

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, seiring perkembangan dunia industri, tidak hanya sektor non-jasa yang mengalami kemajuan, melainkan juga industri jasa yang terus tumbuh dengan semakin banyak orang yang tertarik untuk memulai usaha di bidang pelayanan jasa. Fenomena ini dipicu oleh berbagai inovasi dan peningkatan kualitas layanan yang diterapkan di berbagai sektor industri dan jasa. Salah satu contohnya adalah industri jasa yang sedang mengalami pertumbuhan pesat saat ini, seperti studio foto. Perkembangan ini mendorong banyak pengusaha untuk mulai memasuki bisnis foto studio, dimotivasi oleh peluang-peluang yang tersedia. Tentu saja, pertumbuhan ini juga turut mempengaruhi dinamika persaingan di pasar, mengingat semakin banyaknya jumlah studio foto yang bermunculan di era saat ini dan secara khusus di wilayah Kota Gunungsitoli.

Kota Gunungsitoli adalah sebuah Kota Otonom hasil pemekaran dari Kabupaten Nias, berfungsi sebagai Pusat Kota di Kepulauan Nias dan menjadi gerbang utama masuk dan keluar Pulau Nias. Kota ini membanggakan kekayaan budaya dan aktivitasnya, mencakup aspek pemerintahan, acara kebudayaan, dan berbagai kegiatan lainnya. Sejalan dengan hal tersebut, terjadi kemajuan dan perkembangan yang beragam di sektor ekonomi, contohnya dalam bentuk usaha jasa seperti Studio Foto, bisnis pariwisata dan kuliner.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak pengusaha di Kota Gunungsitoli khususnya studio foto berupaya bersaing mendapatkan perhatian pelanggan. Strategi-strategi bisnis pun diterapkan mulai dari promosi hingga inovasi, dengan tujuan memperoleh pangsa pasar yang luas. Meskipun banyak pelaku usaha yang sukses meraih keuntungan, tidak sedikit pula yang mengalami kegagalan atau kebangkrutan akibat penggunaan strategi pemasaran yang kurang tepat dan pelayanan yang tidak optimal. Keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan ditentukan

oleh penerapan strategi pemasaran yang cerdas serta menjalin hubungan baik dengan konsumen. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, konsumen memiliki banyak alternatif produk dengan kualitas pelayanan dan variasi harga yang beragam mungkin lahirnya kesetiaan atau loyalitas konsumen. Oleh karena itu, pelanggan cenderung mencari nilai tertinggi yang dianggap paling memuaskan dari berbagai produk yang tersedia.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di Kota Gunungsitoli, terjaganya loyalitas konsumen menjadi salah satu syarat bagi kelangsungan dan kesuksesan sebuah usaha, khususnya dalam industri studio foto. Kualitas pelayanan dan penentuan harga yang bijak dapat menjadi faktor yang memegang peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Menurut Tjiptono & Chandra (2016: 387) loyalitas konsumen adalah komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek, produk dan perusahaan tercermin dari sikap dan melakukan pembelian ulang.

Pertama-tama, kualitas pelayanan dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Studio foto yang mampu memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan sesuai dengan harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka. Sebuah layanan yang efisien dan responsif terhadap kebutuhan konsumen juga dapat meningkatkan persepsi nilai yang diterima pelanggan. Kesempatan untuk memberikan umpan balik atau saran yang dihargai oleh studio foto dapat memperkuat hubungan antara pelanggan dan usaha, memberikan rasa dihargai, dan membangun kepercayaan.

Menurut Lewis & Booms, dkk dalam Atmaja (2018: 50) mengemukakan bahwa, “Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Artinya kualitas pelayanan bukan hanya sebatas kemampuan teknis dalam pengambilan foto. Studio foto di Kota Gunungsitoli perlu memahami keinginan dan harapan pelanggan serta mampu memberikan pengalaman yang tak terlupakan. Menciptakan atmosfer yang nyaman, mendengarkan dengan seksama terhadap keinginan khusus pelanggan, dan memberikan solusi kreatif menjadi langkah-langkah kritis. Kecepatan dalam memberikan hasil akhir

foto dan pelayanan purna jual yang responsif juga dapat menjadi pembeda signifikan. Dengan demikian, loyalitas konsumen bukan hanya terbentuk dari hasil jadi yang memuaskan, tetapi juga dari proses yang menyenangkan dan berkesan.

Dengan memahami bahwa loyalitas konsumen tidak hanya berasal dari hasil akhir produk tetapi juga dari pengalaman pelayanan secara keseluruhan, studio foto di Kota Gunungsitoli dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang pada gilirannya akan memberikan keunggulan kompetitif.

Hal lainnya adalah penentuan harga yang tepat, juga berperan penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Meskipun persaingan harga dapat menjadi faktor penentu, strategi penetapan harga sebaiknya tidak hanya didasarkan pada persaingan harga murah semata. Sebuah studio foto dapat menetapkan harga yang bersaing sambil tetap mempertahankan kualitas layanan. Program loyalitas, diskon khusus untuk pelanggan setia, atau paket-paket penawaran menarik juga dapat menjadi strategi efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Pengelolaan harga dalam bisnis studio foto di Kota Gunungsitoli memerlukan keseimbangan yang matang. Penetapan harga tidak hanya mencakup aspek biaya produksi dan keuntungan, tetapi juga harus mempertimbangkan persepsi nilai oleh konsumen. Kejelasan mengenai struktur harga dan transparansi dalam penawaran paket menjadi kunci untuk membangun kepercayaan pelanggan. Program diskon atau promo khusus untuk pelanggan setia dapat menjadi insentif yang efektif untuk mempertahankan loyalitas. Penting untuk menghindari praktik penetapan harga yang tidak stabil, yang dapat mengakibatkan kebingungan dan ketidakpuasan pelanggan. Dengan strategi penetapan harga yang bijak, studio foto dapat tidak hanya mempertahankan pelanggan yang sudah ada tetapi juga menarik perhatian pelanggan baru yang mencari nilai terbaik.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan awal di salah satu Studio Foto yang ada di Kota Gunungsitoli, yaitu Studio Eli Potret, dengan fokus pada kualitas pelayanan dan penetapan harga. Saat melakukan penelitian di lapangan, peneliti menemukan fenomena masalah bahwa terdapat kecenderungan dimana tim fotografer sering kali menyepelekan aspek keberlangsungan acara yang mereka abadikan. Kondisi kelelahan dan kurang istirahat menjadi faktor yang mengakibatkan beberapa momen penting terlewatkan atau tidak diabadikan dengan baik. Hal ini menciptakan ketidakpuasan pada konsumen yang mengharapkan layanan profesional dan menyeluruh dari studio foto. Fenomena selanjutnya, peneliti mendapatkan proyek ganda (*double job*), di mana harga yang ditawarkan kepada konsumen dinaikkan dari harga yang telah ditetapkan sebelumnya dikarenakan keterbatasan waktu dan sumber daya sehingga untuk mengakomodasi dua proyek secara bersamaan, diperlukan pengorbanan tambahan dalam hal tenaga kerja, peralatan, dan waktu. Keterbatasan ini dapat mendorong studio untuk menaikkan harga untuk mengkompensasi biaya tambahan yang mungkin timbul akibat pekerjaan ganda. Tindakan ini dapat menciptakan ketidakpastian dan kekecewaan pada konsumen, terutama yang sudah memiliki ekspektasi harga yang jelas. Praktik ini dapat memberikan kesan kurang transparan dan tidak konsisten dalam penetapan harga, yang dapat merugikan reputasi studio di mata konsumen.

Sebagai hasil dari pengamatan ini, konsumen cenderung tidak merasa puas dan kehilangan kepercayaan terhadap Studio Eli Potret. Mereka kemudian membandingkan hasil dan pengalaman mereka dengan studio foto lain yang mungkin menawarkan layanan yang serupa. Cerita tentang pengalaman kurang positif ini kemudian dapat menyebar di kalangan kerabat dan teman konsumen, berpotensi mengurangi reputasi studio di masyarakat.

Dengan Latar Belakang ini, maka peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studio Eli Potret Gunungsitoli”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi dari latar belakang, maka dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi masalah, antara lain adalah:

1. Identifikasi masalah pertama dapat difokuskan pada sejauh mana konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Studio Eli Potret. Hal ini melibatkan aspek-aspek seperti keprofesionalan tim fotografer, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan kemampuan studio dalam menciptakan pengalaman positif selama proses pemotretan.
2. Masalah kedua dapat diarahkan pada dampak dari praktik penerimaan proyek ganda, yang termasuk peningkatan harga, terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen. Bagaimana konsumen merespon kenaikan harga yang disebabkan oleh kondisi seperti keterbatasan waktu dan sumber daya, serta sejauh mana hal ini mempengaruhi persepsi mereka terhadap transparansi dan konsistensi Studio Eli Potret.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk menghindari terjadinya pemahaman dalam penelitian, serta ruang lingkup masalah pada judul penelitian sangat luas dan meliputi berbagai aspek pemecahan masalah, sehingga memerlukan pengetahuan yang tinggi serta membutuhkan waktu yang cukup lama sementara kemampuan yang dimiliki oleh peneliti sangat terbatas. Oleh karena itu untuk mempermudah penelitian ini, peneliti menyusun batasan masalah penelitian yaitu:

1. Tampaknya Studio Eli Potret belum memiliki strategi manajemen yang efektif dalam memastikan kualitas pelayanan yang konsisten dan penetapan harga yang dapat dipahami oleh konsumen.
2. Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen. Faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen, seperti promosi dan lokasi studio, tidak dibahas secara mendalam.

3. Waktu penelitian terbatas pada periode tertentu dan kondisi di Studio Eli Potret mungkin mengalami perubahan seiring waktu. Hasil penelitian mencerminkan situasi pada periode penelitian tersebut.
4. Faktor eksternal seperti perubahan *tren* di industri fotografi atau kondisi ekonomi lokal tidak sepenuhnya menjadi fokus penelitian ini. Namun, pengaruh faktor-faktor ini dapat memengaruhi hasil loyalitas konsumen.
5. Aspek teknis fotografi seperti kualitas gambar atau keterampilan fotografer, meskipun dapat memengaruhi kepuasan konsumen, tidak dibahas secara mendalam dalam penelitian ini.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli?
2. Apakah ada pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan jasa dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan arah pelaksanaan penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan pokok permasalahan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa dan penetapan harga terhadap loyalitas konsumen pada studio Eli Potret Gunungsitoli.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik kepada peneliti, lembaga maupun kepada lokasi penelitian dengan uraian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan berpikir dalam menganalisa setiap gejala dan permasalahan yang dihadapi di lapangan dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata satu di Universitas Nias.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk mengembangkan wawasan ilmiah serta bahan pertimbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya, dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran terutama dalam hal kualitas pelayanan jasa dan tingkat loyalitas konsumen.

3. Bagi Lokasi Penelitian (Studio Eli Potret)

Sebagai bahan wacana dan evaluasi dalam kegiatan pemasaran dan usaha yang sedang dijalani.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi saat melakukan penelitian dengan teori yang sama.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan serta manfaat penelitian, kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang responden yang menjadi obyek penelitian, data dan pembahasan.

BAB V : SARAN DAN KESIMPULAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA