi perkembangan dan peningkatan dalam konteks yang relevan mengenai hasil kualitas pelayanan dan harga sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada UMKM Berkah Alesha Kuningan.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi UMKM Berkah Alesha Kuningan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi UMKM Berkah Alesha Kuningan dalam memberikan pelayanan dan harga yang terbaik kepada konsumen agar nanti konsumen menjadi tertarik dan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan harga yang diberikan, sehingga nanti konsumen bisa menjadi pelanggan setia.

b. Bagi peneliti

Harapan dari penelitian ini adalah agar hasilnya dapat memberikan kontribusi awal dalam bidang penelitian yang relevan dan meningkatkan pemahaman tentang kualitas layanan dan harga di UMKM Berkah Alesha Kuningan. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan

manfaat dan menjadi acuan bagi UMKM tersebut dalam meningkatkan mutu pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada pelanggan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan kerangka yang jelas dari setiap bagian yang saling terkait, sehingga menghasilkan penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut ini adalah susunan sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman pengesahan skripsi, halaman persetujuan pembimbing skripsi, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting penelitian*, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian yang telah dilakukan beserta dengan pembahasannya.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

