

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan atau selera masyarakat, manusia, atau organisasi. Oleh karena itu, seorang pengusaha haruslah selalu jeli untuk melihat adanya kebutuhan-kebutuhan tersebut, serta adanya perubahan-perubahan atau pergeseran-pergeseran terhadap kebutuhan masyarakat.¹

Perekonomian yang mengalami kemajuan di masyarakat saat ini membawa lebih banyak perkembangan di bidang usaha. Tidak terlepas dari usaha pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Saat ini banyak pengusaha yang mendirikan usaha konveksi dan bordir, baik yang masih menggunakan mesin tradisional maupun yang sudah beralih ke mesin yang modern.

Persaingan yang semakin ketat membuat pengusaha bordir harus memikirkan strategi untuk memenangkan persaingan antar sesama pengusaha dalam upaya menarik minat pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Persaingan yang terjadi dalam memperebutkan pasar sangat bervariasi. Ketat tidaknya persaingan sangat ditentukan oleh banyak sedikitnya pelaku yang terjun dalam kancah persaingan itu. Semakin banyak pelaku pasar yang terjun dalam persaingan maka akan semakin ketat persaingan yang terjadi, sebaliknya semakin sedikit pelaku yang bersaing akan semakin longgar.

Saat ini, pelanggan semakin cerdas dalam memilih produk atau jasa. Mereka akan membandingkan produk atau jasa yang satu dengan yang lainnya. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi salah satu faktor yang dianalisis oleh pelanggan. Ketidaksesuaian antara harapan

¹ Indriyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.BPFE-Yogyakarta. 1997. Hlm. 16.

pelanggan dengan persepsi yang dirasakan seringkali terjadi. Mereka akan mengalami emosional yang positif, netral, maupun negatif.

Perusahaan harus mampu untuk menjalin hubungan yang akrab dengan pelanggan dalam upaya menumbuhkan tanggapan emosional yang positif. Hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya akan mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Pelanggan yang menggunakan produk atau jasa perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam bentuk mendapatkan barang atau jasa sebagai pemenuhan kebutuhannya dengan kualitas yang baik, sedangkan perusahaan memperoleh keuntungan dalam bentuk diperolehnya penghasilan untuk membiayai kegiatan-kegiatan perusahaan tersebut.

Pelayanan merupakan penambahan nilai.² Komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik perlu diperhatikan. Banyak konsumen yang mengeluhkan tentang pelayanan yang terkesan ala kadarnya. Seringkali karyawan dalam proses transaksi dengan pelanggan tidak menampilkan ekspresi wajah yang simpatik, ramah, bahkan dengan raut muka tanpa senyum.

Seringkali menjumpai karyawan yang bersikap apriori atau bertindak masa bodoh dengan pelanggannya. Karyawan seperti ini biasanya beranggapan bahwa “Saya mempunyai banyak pelanggan, mau membeli atau tidak terserah...!”. Pelanggan akan tersinggung jika sikap apriori tersebut tetap dilakukan oleh karyawan. Sikap apriori yang ditunjukkan karyawan menunjukkan bahwa ia tidak perhatian terhadap pelanggan.

Pelanggan yang peka terhadap nilai akan mengalami ketidaksesuaian persepsi yang dirasakan dengan harapan sebelum melakukan transaksi atau pembelian. Ketidaksesuaian tersebut akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang

² Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah (Life And General): konsep dan system operasional*. Jakarta. Gema Insani. 2004. Hlm. 456.

tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan.

Kesenjangan waktu terjadi bila pihak-pihak dalam pertukaran itu tidak dapat menyelesaikan pertukaran tersebut pada waktu produk itu dibuat. Ketidaksesuaian waktu akan berdampak pada image perusahaan dalam memberikan efisiensi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pelanggan memiliki harapan akan dilayani secara efektif dan efisien oleh karyawan. Ketika tidak sesuai dengan yang diharapkan, akan menimbulkan gap atau kesenjangan. Pada akhirnya pelanggan tidak merasa terpuaskan. Dampak yang lebih serius adalah pelanggan tidak akan mau membeli produk tersebut karena keterlambatan waktu pelayanan.

Pada hakikatnya pelayanan yang baik bertitik tolak pada upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan, baik berupa produk barang atau jasa. Pelayanan prima atau excellent service merupakan kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.³

Pelayanan prima berdasarkan attitude adalah pemberian pelayanan kepada para pelanggan dengan berfokus pada perbaikan sikap tenaga pelayanan. Pelayanan prima berdasarkan attention adalah pemberian pelayanan kepada para pelanggan dengan berfokus pada perbaikan perhatian yang diberikan tenaga pelayanan. Pelayanan prima berdasarkan

³Siti Na'imatul fisqiyah dan Mutimatul Faidah. *Penerapan Standar Operational Prosedur (SOP) dan layanan Prima Perawatan Tubuh dengan Lulur Tradisional terhadap Kepuasan Konsumen di House of Annisa Salon Muslimah Tuban*. E-Jurnal. Volume 03 Nomer 01. 2014. Hlm. 125.

tindakan adalah pemberian pelayanan kepada pelanggan dengan berfokus pada perbaikan tindakan (action) tenaga pelayanan.⁴

Banyak alternatif yang dapat dilakukan oleh pengusaha bordir dalam upaya mempertahankan pelanggan. Mereka dapat memilih untuk memberikan manfaat lebih kepada pelanggan dengan biaya yang lebih sedikit dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Hal ini berarti pelanggan mendapatkan lebih banyak dengan membayar lebih sedikit. Perusahaan dapat memberikan manfaat yang lebih kepada konsumen dengan biaya yang sama dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing.

Perusahaan dapat memberikan manfaat yang sama dengan biaya yang lebih murah. Perusahaan dapat juga memberikan manfaat yang lebih sedikit dengan harga yang sedikit lebih murah. Alternatif yang terakhir adalah upaya perusahaan untuk memberikan manfaat yang kurang dengan biaya yang lebih rendah pula.

Kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga yang tepat akan mempengaruhi pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ukuran ketepatan bisa diartikan bahwa pelanggan merasa puas dengan uang yang mereka keluarkan karena ia merasakan manfaat yang sesuai dengan nilai uang yang mereka korbankan untuk mendapatkan produk ataupun jasa.

Penetapan harga yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Seringkali apabila harga produk atau jasa itu rendah maka banyak pelanggan justru tidak senang karena dengan harga yang murah itu maka kualitasnya cenderung kurang baik. Penetapan harga yang tinggi akan membentuk image produk.

Namun tidak menutup kemungkinan pelanggan menjadikan harga sebagai bahan pengambilan keputusan. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka

⁴Daryanto dan Ismanto Setyabudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media. 2014. Hlm. 119.

mendapatkan value of money yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

Sebagai penyedia jasa, KSU Padurenan Jaya Kudus dituntut untuk selalu mengedepankan pelanggan, baik saat proses pelayanan maupun sesudah pelayanan, agar tercapainya kepuasan pelanggan. Upaya pencapaian kepuasan pelanggan tidak luput dari excellent service dan harga produk maupun jasa. Konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan merupakan proses yang sederhana, kompleks, dan rumit. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka akan langsung beralih ke tempat lain dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan.⁵

Berdasarkan uraian di atas, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Excellent Service* dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Unit Bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus”. Penelitian ini merupakan hal yang baru di KSU Padurenan Jaya Kudus dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh *Excellent Service* dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Unit Bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus.

B. Penegasan Istilah

Berdasarkan dengan tema yang penulis angkat, yaitu Pengaruh *excellent service* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus, agar memperoleh pemahaman pengertian cara penerapan yang tepat dan untuk menghindari kesalahpahaman, maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul, sebagai berikut :

1. *Excellent service* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.⁶

⁵ Laporan praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di KSU Padurenan Jaya Kudus. 2016. Hlm. 9.

⁶ Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi. 1996. Hlm. 58.

2. Harga adalah patokan nilai tukar kesepadanan dari suatu produk dengan menggunakan ukuran uang.⁷
3. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁸

C. Batasan Penelitian

Dalam suatu penelitian, batasan penelitian perlu diadakan sebelum melangkah pada penelitian lebih lanjut. Hal ini bertujuan agar penelitian tidak terkesan kabur atau tidak jelas dan untuk memudahkan dalam melakukan pembahasan-pembahasan yang ada dalam batasan penelitian. Berdasarkan identifikasi dari latar belakang penelitian, maka peneliti memberikan batasan, yaitu tentang pengaruh *excellent service* dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian hanya dilaksanakan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh *excellent service* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus?

⁷Daryando dan ismanto setyabudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media. 2014. Hlm. 101.

⁸ Philip Kotler. *OpCit*. Hlm. 42.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus
3. Mengetahui apakah terdapat *excellent service* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini sebagai penerapan ilmu-ilmu dan teori yang telah diperoleh di jurusan Syariah Prodi Manajemen Bisnis Syariah, serta memperluas perbendaharaan tentang pengetahuan dalam bidang Manajemen Bisnis.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengambilan keputusan di bidang bisnis jasa, khususnya pada KSU Padurenan Jaya Kudus. Dengan mengetahui masing-masing pengaruh *excellent service* dan harga sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kepuasan pelanggan pada kedua faktor tersebut.

G. Sistematika Penelitian

1. Bagian Awal

Bagian ini berisi halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstraksi, dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori mengenai *excellent service*, harga, kepuasan pelanggan, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisikan tentang hasil penelitian pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus yang mencakup gambaran umum lokasi penelitian, yaitu KSU Padurenan Jaya Kudus, visi, misi, sasaran, struktur organisasi, dan analisis hasil penelitian tentang pengaruh *excellent service* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada unit bordir di KSU Padurenan Jaya Kudus.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran, keterbatasan penelitian, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian ini berisikan daftar pustaka, riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.