

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi ini kemajuan ilmu dan teknologi mendorong masyarakat untuk memperhatikan derajat kesehatan demi menaikkan kualitas hidupnya. Banyaknya usaha yang bermunculan meningkatkan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik.¹

Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan, dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan pelanggannya.² Oleh karena itu tersedianya pelayanan kesehatan bagi masyarakat menjadi hal yang harus diperhatikan dari pemerintah sebagai salah satu upaya dalam pembangunan di bidang kesehatan.

Ada banyak strategi yang dilakukan apotek untuk menciptakan kepuasan konsumen antara lain harga yang terjangkau, memiliki kualitas pelayanan yang nyaman, baik dan harus memiliki apoteker. Disini ada hubungan yang erat antara harga, dan kualitas layanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang maksimal. harga dan kualitas layanan juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli obat tersebut.

Pada umumnya dokter hanya memberikan penjelasan secukupnya sesuai pertanyaan pasien. sementara pasien dengan keawamannya terkadang tidak tahu apa yang harus

¹ Rama joko darmawan, pengaruh harga ,kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada apotek takavi, *jurnal ilmu dan riset manajemen* vol.6.No.8, agustus 2017 hal.1

² Drs. Danang Sunyato Dan Fathonan Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Caps Center For Academic Publising Service.2015) hal.172

ditanyakan, informasi mengenai penyakit dan obat yang disampaikan oleh dokter sering kali terbatas. Dari sisi kefarmasian, apoteker pun sejauh ini belum benar-benar menjalankan profesinya. Di apotek, biasanya konsumen apotek hanya menyerahkan resep, membayar, dan menerima obat.

Kepuasan pelayanan konsumen *consumer service satisfactions* merupakan hal yang paling utama bagi para pelaku bisnis jasa, karena dari konsumenlah, diketahui baik buruknya kualitas pelayanan yang dihasilkan atau dari bisnis yang dijalankan.³ Jika barang atau jasa yang diberikan kurang memuaskan, maka konsumen akan berpaling, jadi manajemen perusahaan mengharapkan semua karyawan mulai berbuat yang terbaik bagi mitra kerjanya. Dengan memberikan yang terbaik maka konsumen akan merasa puas akan layanan yang diberikan dan suasana kerja pun juga semakin baik.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁴ Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil *outcome* tidak memenuhi harapan.⁵

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa. Para menejer biasanya berusaha keras menggunakan suatu harga yang akan menghasilkan suatu keuntungan yang layak untuk mendapatkan

³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*(Jakarta:Pt Elex Media Kompatindo.2003)hal.12

⁴ Kotler,Philip Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen pemasaran*. Edisi Kedua Belas (Jakarta:Indeks.2007)hal.32

⁵ Tjiptono,fandy,*pemasaran jasa*.(Yogyakarta:Bayumedia.2011)hal.433

keuntungan, para menejer harus memilih suatu harga yang sama dengan nilai persepsi bagi target konsumen. Jika suatu harga ditetapkan terlalu tinggi di benak konsumen, nilai persepsinya akan lebih kecil dibandingkan dengan biayanya, dan peluang penjualan akan hilang.⁶

Dari jurnal manajemen bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta memperlihatkan bahwasanya Penetapan harga merupakan permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya tidak jauh beda dengan apotek lain. Sesuai dengan hukum permintaan yaitu jika harga naik maka permintaan turun dan jika harga turun maka permintaan mengalami kenaikan. Keadaan masyarakat menjadi salah satu faktor yang diperhatikan oleh pihak penjual terutama mempertimbangkan faktor harga pada obat yang disediakan.⁷

Selain harga Kualitas pelayanan merupakan kinerja terpenting dalam perusahaan agar terciptanya kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula

⁶ Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hal. 76

⁷ Puji Wahyuningsih "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kompensasi Dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Order Suplemen dan Obat-Obatan Herbal Pada Apotek di Bantul (Yogyakarta : Skripsi Universitas Islam Sunan Kalijaga 2015).

bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Nureeyah Bahem terhadap kualitas pelayanan di apotek kota yogyakarta memperlihatkan bahwa konsumen puas terhadap kualitas pelayanan pada dimensi *tangible* dan *empathy*. Sedangkan pada dimensi *assurance*, *resposiveness* dan *reliability* konsumen belum puas terhadap kualiat's peayanan karena konsumen beranggapan kinerja apotek masih rendah dibandingkan dengan harapan konsumen.⁹ Penilaian yang diterima konsumen pada kualitas pelayanan yang mereka dapatkan dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan. Konsumen akan mengetahui tingat pelayanan yang mereka terima, setelah mendapatkan pelayanan dari apotek maka akan terbentuk kesan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan apotek lainnya.

Hubungan yang erat antara suatu harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen nanti akan berpengaruh pada hasil maksimal yang diperoleh perusahaan, maka secara otomatis pihak yang terkait dalam masalah ini harus dapat menetapkan secara tepat perkiraan konsep pelayanan dengan baik yang dapat direalisasikan pada priode mendatang. Melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil suatu harga dan kualitas pelayanan pada Apotek Magga Mulia 2 sangat penting, agar dapat di tentukan tingkat keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan perusahaan. Lalu konsep pelayanan yang telah dilaksanakan dapat mendukung jalanya perusahaan secara efektif dan efisien.

⁸Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen pemasaran edisi ketiga belas jilid 1*.(jakarta:Erlangga,2008)hal.12

⁹Nureeyah Bahem”*Analisis Tigkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Obat Tanpa Resep Di Apotek Nur Farma*”(Malang: Skripsi Universitas Islam Negri Maulana Mallik Ibrahim 2017).

Apotek maggha mulia 2 merupakan suatu usaha dagang yang dalam pelaksanaannya mempunyai fungsi sebagai pelayanan kesehatan. Dilihat dari fungsi sebuah apotek sebagai unit pelayanan kesehatan, fungsi apotek adalah menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan masyarakat untuk mencapai derajat kesehatan yang optimal. Apotek maggha mulia terletak di Jalan Jendral Sudirman No.2957 CD di kota Palembang, apotek maggha mulia juga berfungsi sebagai penyedia dan penyalur obat-obatan penjualan dilakukan dengan dua cara, yaitu menggunakan resep dokter dan tanpa menggunakan resep dokter.

Adapun objek Penelitian ini memilih apotek maggha mulia 2 ini karena jumlah pengunjung pada apotek ini tidak menentu berdasarkan data yang di dapat dari wawancara dengan pihak apoteker apotek maggha mulia 2 mengenai jumlah pelanggan di apotek maggha mulia 2 bapak H. Masnir Alwi mengatakan jumlah pengunjung pada apotek maggha mulia sekitar 80 per-hari dan pernah juga mengalami kenaikan di atas 130 konsumen per-harinya dari hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan pada apotek maggha mulia 2 mengalami kenaikan adanya peningkatan pelanggan pada apotek maggha mulia 2 disebabkan berbagai bentuk penetapan harga yang relatif murah pada apotek maggha mulia 2.¹⁰

Apotek maggha mulia 2 salah satu apotek yang sedang berkembang dari masa ke masa menyadari bahwa ketatnya persaingan bisnis pada saat ini semua perusahaan tentu ingin tetap populer dan menjadi lebih unggul untuk tetap bertahan di dunia bisnis maka sebuah usaha harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menetapkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya

¹⁰Wawancara Dengan Apoteker Apotek Maggha Mulia 2,Tanggal 18 Oktober 2018 di Apotek Maggha Mulia 2 Palembang.

menyediakan jasa yang berkualitas terutama faktor yang mempengaruhi pelanggannya salah satunya seperti harga dan kualitas pelayanan pada apotek.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka perlu dikaji untuk membahas masalah diatas dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Di Apotek Maggha Mulia 2 Jln.Jendral Sudirman No. 2957 CD.”Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di apotek Maggha mulia 2?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek maggha mulia 2?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di apotik maggha mulia 2.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di apotek maggha mulia 2.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

1. Secara Akademis

a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti disamping memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang pemasaran jasa, khususnya berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

b. Bagi Dosen

Hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk menambah wawasan dalam mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di fakultas ekonomi di universitas islam Negeri Palembang.

c. Bagi mahasiswa

Menambah wawasan dan pengetahuan dan hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. **Manfaat Secara Praktis.**

a. Bagi perusahaan

Sebagai informasi yang dapat dijadikan dasar dalam strategi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mampu menjadikan masukan bagi karyawan apotek maggha mulia untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga loyalitas pelanggan tetap terjaga.

b. Bagi masyarakat

Untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta bahan kajian dalam penelitian.

3. **Sistematika penulisan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : Bab ini berisikan tentang latar belakang penulisan
pengangkatan

tema yang akan dibahas dalam skripsi, rumusan masalah dan tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Bab ini membahas tentang landasan teori mengenai harga,

Kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Dengan teori yang telah dikaji juga penelitian-penelitian sebelumnya Dan hipotesis-hipotesis yang dikembangkan.

BAB III: Bab ini mendeskripsikan mengenai jenis dan sumber data, Metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi Oprasional dan teknik analisis data.

BAB IV: Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian analisis data (d disesuaikan dengan teknik analisis yang Digunakan) hasil pengkajian hipotesis, dan pembahasan hasil Penelitian.

BAB V: PENUTUP, berisi kesimpulan dari analisis data serta saran yang dapat digunakan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.