

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN MINIMARKET CANDAMART

Midkhol Huda, Ema Nuriyah

Sekolah Tinggi Ekonomi Syari'ah Al Falah Gresik, Indonesia

mohmidkolstesfa@yahoo.com

Emanuriyah6@gmail.com

ABSTRACT

Modern businesses or modern markets apart from providing attractive shopping alternatives also offer comfort and quality products, competitive prices and sometimes even cheaper than traditional markets/retail traders. Business activities such as minimarkets have become an interesting phenomenon and attention. The existing Candamart is made in such a way as to attract consumers' interest in buying there. The existing Candamart must be able to create excellence in the products and services offered, so that it can attract consumer interest and feel satisfied because their needs can be met well. The aim of this research is to find out whether price and service factors influence consumer satisfaction in shopping at Candamart.

Keywords: *Service Quality, Price and Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Usaha modern atau pasar modern selain memberikan alternatif berbelanja yang menarik juga menawarkan produk yang nyaman dan berkualitas, harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional/pedagang eceran. Kegiatan usaha seperti minimarket menjadi fenomena yang menarik dan menjadi perhatian. Candamart yang ada dibuat sedemikian rupa untuk menarik minat konsumen untuk membeli disana. Candamart yang ada harus mampu menciptakan keunggulan pada produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat konsumen dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor harga dan pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Candamart.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan bisnis berkembang begitu pesat, sehingga

ISSN : 2809-8714

setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Kebutuhan manusia itu luas, kompleks, dan banyak.

Ketika konsumen akan membeli suatu barang konsumen sering membandingkan obyek harga barang dengan harga barang yang lain. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk atau jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi juga. Selain itu harga sangat sensitif dan dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk atau jasa.

Harga juga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Harga cukup memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan barang, bagaimana yang telah dijelaskan dalam hukum permintaan " Jika harga semakin murah maka barang yang diminta akan semakin banyak dan sebaliknya jika harga semakin mahal maka barang yang diminta semakin sedikit. Harga juga merupakan suatu penentu bagi permintaan barang dan untuk menentukan

posisi persaingan penjualan di pasar (Kevin L Keller. 2019)

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Berdasarkan perubahan yang mendasar cara pemikiran pemasaran adalah beralihnya pemikiran dari penjualan menjadi penciptaan pelanggan. Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi.

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh pemilik usaha yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan menggunakan uang.

Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk fasilitas yang tersedia menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan (Willy dan Sugiono, 2013).

Jadi semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi minat konsumen dalam berbelanja. Kita melihat maraknya Swalayan yang berada di Desa

Cumpleng misalnya Raihanmart, Yatama Store, maupun toko kecil lainnya yang jaraknya masih tidak berjauhan namun perkembangannya sangat cepat dibandingkan dengan swalayan lain seperti yang disebutkan setelahnya. Disinilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan terhadap harga dan kualitas pelayanan kepuasan konsumen. Karena ketatnya persaingan tentunya akan memunculkan pertanyaan, Candamart Di Desa Cumpleng yang lebih baik dari swalayan yang lain dan faktor apa saja yang membuatnya lebih unggul. Hal tersebut tentu menimbulkan persaingan antara Candamart Di Desa Cumpleng dengan lainnya, dan akan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen.

LANDASAN TEORI

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa (Philip dan Kevin, 2012: 67).

Harga menurut pandangan tokoh muslim dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan pernah lepas dari permasalahan penetapan harga yang dilatarbelakangi dari suatu proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang lebih luas (Adiwarman, 2011: 22).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu pelayanan yang diharapkan memaksimalkan suatu ukuran yang inklusif dari kesejahteraan konsumen (Susatyo Herlambang, 2016).

Menurut Kotler dalam kutipan Hendro dan Syamswana definisi pelayanan adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan, kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Hendro & Syamswana, 2017: 351-366.).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terusmenerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. (Dwi Astuti, 2012)

Terdapat beberapa aspek dalam kepuasan konsumen yaitu : (Sabarguna, 2004)

- a. Aspek kenyamanan yaitu meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan yaitu meliputi keramhan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, supportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi teknis petugas yaitu meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya yaitu meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah: (Irawan, 2004)

- a. Kualitas produk
- b. Harga
- c. *Service quality* (kualitas pelayanan)
- d. *Emotional factor/ emotional value*
- e. Biaya dan kemudahan.

Harga dan Kualitas Pelayanan Menurut Ekonomi Islam

Melihat sejarah dan praktek perdagangan yang diajarkan Rasulullah SAW, jelaslah bahwa dalam islam harga sesungguhnya menjadi bagian yang tidak boleh diintervensi. Hal ini sebagai upaya dalam pembentukan harga yang adil (*qimah al adl*) yang sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran pasar. Dalam konsep Islam pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus sesuai dengan prinsip rela sama rela, tidak ada pihak yang terpaksa dan dirugikan secara dzolim pada tingkat harga tertentu.

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan

ISSN : 2809-8714

selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilangan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini ditegaskan dalam firman allah Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*

Dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya reliability (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara tepat dan terpercaya. Allah SWT sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah

ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91.

Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan. Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang harus memenuhi janji yang diucapkan, baik janji yang diucapkan secara langsung maupun janji yang dibuat dalam bentuk promosi, yang semuanya harus dipenuhi dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran di mana penawaran atau iklan palsu berarti mereka telah mengingkari janji dan ini melibatkan penipuan yang merugikan konsumen.

Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk komunikasi antara konsumen dengan karyawan yang tugasnya melayani, membantu menyiapkan, mengatur, melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen secara individu atau kelompok yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode atau pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah (sebagai lawannya adalah eksperimen)

dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif/kualitatif yang dibuat berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Sugiyono, 2012).

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini adalah penelitian untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif. Proses penelitian yang dimaksud antara lain melakukan pengamatan terhadap orang dalam kehidupannya sehari-hari, berinteraksi dengan mereka, dan berupaya dalam memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Untuk itu, peneliti harus terjun dalam lapangan dengan waktu yang lumayan lama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dan berdasarkan hasil analisis data yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diketahui Kepuasan konsumen toko candamart Berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat pada tanggapan Rekapitulasi tanggapan Responden. Kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan oleh konsumen dari hasil kinerja mereka, Ketika Hasil dari Toko tersebut baik maka Kepuasan konsumen yang didapatkan juga tentu nya kan bagus juga, jadi jika Toko mempunyai harapan agar kepuasan pelanggan tetap baik maka harus di pastikan agar Kualitas Pelayanan ,harga dan kepuasan konsumen juga di perbaiki lebih baik lagi. Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada item kuesioner harga produk yang ada di Toko candamart sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen artinya harga yang di berikan oleh pihak toko candamart sudah sesuai dengan harga konsumen, maksud nya harga pada produk sudah sesuai, tidak membuat para konsumen merasa terlalu mahal untuk beli sehingga konsumen merasa sangat puas dengan harga produk. Kemudian terdapat skor terendah yaitu pada item

kuesioner karyawan Toko candamart sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen dengan jumlah skor 223, artinya karyawan masih banyak kelalaian dalam melayani konsumen, kurang cepat dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas. Ini adalah seperti bentuk motivasi agar Karyawan Toko Candamart dapat memperbaiki Sikap dalam Melayani Konsumen agar lebih Baik lagi guna menarik simpatik konsumen agar merasa Puas kembali dalam Berbelanja di Toko candamart.

Kualitas pelayanan yang berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga sangat erat kaitan nya dalam menciptakan keuntungan bagi toko. Semakin berko candamart kualitas pelayanan yang di berikan oleh toko candamart maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

1. Toko CANDAMART menerima dengan baik setiap keluhan konsumen.

Keluhan secara sederhana dapat diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan terhadap produk yang di pasarkan oleh Perusahaan, keluhan itu sendiri bisa mengumpulkan keluhan

pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, survey, maupun secara langsung. Untuk melihat tanggapan responden tentang Toko Candamart menerima dengan baik setiap keluhan konsumen dapat di lihat pada tabel di bawah ini :Berdasarkan tabel di atas pada tanggapan responden tentang Toko Candamart menerima dengan baik setiap keluhan konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 32 responden (64,0%) memilih sangat Puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas, dan 6 responden (12,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Candamart menerima dengan baik setiap keluhan konsumen yaitu sebanyak 32 responden menyatakan sangat puas terhadap konsumen siap menerima keluhan dan saran terhadap produk yang di jual. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa Toko Candamart sangat menerima keluhan atau saran yang di berikan konsumen terhadap Toko Candamart. Keluhan yang di berikan bisa dijadikan sebagai saran

ISSN : 2809-8714

untuk memperbaiki kedepan nya menjadi baik lagi.

2. Karyawan Toko CANDAMART sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen.

Karyawan yang mempunyai sikap sopan santun yang baik juga akan membuat pelanggan senang untuk kembali berkunjung. Sikap sopan santun yang ada pada diri karyawan harus benar konsisten tidak pandang karyawan tersebut mempunyai masalah pribadi nya.Berdasarkan tabel di atas tentang Karyawan Toko Candamart sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 31 responden (62,0%) memilih sangat Puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas, dan 7 responden (14,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Karyawan Toko Candamart sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen yaitu 31 responden menyatakan sangat puas terhadap Pelayanan Toko Canadamart. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa Pelayanan Toko Candamart dalam melayani konsumen sangat baik

dan sopan. Pelayanan seperti ramah dan sopan terhadap konsumen juga akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Karyawan Toko CANDAMART sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen.

Mempunyai karyawan yang siap tanggap dalam melayani pelanggan adalah semua keinginan pengusaha.Pelanggan merupakan raja yang harus di layanani dengan baik maka karyawan juga harus cepat dalam merespon semua permintaan pelanggan.Berdasarkan tabel di atas tentang Karyawan Toko Candamart sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 29 responden (58,0%) memilih sangat Puas, kemudian 15 responden (30,0%) memilih Puas dan 6 responden (12,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Karyawan Toko Candamart sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen yaitu sebanyak 29 responden memilih sangat puas.

4. Toko CANDAMART menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja

ISSN : 2809-8714

Dalam sistem penjualan seperti toko retail, minimarket, kelontong atau toko harian pada umumnya sistem pembayaran adalah secara cash langsung bayar ditempat atau ditoko tersebut. Dengan begitu tentu akan memberikan rasa aman yang lebih besar terhadap dua belah pihak baik itu penjual ataupun pembeli. Berbeda dengan pembayaran online yang sudah cukup banyak kita ketahui dan lihat, dimana bisa saja di manipulasi jika tidak memiliki sistem keamanan yang baik dan benar. Berdasarkan tabel di atas tentang Toko Candamart menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja sebanyak 50 responden menyatakan 31 responden (62,0%) memilih sangat puas, kemudian 17 responden (34,0%) memilih puas, dan 2 responden (4,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Candamart menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja yaitu sebanyak 31 responden menyatakan setuju terhadap membayar dengan cara cash atau uang lansung. Konsumen merasa sistem pembayaran yang ada pada toko Candamart sudah cukup baik,

karena pada umumnya sama dengan seperti toko lainnya. Namun melihat toko RH yang besar ini seharusnya sudah menggunakan mesir kasir seperti minimarkert agar lebih modern memudahkan bertransaksi, dengan hal tersebut bisa mengatasi keramaian konsumen pada disatu waktu. Sehingga apabila konsumen melakukan complain mudah dikarenakan ada bukti struk atau nota pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan bahwa :

Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Candamart Desa Cumpleng Brondong Lamongan, Kualitas pelayanan karyawan signifikan terhadap kepuasan konsumen candamart. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang sudah dilakukan oleh candamart dalam mewujudkan keinginan dan harapan konsumennya, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. candamart juga sudah

ISSN : 2809-8714

memberikan pelayanan dengan tugas dan tanggungjawab agar mampu memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan dalam berbelanja.

Analisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Candamart Desa Cumpleng Brondong Lamongan, dalam prespektif ekonomi islam. Kualitas Pelayanan Pelayanan yang berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga sangat erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi rumah makan. Semakin berkualitas pelayanan yang di berikan oleh rumah makan maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kepuasaan pelanggan sangat penting bagi seorang pengusaha yang menjual berbagai produk, kepuasan pelanggan tidak hanya dari soal cita rasa akan tetapi juga pelayanan sampai dengan harga yang di pasarkan. Menjaga kepuasan pelanggan tidak mudah hanya dengan kualitas produk yang di berikan tetapi pelayanan dan harga juga sangat penting di jaga demi untuk tetap menjaga agar pelanggan bisa menikmati produk berulang kali atau akan kembali

DAFTAR PUSTAKA

- Kevin L keller. 2019. Manajemen pemasaran. Indonesia: PT macan Jaya Cemerlang
- Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto. 2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alvabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- A.Karim ,Adiwarman. 2011. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: Rajawali Press.
- Yuwono, Hendro, Syamswana Yuwana. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang”. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol.2, No.2, Hal.351-366.
- Herlambang, Susatyo. 2016. Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Astuti Santi Dwi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi KeputusanKonsumen Dalamm

ISSN : 2809-8714

Menggunakan Layanan Internet
Banking Di Bank Bukopin. Skripsi
Pada Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Telkom.

B.C., Sabarguna. 2004, Quality Assurance
Pelayanan Rumah Sakit, Edisi
kedua, Yogyakarta

Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan
Pelanggan. Cetakan Kelima.
Jakarta: Elex Media Komputindo.