

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sidoarjo merupakan bagian dari Provinsi Jawa Timur yang saat ini sedang mengalami perkembangan dalam pembangunan. Hal ini dapat di lihat dari semakin banyaknya pendirian bangunan seperti perumahan, gedung, pabrik, kantor, gudang, ruko serta bangunan lainnya. Alasan banyaknya pendirian bangunan di Sidoarjo dikarenakan harga properti di Kabupaten ini cukup terjangkau daripada di Kota Surabaya. Menurut ketua REI (*Real Estate Indonesia*) Sidoarjo Susilo Effendy (2019), bahwa tingkat pertumbuhan pembangunan di Kabupaten Sidoarjo meningkat 7% pertahunnya. Oleh karena itu, tidak bisa di pungkiri bahwa pesatnya pertumbuhan pambangunan di Sidoarjo ini berdampak pada terbukanya peluang usaha yang menjanjikan. Salah satu usaha yang memiliki prospek menjanjikan tersebut adalah bengkel las.

Bengkel las merupakan usaha yang bergerak di sektor jasa. Kegiatan usaha ini masuk dalam jenis industri pengelasan, yang dikategorikan lagi kedalam kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang biasanya pengelolaannya dilakukan secara perorangan atau keluarga.

Usaha ini banyak dicari orang untuk saat ini. Hal ini di karenakan berbagai kebutuhan akan properti khususnya tempat tinggal memerlukan tambahan perlengkapan pendukung misalnya pagar, tralis, rolling door, canopy yang berfungsi untuk meningkatkan keamanan rumah. Seiring dengan kemajuan teknologi dan bertambahnya kreativitas manusia. Fungsi produk pengelasan yang mulanya hanya

untuk meningkatkan keamanan juga dimanfaatkan untuk menambah keindahan pada bangunan rumah. Kini besi yang biasa dilas menjadi pagar, tralis, canopy, juga bisa dibuat menjadi barang substitusi dengan dibentuk menjadi berbagai macam interior rumah seperti ayunan, balkon, rak bunga, rak sepatu, ranjang lipat dan berbagai macam interior lainnya yang mampu mempercantik rumah.

Menjamurnya usaha bengkel las di Sidoarjo dapat dilihat dari banyak berdirinya industri yang menguasai wilayah tersebut, mengalahkan sektor perdagangan dan jasa. Hal ini dapat dijelaskan pada tabel 1.1 mengenai perkembangan UMKM di wilayah Sidoarjo yang diperoleh dari lembaga Badan Pusat Statistik berikut ini :

Tabel 1.1 : Perkembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo 2016-2018

	Sektor	2016	2017	2018
1	Perdagangan	16,01	16,15	16,30
2	Industri	46,00	46,08	46,62
3	Jasa	15.52	15.44	15.20

Sumber : <https://sidoarjokab.bps.go.id/publication>

Umumnya kegiatan industri yang ada di Sidoarjo bergerak pada usaha kuliner seperti sentral industri kerupuk udang di Jl Majapahit serta , homeindustri kerajinan tas dan koper di wilayah Tanggulangin. Meskipun kalah terkenal dengan industri - industri tersebut, indutri pengelasan berupa bengkel las juga cukup bagus perkembangannya. Hal ini bisa dilihat dari banyak kita jumpai usaha bengkel las yang tanpa kita sadari kini bengkel las sudah ada di

mana-mana, tidak hanya ada di pinggir jalan-jalan besar, namun juga bisa kita temui di gang-gang rumah kita.

Dalam dunia usaha, persaingan merupakan hal yang akrab untuk kita jumpai. Strategi yang baik akan membuat bengkel las mampu bersaing, karena strategi tersebut akan memunculkan karakteristik yang membedakan satu bengkel las dengan bengkel las lainnya. Karakter tersebutlah yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih bengkel las yang tepat pada saat melakukan pemesanan.

Karakter biasanya berhubungan dengan keunggulan-keunggulan yang mampu diberikan perusahaan (bengkel) kepada konsumennya. Uniknya para pengusaha yang menggeluti usaha bengkel las awalnya hanya bermodalkan keahlian yang mereka miliki selama mereka menjadi karyawan disebuah bengkel las. Merasa memiliki modal dan keahlian yang cukup, maka mereka memberanikan diri untuk membuka bengkel sendiri dengan harapan memiliki penghasilan yang lebih banyak.

Bermodalkan keahlian saja tidak cukup mampu untuk bersaing dengan bengkel-bengkel yang sudah lebih dulu beroperasi yang tentu saja sudah memiliki konsumen tetap. Kurangnya wawasan mereka tentang cara menjalankan sebuah usaha membuat mereka hanya memiliki sedikit opsi strategi tanpa perencanaan yang matang, yang akhirnya membuat mereka tidak mampu bertahan melawan kerasnya persaingan dunia usaha. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus mampu membuat strategi pemasaran yang tepat.

Salah satu strategi pemasaran adalah menerapkan konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut (Kotler dan Gery 2008 : 12) menyatakan bahwa Dalam sebuah

industri, bauran pemasaran perlu memperhatikan hal yang menyangkut tentang produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, memberikan manfaat dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan harus dapat mengatur dan memilih unsur bauran pemasaran yang akan digunakan /diprioritaskan sehingga dapat berjalan secara efektif agar mampu menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen (Schiffman dan Kanuk 2009: 112). Bagi konsumen, kebebasan sering di ungkapkan dengan sangat beragamnya pilihan produk. Jadi hampir selalu ada pilihan, maka hampir selalu pula ada kesempatan untuk mengambil keputusan. Selain itu penyediaan pilihan bagi konsumen ketika sesungguhnya tidak ada satupun pilihan dapat dijadikan strategi bisnis yang tepat, strategi tersebut dapat meningkatkan penjualan dengan jumlah sangat besar (Sciffman dan Kanuk 2008 : 486)

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah memberikan harga yang tepat. Harga produk maupun jasa merupakan salah satu faktor penentu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2010:314) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau

menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk (Martono, 2014 : 688).

Selain harga, faktor yang menentukan keputusan pembelian adalah inovasi desain, menurut Suryani (2008:304) inovasi adalah konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Sedangkan desain menurut (Kotler dan Keller 2009:10) menjelaskan bahwa desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. (Windarini 2018) menambahkan bahwa sebuah produk, dikatakan memiliki kualitas unggul jika mampu memenangkan persaingan dan mampu memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan. Saat ini, pelanggan selalu memiliki harapan yang sangat besar terhadap sebuah produk yang mereka beli atau gunakan, baik produk tersebut berupa barang maupun jasa. Sehingga para pelaku usaha dituntut untuk berinovasi dan menciptakan produk dengan kualitas unggul, agar mampu memberikan kepuasan pelanggan.

Desain suatu produk mampu menjadi salah satu faktor penting dalam meraih simpati dan perhatian pelanggan. Sebelum melihat dan merasakan manfaat sebuah produk, biasanya pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan ditentukan oleh keunikan dan keindahan sebuah produk, sehingga tingkat penjualan yang tinggi dari sebuah produk, salah satunya dipengaruhi oleh

inovasi desain yang mampu memikat konsumen. (Windarini 2018) menyatakan bahwa Sebuah desain mampu memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin unik dan menarik desain sebuah produk, akan semakin memunculkan daya tarik konsumen. Oleh sebab itu, para pelaku usaha dituntut untuk terus berusaha menggunakan kreatifitas yang dimilikinya semaksimal mungkin agar tercipta sebuah desain yang mampu memikat hati pelanggan, yang pada akhirnya memunculkan keputusan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Semakin kreatif dan unik sebuah produk, akan semakin membuat produk tersebut memiliki daya tarik tersendiri di hati konsumen.

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu penentu keputusan pembelian. Menurut (Kotler dan Keller 2009 : 50) kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dan kinerja. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penjual produk maupun jasa dalam memberikan pelayanan. Hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hubungan internal yang baik antara pegawai dengan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Ini menunjukkan bahwa kemampuan pegawai sangat mempengaruhi terhadap persepsi pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan (laksana 2008 : 95). Memuaskan keinginan pelanggan sendiri merupakan hal yang sulit, hal ini disebabkan karena semakin kritisnya tingkat kesadaran pelanggan akan hak untuk memperoleh

fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya, mengingat pelanggan yang merasa puas diharapkan akan berkunjung kembali, bahkan memberitahukan kepada orang lain sehingga dapat menempatkan pesaing di urutan paling rendah atau sebaliknya.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bengkel las “Hidayah” yang terletak di desa Bluru Kidul Sidoarjo. Hal ini dapat di lihat dari menurunnya jumlah angka penjualan selama 6 bulan terakhir yang dapat dilihat dari tabel rekapitulasi berikut ini :

Tabel 1.2 : Rekapitulasi jumlah customer Bengkel Las Hidayah tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Customer
1	Januari	52
2	Februari	55
3	Maret	48
4	April	74
5	Mei	65
6	Juni	78
7	Juli	63
8	Agustus	58
9	September	55
10	Oktober	48
11	November	45
12	Desember	43
Jumlah		684

Sumber : data primer di olah 2020

Di wilayah Sidoarjo, bengkel las “Hidayah” memiliki pesaing lain seperti bengkel las “Sogol” Jl. Yos Sudarso,

bengkel las “Langgeng” Jl Raya Bluru Kidul, dan bengkel las “Mex Jaya” Jl Raya Kemiri.

Permasalahan yang timbul yaitu keputusan pembelian produk Bengkel Las “Hidayah” yang dipengaruhi oleh harga, inovasi desain dan kualitas pelayanan. Dari segi produk Bengkel Las Hidayah, memiliki kualitas yang tinggi dan disejajarkan dengan harga. Sedangkan dari segi harga ternyata produk yang ditawarkan bervariasi daripada produk sejenis lainnya. Jika pelanggan menginginkan volume dan desain dengan tingkat kesulitan tinggi, maka pelanggan harus membayar dengan harga yang lebih mahal.

Desain-desain yang di tawarkan oleh bengkel las Hidayah ini sangat bermacam-macam, mulai dari desain yang sederhana sampai dengan yang modern. Biasanya pemilik bengkel mencari model-model yang baru menjadi trend lewat internet, kenalan pemilik bengkel yang ada di luar kota hingga mencari katalog model terbaru. Akan tetapi semakin tinggi tingkat kesulitan dan kerumitan dalam sebuah desain akan memakan waktu pengerjaan yang lama.

Dalam kualitas pelayanan yang di berikan sebuah bengkel las harus memiliki kualitas pelayanan yang bagus dan juga memiliki tenaga kerja yang profesional. Sikap profesional yang harus dimiliki oleh seorang tenaga kerja bengkel las yaitu tenaga kerja yang terlatih, terampil dan pastinya juga bertanggung jawab. Setiap perusahaan tentunya menginginkan agar strateginya berjalan dengan baik dimana dalam implementasi strategi tersebut tentu menguntungkan perusahaan dan terlebih adalah daya dan jual bengkel las Hidayah ini masih batasan wilayah dan

orang - orang yang tahu atau pernah menjadi pelanggan bengkel las tersebut.

Dari uraian yang telah disampaikan di atas, maka penelitian ini bermaksud menganalisis **“Pengaruh Harga, Inovasi Desain dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Bengkel Las Hidayah Sidoarjo”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo ?
2. Apakah inovasi desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo?
4. Apakah harga, inovasi desain dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel las Hidayah Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibedakan menjadi 2 tujuan yaitu :

1. Tujuan Umum
 - a. Sebagai reliasi pelaksana Tri Dharma perguruan tinggi
 - b. Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan perkuliahan pada Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Ad Buana Surabaya

- c. Sebagai bahan penerapan ilmu yang didapat selama bangku kuliah dengan praktek di lapangan
2. Tujuan Khusus
Tujuan khusus dalam penelitian ini adalah untuk :
 - a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo
 - b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh inovasi desain terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo
 - c. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo
 - d. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, inovasi desain dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa di bengkel las Hidayah Sidoarjo

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian akan produk las. Sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai

2. Bagi peneliti
Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang di peroleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambahkan pengetahuan secara praktis dan wawasan yang lebih luas mengenai masalah - masalah yang dihadapi oleh perusahaan khususnya mengenai pengaruh harga, inovasi desain dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa di Bengkel Las Hidayah Sidoarjo

3. Bagi Universitas
 - a. Penelitian yang dilakukan mahasiswa merupakan salah satu bentuk kepedulian Universitas dalam usaha membantu, memajukan, serta mendorong perusahaan dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan di masa depan.
 - b. Sebagai bahan referensi guna melengkapi perpustakaan apabila dibutuhkan nanti.

Halaman ini dikosongkan