

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian membawa dampak bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama dunia usaha pada saat ini. Di samping itu juga banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, dan mengadakan promosi.

Dalam pengembangan suatu usaha dibutuhkan pemasaran yang jitu. Pemasaran merupakan salah satu unsur dalam kegiatan usaha, terutama kerajinan ayaman purun, kebijakan yang diambil dalam pemasaran akan mempengaruhi maju mundurnya usaha tersebut. Karena yang dihadapi saat ini bukan hanya bagaimana pelayanan aja, tetapi yang paling penting adalah beberapa cara pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pembeli yang mempunyai peranan yang sangat penting harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion). (Dwiwinarsih, 2009).

آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا
مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ (٧)

Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar (Qs. Al-Hadiid [57]:7)

Dapat dikemukakan pengertian menguasai disini, bukanlah penguasaan yang bersifat mutlak atau absolut karena pada hakikatnya hak kepemilikan itu berada “di tangan Allah”. Manusia yang menguasai tersebut hanyalah sekedar menafkahnnya sesuai dengan ketentuan hukum yang telah digariskan oleh Allah swt. (Lubis, 2012)

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Jumlah merek dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi maupun jualbelikan kembali. Ketatnya persaingan membuat setiap pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. (Effendi, 2016, hal. 123)

Perkembangan usaha dagang sangat pesat pada masa perdagangan bebas seperti saat sekarang. Persaingan global ini memberikan banyak pilihan kepada konsumen, dimana konsumen semakin mempertimbangkan biaya, nilai dan manfaat dari sebuah produk. Perkembangan perdagangan dunia menuntut usaha-usaha yang sudah ada untuk tetap dapat bertahan agar

dapat bersaing dengan usaha-usaha yang akan bermunculan dan tetap terus memperoleh keuntungan. Umumnya tujuan utama dari perusahaan adalah laba, dimana perusahaan mengharapkan labanya semakin meningkat setiap periode. Tujuan dari perusahaan meningkatkan laba adalah untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Peningkatan laba perusahaan akan memberikan dampak positif terhadap kemakmuran pemilik dan karyawan perusahaan, maupun untuk membayar kewajiban-kewajiban perusahaan dalam menjalankan usahanya. (Rahayu, 2016, hal. 1-2)

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar –benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan

keputusan terdapat minat beli konsumen (*purchase intention*). (Wardani, 2015)

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ
الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ (٣٧)

Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang. (Qs. An-Nuur[24]:37) (Chaudry, 2012)

Terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Dalam (Tjiptono, 2008) yaitu: Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barangkali memilih konsumen semata-mata berdasarkan reputasi. Daya tangkap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia pelayanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Jamina (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesepanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidece*). Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan menampilkan fisik fasilitas pelayanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, materi komunikasi perusahaan.

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalo meraka tidak puas akan meniggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan meyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas. (Supranto, 2011)

Purun (*eleocharis Dulcis*) adalah jenis tumbuhan rumput liar yang tumbuh di dekat air atau rawa. Tanaman purun ini mudah terbakar dalam keadaan kering, terutama saat musim kemarau, menjadi salah satu pemicunya kebakaran hutan. Pertumbuhan populasi purun sangat cepat sehingga pemanfaatannya memiliki peluang bisnis yang tinggi. Tanaman purun tumbuh di daerah tropis, sehingga menjadi salah satu tumbuhan yang sangat unik. Keunikan tumbuhan ini berada pada kekuatannya terhadap daya tarik dan kerapuhan. Meskipun tanaman yang sudah diolah mengalami perubahan musim, seperti panas terik dan hujan, dan terkena air dan terpanggang matahari, tidak menjadi rapuh dan busuk. (Silaban, 2017)

Tanaman purun dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk kerajinan tangan, seperti tikar, topi, wadah beras, wadah nasi, tas, dan lain sebagainya. Aneka warna dan bentuk dapat dikreasikan sehingga dapat pula dijadikan oleh-oleh atau cendra mata bagi wisatawan. Bahan baku cendra mata yang alami umumnya disukai oleh para wisatawan. Bagi ibu rumah

tangga suku Banjar khususnya, purun menjadi hal penting dalam aktivitas sehari-hari.

Daerah-daerah yang merupakan sentra kegiatan industri kerajinan anyaman Purun, hampir semua ada di 13 Kabupaten/Kota di Kalimantan selatan yaitu kota Banjarmasin, kota Banjarbaru, Kabupaten Batola, Kabupaten Banjar, Kabupaten Tapin, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kabupaten Balangan dan Kabupaten Tanah Laut.

Kelurahan Palam Kota Banjarbaru merupakan salah satu daerah yang banyak terdapat tumbuhan Purun. Pekerjaan masyarakat selain bertani mereka juga sebagai pengrajin anyaman Purun. Nama aslinya adalah Kelurahan Palam. Dijuluki Kampung Purun karena hampir seluruh warganya, terutama wanita pandai menganyam Purun. Masyarakat Kelurahan Palam memiliki keterampilan khusus yang diturunkan secara turun temurun diwariskan dari orang tua mereka yakni keterampilan menganyam. Hasil anyaman Purun merupakan produk kerajinan yang bernilai seni.

Untuk memperkuat usaha kerajinan anyaman Purun maka dibentuklah kelompok-kelompok kerajinan Purun di kampung ini seperti Galuh Cempaka, Al Firdaus, Galuh Banjar, setiap kelompok mempunyai anggota 20-25 orang pengrajin anyaman Purun. Hal ini sesuai dengan penelitian Apriyanti (2014) bahwa sangatlah sulit untuk dapat berhasil dalam menguasai pasar dengan kekuatan sendiri, dengan strategi bergabung

(aliansi) perusahaan mendapatkan suatu nilai yang saling menguntungkan. Kerajinan anyaman Purun dapat bersaing dengan kerajinan anyaman yang terbuat dari plastik dan tas belanja yang terbuat dari kain. Sehingga strategi tersebut dapat berorientasi pada keinginan pasar atau konsumen agar kerajinan anyaman Purun semakin dikenal masyarakat dan diminati.

Sejak dirintis oleh Lurah Palam awal tahun 2016 lalu, Kampung Purun terus menunjukkan perkembangannya, terlihat dari banyaknya kunjungan-kunjungan dari berbagai kalangan, wisatawan lokal maupun mancanegara baik yang awalnya hanya penasaran ingin tahu dan membeli oleh-oleh. (Hurriyati, 2021)

Yang membuat penulis tertarik dari Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru ini adalah loyalitas pelanggan yang tetap loyal membeli barang yang di buat ayaman purun dari toko Al-Firdaus Banjarbaru tersebut, karena toko ini sudah banyak memproduksi ayaman purun bahkan sudah kirim purun ke luar kota ke Bali, Jakarta, Semarang, dari pesanan puluhan sampai ratusan pesanan dan dalam satu bulan sudah memproduksi ratusan bahkan ribuan ayaman purun, Meskipun letaknya cukup jauh dari pusat kota tetap saja pemasaran toko tersebut cukup luas hingga memiliki pelanggan tetap. meski begitu didunia usaha ini tidak luput dari pesaing, adapun pesaing ayaman purun di daerah kecamatan Cempaka itu yaitu Galuh Campaka dan Galuh Banjar yang mana berada didaerah kampung yang sama.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan tertentu dalam memilih suatu produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli. Berdasarkan ketertarikan tersebut maka penulis bermaksud meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk tetap membeli barang dari Anyaman Purun Al-Firdaus Banjarbaru.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru Banjarbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang tercakupi dalam latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru?
2. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru secara parsial.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil yang diharapkan dari hasil penelitian ini baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis adalah sebagai berikut.

1. Dari segi teoritis:
 - a. Bagi mahasiswa: sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak

di bidang kerajinan

- b. Bagi penulis: menambah pengetahuan di wawasan penulis dalam ilmu yang diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang pemasaran, khususnya pada objek yang berkaitan dengan variable yang diteliti yaitu kualitas produksi dan kualitas pelayanan.

2. Dari segi praktis

- a. Bagi perusahaan: dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan Anyaman Purun toko Al-Firdaus Banjarbaru.
- b. Bagi Pihak lain: penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademis, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademis.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pangan agar fokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat defines operasional sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari suatu (orang,benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh yang dimaksud didalam penelitian yaitu pengaruh kualitas produksi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Di Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk menurut Supranto dan Nandan Limakrisna adalah apa saja dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dipersiapkan. Kualitas Produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah kualitas anyaman purun yang dijual di toko Al-Firdaus Banjarbaru.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman sadar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja yang akan dibeli oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

4. Kepuasan Konsumen

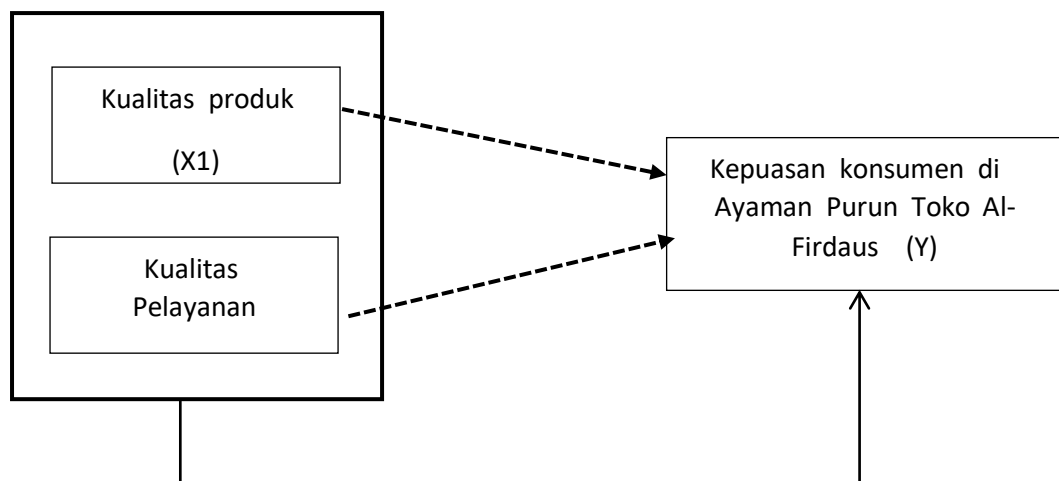
Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalo mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing.

hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian (Supranto, 2011). Kepuasan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen di Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

F. Kerangka Pemikiran

Bedasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah teori sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > : Parsial
 -----> : Simultan

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka hipotesis yang akan diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Antara kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Antara kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

2. Secara simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Antara kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Antara kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap

kepuasan konsumen Anyaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ihsan (1601151499) pada tahun 2021, judul skripsi “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembeli Pakian Bekas Di Toko Banjar Second Banjarmasin”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Kualitas Produk barang sebagai variable independen (X). Perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan teliti yaitu pada variable dependen (Y). Penelitian ini menggunakan keputusan pembeli sebagai variable dependen sedangkan penelitian saya mengikat variable dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Maulana (161151504) pada tahun 2021, judul skripsi “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Di Sales Kanvas Toko

Dahlia”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Kualitas Pelayanan sebagai variable independen (X). Perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan teliti yaitu pada variable dependen (Y). Penelitian ini menggunakan keputusan pembeli sebagai variable dependen sedangkan penelitian saya mengikat variable dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nafarin (1301150227) pada tahun 2017, judul skripsi “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Membeli Handphone Bergaransi Distributor Tidak Resmi”. Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Kualitas Produk barang sebagai variabel independen (X). Perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan teliti yaitu pada variable dependen (Y). Penelitian ini menggunakan keputusan pembeli sebagai variable dependen sedangkan penelitian saya mengikat variable dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.

I. Sistematis Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, defenisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori, dalam bab ini membahas tentang yang berkaitan dengan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

Bab III adalah metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik instrumen penelitian, desain pengukuran, teknik analisis data, uji instrumen penelitian dan uji asumsi klasik.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum tentang Ayaman Purun Toko Al-Firdaus Banjarbaru, dalam bab ini dapat dipaparkan tentang hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dikemukakan pada bab pertama.

Bab V adalah penutup, dalam bab ini berisi simpulan dan keseluruhan pembahasan juga merupakan pengas untuk jawaban dan rumusan masalah. Dalam bab ini juga menulis memberi saran yang dirasa penulis perlu untuk menambahkan agar lebih baik lagi.