

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan bisnis pada saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, dan kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Pada saat ini terdapat suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Dimana pada era globalisasi akan memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia, keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat. Agar tujuan tersebut tercapai, setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang dan juga perusahaan juga harus menurut (Hasan, 2006).

Pada masa sekarang banyak pilihan bisnis yang masyarakat dapat pilih dan lakukan dengan mengikuti perkembangan pasar dan apa yang diinginkan oleh konsumen. Perkembangan manusia serta pemikir-pemikiran yang inovatif serta ide-ide kreatif selalu muncul. Tas digunakan oleh semua kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah, pria maupun wanita di segala usia. Selain untuk

menaruh barang, tas juga berfungsi untuk mendukung penampilan. Untuk memilih produk fashion seperti tas, memang tidak mudah. Selain kenyamanan, desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang penting. Sama halnya dengan pakaian, pemakaian tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang. Di sisi lain kehadiran produk yang menarik dan trendi dapat meningkatkan prestige atau image bagi yang memakainya.

Adapun manfaat dari tas spunbond yaitu lebih tahan lama di banding dengan plastik atau kertas, dapat digunakan berulang-ulang kali, aman di pakai dan ramah lingkungan, beraneka ragam warna dan model dan ukuran, sangat sesuai untuk di buat sebagai souvenir tas, tidak mengandung bahan kimia sangat cocok untuk tas goodie bag, bahan spunbond dapat disablon sesuai dengan kebutuhan, bahan spunbond dapat didaur ulang dengan mudah dan tidak menarik. Tunas Jaya Collection adalah salah satu produsen tas yang ada di Kabupaten Tulungagung yang sudah memulai usaha rumahan dalam pembuatan tas dari tahun 2012. Tunas Jaya collection didirikan oleh Ibu Ipung Suciati yang berlokasi di Jalan Pahlawan Gg. 1, RT/RW 01/02 , Rejo Agung, Kec Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur (66229).

UKM ini memproduksi tas untuk dijual secara eceran dan grosir. Selain itu, Tunas Jaya collection juga melayani produk pesanan dengan skala besar maupun kecil. Kapasitas produksi Tunas Jaya collection untuk model yang sederhana 3.500/hari dan untuk produksi dalam 1 minggu dapat menghasilkan 25.000/tas. Jenis tas pesanan yang diproduksi di Tunas Jaya collection di antaranya adalah tas jinjing, tas goodie bag, tas untuk syukuran, tas belanja, tas seminar, ulangtahun dan lain-lain sesuai pesanan. Dalam usahanya, Tunas Jaya collection dibantu oleh beberapa karyawan untuk memenuhi target produksi ataupun pesanan yang diterima. Hal itu karena memang tas spunbond sangat murah dan terjangkau, namun memiliki banyak fungsi.

Bahan yang digunakan di Tunas Jaya collection merupakan kain spunbond untuk pemesanan dalam jumlah banyak, bila pemesanan dalam bentuk lain (*request*) meminta permintaan dengan merek kain lain juga bias. Harga tas di Tunas Jaya collection diatur sesuai dengan permintaan pemesan, yaitu meliputi bahan baku yang digunakan, sablon dan tingkat kesulitan desain yang diinginkan.

Perkembangan usaha kerajinan tas yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Persaingan antar sesama pengusaha tentunya akan timbul jika jenis produk yang diproduksi memiliki ragam yang serupa. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran. Tunas Jaya collection sudah melakukan penjualan produk tas spunbond ke lima daerah yaitu Surabaya, Kediri, Blitar, Bali dan Jakarta. Produk tas spunbond dari Tunas Jaya collection ini juga menerima request pembelian tas spunbond dari pebisnis besar yang mempunyai indomart (*go green*), superindo.

Tabel 1.1 Kurva Penjualan Tas Spunbound.

TAHUN	RATA-RATA PENJUALAN				
	SURABAYA	BLITAR	KEDIRI	JAKARTA	BALI
2012	45.000	12.000	15.000	52.000	55.000
2013	49.000	20.000	12.000	57.000	56.000
2014	53.000	32.000	16.000	54.000	52.000
2015	65.000	28.000	17.000	55.000	60.000
2016	59.000	30.000	14.000	58.000	59.000
2017	40.000	38.000	20.000	53.000	62.000
2018	54.000	31.000	24.000	60.000	61.000
2019	84.000	43.000	28.000	65.000	67.000
Jumlah	56.125	29.250	18.250	56.750	59.000

Sumber : TJ Collection, 2019

Dari hasil penjualan Tunas Jaya collection pada tahun 2012-2019 mengalami naik turun terhadap pemesanan tas spunbond. Awal mulai bisnis mendapatkan produksi sebesar 179.000 dalam 1 (satu) tahun dengan harga 2.000 kemudian adanya kenaikan harga produksi kain dan sablon full printing. Hingga sekarang tahun 2020 penetapan harga tas spunbond (*goodie bag indomart go green*) seharga 4.000,- kemudian mempunyai laba kotor selama tahun 2012-2019 sebanyak 42.120.000.000,-

Gambar 1.2 Kurva Penjualan Tas Spunbound.



Sumber : TJ Collection, 2019

Kurva penjualan naik turun pada tahun 2013-2018 namun tidak terlalu banyak serta meningkat pesat pada tahun 2019. Ketika penurunan yang sedikit itu juga akan mempengaruhi pendapatan (laba) yang akan diterima oleh perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, permasalahan yang muncul yang dihadapi masalah harga dan kualitas produk serta dilibatkan dengan layanan kualitas terhadap konsumen.

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Tas Spunbound?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Tas SpunBound?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Tas Spunbound?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Tas Spunbound?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1.4.1 Bagi Peneliti

Penelitian dilakukan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh harga, kualitas produk dan layanan kualitas dalam penjualan tas spunbond.

1.4.2 Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan bahan referensi yang nanti akan menjadi perbandingan dalam melakukan penelitian terkait dengan bidang manajemen pemasaran di masa yang akan datang.

1.4.3 Bagi Perusahaan

TJ collection dapat mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen tas spunbound dan juga dapat membantu perusahaan agar dapat melihat kekurangan dibagian manakah yang perlu ditingkatkan dan diubah jika sudah mengetahui dan diimplementasikan dengan baik sehingga dapat membangun tingkat kepuasan konsumen pada tas spunbound.

1.5 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Othman & Owen (2001) melakukan penelitian kualitas layanan dengan menggunakan pendekatan baru, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada kualitas layanan dalam bank syariah diukur dengan dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness*). Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Hasanah (2013) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan baik secara

parsial maupun simultan dari variabel kualitas jasa dengan model CARTER terhadap tingkat kepuasan nasabah. Penelitian Kurniasari (2013). Penelitian tersebut berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan pada 100 orang konsumen Waroeng Steak & Shake. Analisis dilakukan dengan teknik regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi kualitas produk signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Koay & Derek (2016). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui mediasi dari kepuasan konsumen dan meneliti hubungan antara persepsi kualitas layanan, kualitas produk, kewajaran harga, kepuasan dan niat beli ulang. Penelitian dilakukan terhadap 200 konsumen mobil merek lokal Malaysia, yaitu Perodua dan Proton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan niat beli ulang, kualitas produk berhubungan positif dengan niat beli ulang, kewajaran harga berhubungan positif dengan niat beli ulang, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang, kepuasan konsumen tidak memediasi hubungan kualitas layanan dengan niat beli ulang, kepuasan konsumen memediasi hubungan kualitas produk dengan niat beli ulang, dan kepuasan konsumen memediasi hubungan kewajaran harga dengan niat beli ulang.

