

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern, serta mampu menyerap banyak tenaga kerja. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi dan UKM.

Peran penting UKM secara umum dapat kita lihat dari perkembangan yang signifikan dan peran UKM sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Dari data statistik yang diperoleh dari BPS, pada tahun 2017 UKM menyerap 96.76% dari total tenaga kerja Industri di Indonesia atau sebesar 123.66 juta, sisanya atau sebesar 3.24% tenaga kerja diserap oleh sektor usaha besar. Hal tersebut menunjukkan bagaimana peran UKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga pemberdayaan UKM merupakan sesuatu yang sangat penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang, jumlah UKM di Kota Tangerang pada tahun 2014 dan 2015 tercatat sebanyak 10.079 unit dan mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi sebesar 10.432 unit, kemudian meningkat lagi pada tahun 2017 sebesar 10.553 unit. Menurut data tersebut, apabila dilihat dari dominasi jumlah usaha mikro sebesar 9.990 atau 96,76 persen dari total usaha pada tahun 2017 di kota Tangerang. Sedangkan usaha kecil sebanyak 431 atau sebesar 4.13 persen adapun usaha menengah terdapat 11 usaha atau sebesar 0,11 persen. Dengan demikian, kota Tangerang menjadi wilayah yang patut dipertimbangkan perkembangan UKM yang pesat.

Usaha Warung Sate Barokah H. Wahab merupakan usaha kecil menengah yang dianggap oleh sebagian orang sebagai bisnis yang paling mudah untuk dilakukan dalam situasi apapun. Warung Sate Barokah H. Wahab merupakan warung sate yang menawarkan masakan sate yang unik dari sate kambingnya dengan penyajian sate tanpa tusuk sate. Warung makan ini tidak hanya melayani konsumen yang datang untuk makan ditempat, tetapi juga bisa memesan untuk acara-acara pernikahan dan lain-lain. Kemudian jumlah pelanggannya sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup Warung Sate Barokah H. Wahab.

Warung Sate Barokah H.Wahab didirikan pada tahun 1978 oleh H. Wahab, awal mulanya sama saja dengan penjual sate lainnya berjualan memikul dagangannya keliling kampung. Warung Sate Barokah H. Wahab yang dikenal oleh kalangan

masyarakat Tangerang dengan sebutan Sate H. Wahab yang terletak di daerah Jl. Imam Bonjol no 79, Karawaci Tangerang. Dalam satu minggu rata-rata pengunjung yang datang untuk makan di Warung Sate Barokah H. Wahab mencapai 300 orang. Besarnya jumlah pelanggan ini menandakan bahwa Warung Sate Barokah H.Wahab memiliki pasar yang besar. Selain itu jika dilihat dari segi harga, Warung Sate Barokah H.Wahab menerapkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing yaitu untuk satu porsi sate kambing Rp. 20.000, sedangkan harga sate yang ditawarkan pesaing di wilayah Karawaci Kota Tangerang seperti Sate Pak Min untuk satu porsi sate kambingnya Rp. 27.000, dan Sate Bu Rita menetapkan harga Rp. 40.000 untuk satu porsinya. Dengan demikian Warung Sate Barokah H.Wahab menerapkan harga yang terjangkau dan lebih murah dari pesaingnya.

Sate H.Wahab



Sate Pak Min

MACAM2 MAKANAN / MINUMAN	PORSI	HARGA
SATE KAMBING	10	Rp 27 000
SATE ATI	10	Rp 27 000
SATE AYAM	10	Rp 24 000
TONGSENG KAMBING	1	Rp 20 000
TONGSENG AYAM	1	Rp 20 000
SOP KAMBING	1	Rp 22 000
GULE KAMBING	1	Rp 18 000
NASI GORENG KAMBING	1	Rp 20 000
NASI GORENG AYAM	1	Rp 20 000
NASI PUTIH	1	Rp 5 000
EMPING	1	Rp 2 000
FANTA ES	1	Rp 4 000
SPRITE ES	1	Rp 4 000
COCA COLA ES	1	Rp 4 000
TEH BOTOL	1	Rp 4 000
TEH ES MANIS	1	Rp 3 000
TEH ES TAWAR	1	Rp 1 000
TEH MANIS HANGAT	1	Rp 2 500
TEH TAWAR HANGAT	1	Rp 500
AIR JERUK PANAS	1	Rp 6 000

Sate Ibu Rita



Gambar 1.1
Perbandingan Harga Sate

Seiring dengan terjadinya globalisasi dalam pasar dan bisnis, timbul persaingan yang semakin ketat dengan adanya persaingan kompleks yang dialami berbagai bisnis maka, Warung Sate Barokah H. Wahab harus berusaha untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan buruk yang dapat terjadi. Warung Sate Barokah H. Wahab juga harus mampu meningkatkan atau mempertahankan posisinya dalam pasar dengan membuat strategi yang sesuai dengan situasinya agar tidak tersingkir dari persaingan yang terjadi.

Usaha Warung Sate Barokah H. Wahab memiliki pelanggan yang sudah sering berkunjung dan melakukan pemesanan untuk acara-acara khusus. Oleh sebab itu penelitian ini akan melihat bagaimana loyalitas konsumen Warung Sate Barokah H. Wahab. Berikut ini hasil survey awal terhadap 30 pelanggan mengenai loyalitas yang dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan Pada Warung Sate Barokah H. Wahab

PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN		
	(%)		
Berapa kali anda berkunjung di Warung Sate Barokah H. Wahab dalam 1 (satu) Bulan ?	< 2 kali	1-5 kali	> 5 kali
	16,7 %	46,6 %	36,7 %
PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN		
	(%)		
Apakah Warung Sate Barokah H. Wahab menjadi tempat yang akan anda rekomendasikan kepada orang-orang terdekat anda ?	Ya	Tidak	
	66,7 %	33,3 %	

Sumber : Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, Oktober 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 hasil pra survey kepada 30 pelanggan Warung Sate Barokah H.Wahab untuk mengetahui loyalitas pelanggan, bahwa sebagian besar pelanggan sudah sering berkunjung dan bersedia merekomendasikan kepada orang-orang terdekat mereka. Sebagai usaha keluarga yang belum memiliki reputasi merek atau nama badan usaha yang dikenal luas dan persaingan bisnis yang ketat, perlu diperhatikan masalah loyalitas supaya keberlanjutan usaha dapat terwujud.

Menurut Basir et al. (1) harga memiliki peran yang penting dalam loyalitas pelanggan, semakin murah harga suatu produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi harga yang murah tidak dapat menjamin produk itu bagus kualitasnya, apabila ada produk yang lebih bagus kualitasnya tetapi harganya yang lebih tinggi juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas rendah karena harga yang lebih tinggi, akibatnya pelanggan sering mengeluh dan memprotes kenaikan harga yang dikenakan oleh perusahaan. Ketidakpuasan pelanggan terjadi ketika perusahaan menaikkan harga tanpa memotong biaya, pemberian diskon, dan diskon khusus. Pembentukan harga naik terhadap loyalitas pelanggan dapat diminimalkan dengan memberikan harga kompensasi meningkatkan nilai jual dan kepuasan pelanggan. Berikut ini hasil survey awal terhadap 30 pelanggan menyangkut harga yang dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei Harga Pada Warung Sate Barokah H. Wahab

Pertanyaan	Alternatif Jawaban	
	Ya	Tidak
	%	%
Menurut anda apakah harga yang ditawarkan Warung Sate Barokah H.Wahab cukup murah dibandingkan dengan pesaing ?	66,7 %	33,3 %

Menurut anda apakah cita rasa yang di dapatkan sesuai dengan harga yang ditawarkan Warung Sate Barokah H. Wahab ?	63,3 %	36,7 %
---	--------	--------

Sumber : Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, Oktober 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan pesaing dan dengan cita rasa yang diberikan sesuai harga yang ditawarkan. Akan tetapi adanya pengetahuan masyarakat mengenai informasi kesehatan yang semakin meluas mengenai kandungan kolesterol pada daging kambing dan adanya peningkatan harga bahan mentah daging kambing pada periode-periode tertentu, sehingga menjadikan harga memiliki masalah yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2) faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas selanjutnya adalah pelayanan. Pelayanan (*service*) didefinisikan sebagai segala kegiatan atau perbuatan pelaku usaha yang ditawarkan kepada pihak lain dalam bentuk yang tidak berwujud serta tidak dialihkan bentuk kepemilikannya. Salah satu model untuk mengukur pelayanan yang sering digunakan adalah model kualitas pelayanan (*service quality*). Berikut ini hasil survey awal terhadap 30 pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3

Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan Pada Warung Sate Barokah H. Wahab

Pertanyaan	Alternatif Jawaban	
	Ya	Tidak
	%	%
Menurut anda apakah pelayanan di Warung Sate Barokah H. Wahab ramah ?	36,7 %	63,3 %
Menurut anda apakah ketersediaan tempat di Warung Sate Barokah H. Wahab sudah baik?	43,3 %	56,7 %

Sumber : Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, Oktober 2018

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan hasil pra survey kepada 30 pelanggan Warung Sate Barokah H. Wahab mengenai pelayanan, bahwa menurut responden pelayanan yang diberikan sebagian besar tidak ramah dan ketersediaan tempat masih kurang untuk menerima pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (3) faktor terakhir yang mempengaruhi loyalitas pada penelitian ini adalah kepuasan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan,

maka pelanggan tidak merasa puas, apabila kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas dan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Berikut ini hasil survey awal terhadap 30 pelanggan mengenai kepuasan konsumen yang dapat dilihat pada Tabel 1.4

Tabel 1.4

Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen Pada Warung Sate Barokah H. Wahab

Pertanyaan	Alternatif Jawaban	
	Ya %	Tidak %
Apakah makanan yang disajikan mempunyai cita rasa yang khas ?	73,3 %	26,7 %
Menurut anda apakah porsi yang diberikan sudah cukup ?	46,7 %	53,3 %

Sumber : Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, Oktober 2018

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan hasil pra survey kepada 30 pelanggan Warung Sate Barokah H. Wahab mengenai kepuasan konsumen diketahui bahwa sebagian besar pelanggan menyatakan makanan yang disajikan mempunyai cita rasa yang khas dan porsi yang diberikan masih kurang sehingga masih ada konsumen yang belum merasa puas.

Berdasarkan uraian diatas, serta mengingat pentingnya harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan bagi Warung Sate Barokah H. Wahab maka penelitian ini diberi judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sebagai usaha keluarga yang belum memiliki reputasi merek atau nama badan usaha yang dikenal luas dan persaingan bisnis yang ketat, sehingga perlu diperhatikan masalah loyalitas pelanggan supaya keberlanjutan usaha dapat terwujud.
2. Dengan adanya pengetahuan masyarakat mengenai informasi kesehatan yang semakin meluas mengenai kandungan kolesterol pada daging kambing dan adanya peningkatan harga bahan mentah daging kambing pada periode-periode tertentu, sehingga menjadikan harga memiliki masalah yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3. Kualitas pelayanan di Warung Sate Barokah H. Wahab dianggap kurang ramah dan ketersediaan tempat yang masih kurang sehingga berpotensi menyebabkan tingkat loyalitas pelanggan yang rendah.
4. Kepuasan konsumen mengenai porsi makanan yang diberikan masih kurang sehingga membuat pelanggan merasa tidak puas terutama dengan produk yang ditawarkan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada hal-hal yang terdapat pada identifikasi masalah maka pembatasan masalah pada variabel pengaruh harga (X1), dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y2), melalui kepuasan konsumen (Y1) sebagai variabel intervening pada konsumen Warung Sate Barokah H. Wahab.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, permasalahan utama dalam penelitian ini penulis merumuskan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Sate Barokah H Wahab Karawaci Tangerang ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang ?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Warung Sate Barokah H. Wahab Karawaci Tangerang ?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Warung Sate Barokah H Wahab Karawaci Tangerang ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diungkapkan, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang.
2. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Barokah H. Wahab Tangerang.

3. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang.
4. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang.
5. Mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang.
6. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang.
7. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Warung sate H. Wahab Karawaci Tangerang,

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi pihak pengelola untuk memperbaiki atau memperhatikan kualitas pelayanan sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan baik secara teori maupun praktek dalam bidang manajemen pemasaran dan juga dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
3. Bagi Pembaca
Hasil penelitian ini bisa sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang terkait untuk meneliti tentang harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.