

Bab I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid19 yang telah melanda Indonesia setahun belakang telah memberikan dampak negatif terhadap ekonomi. Kadin Indonesia menyebutkan, secara nasional di masa *pandemic* ini terdapat 62,9 juta UMKM, dimana 61,8 juta di antaranya adalah usaha mikro dengan omzet di bawah Rp 300 juta per tahun. Di ketahui sebanyak 82,29 persen Usaha Menengah Besar (UMB) mengalami penurunan pendapatan selama pandemi. Selain itu, Usaha Mikro Kecil (UMK) mencatatkan penurunan pendapatan sebesar 84,20 persen. Salah satu sektor yang terkena imbas parah dari pandemi ini yaitu Tekstil dan Produk Tekstil (TPT). Dapat dikatakan bahwa UMKM adalah tulang punggung Indonesia. Seperti yang dikatakan bapak presiden jokowidodo "Penyerapan tenaga kerja itu bukan di perusahaan-perusahaan besar-besar, maaf Pak Arsjad (Ketua Kadin, Arsjad Rasjid), bukan di perusahaan-perusahaan besar, tapi di perusahaan-perusahaan mikro, kecil, dan menengah," kata Jokowi saat memberikan NIB kepelaku usaha UMK di Jakarta, Rabu (13/7/2022). Sayangnya UMKM saat ini mengalami penurunan yang sangat drastis hal ini bisa mengakibatkan peningkatan pengangguran di Indonesia. Namun membangun bisnis kecil tidaklah mudah, apalagi ditahun pertama.

Kita semua mengetahui tujuan dari era society 5.0 adalah untuk mewujudkan masyarakat di mana orang menikmati hidup secara maksimal. Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi adalah tujuan utama, dan bukan untuk kemakmuran segelintir orang terpilih. Salah satu hal yang membuat dunia industri maupun bisnis gagal salah satu masalahnya terdapat di kurangnya kecakapan tentang pengetahuan manajemen yang dikolaborasikan dengan teknologi. Hal ini merupakan penyebab utama dalam dunia usaha. Menurut Suyanto keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan *image* perusahaan. Menurut Sony Heru Priyanto Seseorang yang 28 Jurnal Islamiconomi Vol.6 No.1 Januari–Juni 2015 memiliki kewirausahaan

tinggi dan digabung dengan kemampuan manajerial yang memadai akan menyebabkan dia sukses dalam usahanya.

Salah satu faktor penentu keberhasilan pelaku bisnis PT. Mesva adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap konsumen mengenai pembelian pada produk. Menurut Kotler & Amstrong dalam Putri (2018), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen karakteristik produk yang bergantung pada yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Dengan hal tersebut kualitas pelayanan merupakan semua upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan para konsumennya (Chen et al., 2019). Konsumen secara umum dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan mengharapkan produk yang dapat dikonsumsi dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Dimana konsumen menginginkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka (Cuong & Khoi, 2019).

Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Hasan (2013: 521) bagi konsumen, bahwa harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

PT. Mesva Kota Metro adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha bisnis di dalam satu kota di Provinsi Lampung yaitu di kota Metro. PT. Mesva kota Metro memiliki berbagai macam usaha bisnis yang ada, salah satu yang menjadi pertama dari usaha yang di miliki adalah minuman, lalu Fotokopian, dan Mentarimart penelitian ini mengambil objek di PT. Mesva Kota Metro yang berlokasi di Jl. Raden Intan No.92, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34125. Melihat banyaknya produk yang nantinya menyerupai usaha kita dengan sebagai pengusaha dirasa mampu untuk dapat melakukan suatu bidang salah satunya adalah dengan wirausaha, minat berwirausaha sangat perlu ditumbuhkan pada pengusaha yang hendak memulai wirausaha dari muda. Dengan adanya minat berwirausaha, maka pengusaha diwajibkan dapat

memiliki kemauan dan semangat untuk mandiri, yang nantinya pengusaha dapat memiliki kehidupan yang lebih baik karena mempunyai usaha yang di jalani sendiri tanpa harus bekerja dengan orang lain.

Berdasarkan hasil prasurve dari pegawai PT. Mesva yang bernama Thomas Margono, peneliti memperoleh informasi dari beliau yaitu Kualitas yang diberikan merupakan kualitas yang terbaik semaksimal mungkin perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, beberapa karyawan fotokopian PT. Mesva kota metro jarang memberikan salam kepada konsumen yang datang, dan terkadang karyawan tidak memberi tahu terlebih dahulu bahwa stok minuman tersebut telah habis. Konsumen merasa puas karena pelayanan yang di berikan tergolong cepat, jika ada pesanan secepat mungkin akan dikirim. Dan ketika konsumen tidak merasa puas terkedala di pengiriman dikarenakan terhalang oleh stok barang yang ada. Karena perusahaan juga membeli barang dari produsen lain. Yang terkadang pengirimannya terlambat. Dan imbasnya perusahaan menyediakan ke outlet atau konsumen menjadi terlambat. Lalu masalah dengan Harga yang diberikan juga bersahabat, mengenai harga tidak ada masalah. Ketika harga dari produsen naik, maka harga jual ke konsumen naik. Dan sebelum pengiriman tim *sales* atau *marketing* selalu memberikan info kepada para konsumen sehingga mereka mengetahui kenaikan harga tersebut. Oleh karnanya berdasarkan uraian di atas, mengingat pentingnya masalah mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga, maka penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening. Studi Pada Kasus PT. Mesva di Kota Metro”**.

Dari beberapa definisi diatas dapat di sintesiskan banyak bermuculan pengusaha-pengusaha baru untuk bisa mencapai target yang di inginkan agar bisa mendapatkan target yang sudah di tetapkan. Usaha yang di jalani haruslah kosisten agar bisa di lirik oleh konsumen, harus mempunyai merek atau *brend* tersendiri untuk bisa memudahkan konsumen tau usaha apa yang kita punya.

Tabel 1 Data Penjualan PT. Mesva Kota Metro tahun 2021-2022

No	Nama Produk	2021	2022
1	ISQO	10056 Unit	22495 Unit
2	Kopikap	1995 Unit	6989 Unit
3	Teh Pucuk Harum 350 ml	369 Unit	2780 Unit
4	Aqua 330 ml	101 Unit	883 Unit
5	Aqua 600 ml	616 Unit	2710 Unit
6	Aqua 1, 5 ml	430 Unit	3396 Unit
7	Leminerall 600 ml	190 Unit	722 Unit
	Total Jumlah Penjualan	13757 Unit	39975 Unit

Sumber: PT. Mesva Kota Metro 2023

Dapat dilihat pada tabel 1.1 yaitu capaian data penjualan PT. Mesva pada tahun 2021-2022 dengan capaian tertinggi pada sasaran produk yang dengan tingkat tertinggi penjualannya yaitu ISQO dengan total jumlah penjualan sebesar 22495 Unit, produk yang tingkat sedang penjualannya yaitu kopikap dengan total jumlah penjualan sebesar 6989 Unit, produk yang dengan tingkat rendah penjualannya yaitu Le Mineral 600 ml dengan total jumlah penjualan sebesar 722 Unit. Total semua jumlah data penjualan 2021/2022 yaitu 39975 Unit.

Pada penjualan tahun 2021 sampai tahun 2022 stabil cenderung naik. "Berdasarkan hasil prasurve dari pegawai PT. Mesva yang bernama Thomas Margono, peneliti memperoleh informasi yaitu masalah yang ada adalah ketersediaan barang, dikarenakan barang yang diperoleh dari produsen sulit didapatkan dan sering terjadi keterlambatan pengiriman dari produsen tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Beberapa karyawan PT. Mesva Kota Metro memberikan salam kepada konsumen datang.
2. Terkendala dipengiriman dikarenakan terhalang oleh stok barang yang terkendala.
3. Perusahaan juga membeli barang dari produden lain terkadang pengirimannya terlambat.
4. Karyawan tidak memberi tahu terlebih dahulu bahwa stok minuman telah habis.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen dengan harga sebagai variabel intervening pada konsumen PT. Mesva?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah serta rumusan masalah diatas dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Mesva
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga sebagai variabel intervening pada pelanggan PT. Mesva.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti, sebagai media untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dengan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara teori, khususnya konsentrasi Manajemen Bisnis.
2. Manfaat bagi instansi, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan yang bermanfaat bagi instansi dalam

meningkatkan kinerja pegawai pada PT. Mesva Kota Metro untuk mencapai kinerja yang lebih maksimal..

3. Manfaat bagi pihak akademisi, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut serta membantu proses pembelajaran generasi selanjutnya terutama yang berhubungan dengan Manajemen Bisnis.
4. Manfaat bagi pihak lain, Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide dan inovasi baru serta sebagai bahan pertimbangan instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu hanya mencakup pembahasan mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel intervening (Studi kasus pada PT. Mesva di Kota Metro)”.

G. Sistematika Penelitian.

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dibagi menjadi beberapa bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, indentifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini dijelaskan tentang kajian literatur, penelitian relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN.

Pada bab ini dijelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN