

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini, iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak terlepas semakin menjamurnya pusat – pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang dibidik.

Persaingan tersebut memacu para pedagang untuk senantiasa menjadi pilihan pelanggan dan mampu mempertahankan pelanggannya. Setiap pedagang dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan dari suatu usaha.

Para pedagang berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan pedagang lainnya. Meskipun persaingan cukup ketat tetapi sebagai pedagang muslim hendaklah untuk tetap jujur seperti hadist dibawah ini:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ. التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ
مَعَالِنِيَّيْنِ وَالصَّادِقَيْنِ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذی)

Artinya : “Dari Abu Sa’id Radhiyallahu Anhu., katanya: Rasulullah SAW, bersabda: ‘pedagang yang jujur yang dapat dipercaya itu bersama para Nabi dan orang-orang benar serta para syuhada’.” (HR Tirmidzi).¹

Kebanyakan masyarakat kita jika mereka berdagang, selalu ingin mencari laba besar. Jika ini yang menjadi tujuan usahanya, maka seringkali mereka menghalalkan segala cara. Sebagai pedagang muslim hal ini harus kita hindari, Seorang Muslim bila menjual barang, harus dengan senang hati, gembira, ikhlas, dan memberikan kesan baik terhadap pembeli. Konsumen

¹Mardani, *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, Edisi 1, 2014, hlm.177-178.

juga akan bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk hanya berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan maupun harga yang melekat pada produk.

Lokasi juga menjadi salah satu pilihan konsumen ketika membeli suatu barang. Untuk memilih lokasi pertokoan harus diingat bahwa konsumen umumnya tertarik untuk belanja ke toko atau ke lokasi yang mempunyai banyak jenis dan persediaan barang dagangan dan memiliki reputasi sebagai lokasi yang memiliki barang bermutu dengan harga bersaing. Letak toko akan terakumulasi pada daerah terminal bis, pusat perbelanjaan di sekitar alun-alun.²

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.³

Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan.

Menurut Ratminto dan Atik Septi Winarsih sebagaimana dikutip dari Gronroos pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan⁴

² Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm. 176-177.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 1*, Edisi Milenium, Terj. Hendra Teguh dan Benjamin Molan, PT Indeks, Jakarta 2004, hlm. 42.

⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, hlm. 2.

Setiap usaha yang didirikan tentunya memiliki harapan bahwa dikemudian hari usahanya akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat, serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Pada persaingan di era globalisasi seperti saat ini, penetapan harga yang kompetitif pada suatu produk merupakan hal yang semakin penting. Sehingga harus cermat dalam menetapkan harga pada setiap produknya, karena penetapan harga pada sebuah produk akan berdampak secara langsung atau berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk tersebut. Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Harga merupakan salah satu faktor penentu pembelian dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Untuk sebagian besar konsumen Indonesia yang masih berpendapatan rendah, maka harga adalah faktor yang dipertimbangkan dalam memilih produk maupun jasa. Konsumen sangat sensitif terhadap harga. Kenaikan harga-harga sembilan bahan pokok produk-produk konsumen seringkali menimbulkan gejolak sosial bahkan demonstrasi dari konsumen yang memperjuangkan hak-haknya.⁵

Desa Colo merupakan Desa wisata dimana ada salah satu dari Wali Sembilan yang dimakamkan di wilayah ini, selain tempat wisata religi juga ada beberapa wisata lain seperti Air Terjun Monthel, Air Tiga Rasa dan lain-lain. Pada penelitian ini penulis meneliti tentang lokasi perbelanjaan yang berada di kompleks Makam Sunan Muria.

Komplek pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria merupakan salah satu paguyuban dagang dengan jumlah kurang lebih 167

⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. 303.

kios yang berada di Makam Sunan Muria tepatnya berada di area pintu masuk dan keluar makam Sunan Muria.

Lokasi kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria sudah dapat dijangkau dengan mudah baik menggunakan jasa ojek ataupun berjalan kaki, lokasi ini berada di posisi paling atas menuju makam Sunan Muria namun para tamu peziarah dapat dipastikan melewati lokasi ini baik keseluruhan maupun sebagian. Karena lokasi yang berada tepat di depan pintu masuk dan keluar makam Sunan Muria maka perdagangan di lokasi ini dapat dikatakan berhasil. Kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria terdapat kios-kios yang diatur sesuai jenis barang dagangan, dimulai dari lokasi yang paling atas adalah kios yang dikhususkan untuk asesoris atau pernak-pernik, kemudian warung makan dan di bawah adalah berbagai jenis pakaian. Hal ini diharapkan agar para konsumen lebih mudah ketika akan membeli berbagai macam oleh-oleh. Lokasi kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria sudah dibangun selengkap mungkin dengan harapan para tamu peziarah akan menikmati lokasi tersebut dengan nyaman dan tenang.

Selain lokasi yang cukup nyaman, pelayanan dari para pedagang Sinom yayasan masjid dan makam sunan muria juga diutamakan. Keramahan dan kesopanan para pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria merupakan faktor yang penting agar para konsumen tidak meninggalkan kesan buruk terhadap pelayanannya, pedagang sinom akan berusaha melakukan pelayanan terbaiknya agar para pembeli merasakan kepuasan.

Tidak hanya lokasi yang nyaman dan pelayanan terbaik yang diberikan oleh pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria namun juga harga yang terjangkau, kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria berada di posisi paling atas dari kawasan Makam Sunan muria sehingga ada beberapa kesulitan yang dialami para pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria dalam pengambilan barang dari pemasok sehingga tidak dipungkiri adanya biaya pengangkutan selain itu harga sewa dari kios-kios kompleks pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan

muria tidak tergolong murah untuk tempat yang setiap harinya tidak selalu ramai dan banyak pembeli. Harga sewa dari kios-kios ini bervariasi dimulai dari harga Rp. 250.000,00.- hingga Rp 450.000,00.- perbulannya.⁶ Harga tersebut dibedakan berdasarkan luas kios yang di pakai dan harga tersebut diluar biaya listrik sehingga total biaya perbulan akan berbeda pada setiap kios tergantung luas dan penggunaan listriknya. Dengan masalah tersebut menyebabkan harga barang yang di jual di komplek pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria sedikit beda dengan tempat lain, namun hal ini tidak menjadikan para pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria memberikan harga setinggi mungkin, pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria akan tetap memberikan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. Harga yang diberikan sudah disesuaikan dengan kualitas barang yang diperoleh sehingga baik penjual maupun pembeli akan sama-sama merasakan keuntungannya.

Masing-masing dari pedagang sinom yayasan masjid dan makam sunan muria memiliki cara tersendiri untuk menarik banyak konsumen dengan memberikan pelayanan maupun harga yang terbaik bagi konsumennya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOMPLEK PEDAGANG SINOM YAYASAN MASJID DAN MAKAM SUNAN MURIA”**

⁶ Data dari Kantor Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria (YM2SM)

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, dapatdirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria?
3. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen komplek pedagang Sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi keilmuan ekonomi Islam, yang berkaitan dengan lokasi, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria mengenai pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pedagang sinom yayasan masjid dan makam Sunan Muria dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi, maka penulis membagi sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian muka

Pada bagian awal ini memuat tentang halaman judul skripsi, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Bab I : Pendahuluan

Berisi latar belakang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

Bab II : Landasan Teori

Hal yang dikemukakan dalam landasan teori ini meliputi tinjauan pustaka tentang pemasaran, proses keputusan pembelian, lokasi, kualitas pelayanan dan harga, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian

Bab III: Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas, dan metode analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran responden, diskripsi data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis data, pembahasan dan implikasi penelitian.

Bab V : Penutup

Berisitentangkesimpulan, saran-sarandanpenutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir penulisan skripsi ini berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penulis.

