

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

PT IPC Terminal Petikemas merupakan anak perusahaan yang didirikan pada tanggal 10 Juli 2013 dengan Akta Pendirian No. 25 Tanggal 10 Juli 2013 dan Akta Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) No. AHU-40641.AH.01.01 tahun 2013. Saham IPC TPK dimiliki oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) 99% dan 1% saham dimiliki oleh PT Multi Terminal Indonesia. Perusahaan ini mulai beroperasi pada 1 Juli 2015.

Saat ini IPC TPK telah mengoperasikan kegiatan di 2 cabang IPC yaitu Pontianak dan Jambi. Jasa yang disediakan oleh IPC TPK pada 2 Cabang ini antara lain jasa dermaga, bongkar muat barang dan petikemas, jasa gudang dan penimbunan barang, alat bongkar muat serta peralatan pelabuhan, jasa terminal petikemas, curah air, curah kering, dan Ro-ro.

Selain Mengoperasikan jasa diatas PT. IPC TPK bekerjasama dengan Sea Terminal Management & Services Pte Ltd (Mitsui Co. Ltd., PSA International dan NYK Line) membentuk perusahaan joint venture New Priok Container Terminal 1

(NPCT1). NPCT 1 ini merupakan Fase Pertama dari pembangunan New Priok dan mulai beroperasi Komersial pada tanggal 18 Agustus 2016 (www.indonesiaport.co.id).

Sektor kepelabuhanan di Indonesia merupakan suatu bisnis bidang usaha yang berpotensi naik perkembangannya. Mayoritas jasa kepelabuhanan di Indonesia adalah milik Negara dan sangat sedikit dikuasai oleh pihak swasta. Jasa kepelabuhanan yang penulis analisa yaitu tentang penggunaan jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas. PT. IPC Terminal Peti Kemas merupakan salah satu anak perusahaan dari Pelindo II, dimana kegiatannya khusus melayani peti kemas.

Adapun pesaing swasta dalam hal ini dapat diartikan memiliki aktifitas kegiatan yang sama yaitu Jakarta International Container Terminal (JICT). Hal ini mendorong penulis untuk menganalisa bagaimana perusahaan dalam negeri bersaing dengan swasta dengan melalui variable-variable tertentu.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Proses keputusan pembelian diperoleh dari pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan keadaan yang sebenarnya, yang mengakibatkan dan mengaktifkan proses keputusan pembelian.

Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012). Pada umumnya konsumen cenderung membeli produk/jasa dengan kualitas pelayanan yang baik atas dasar pertimbangan kenyamanan, keamanan, dan lain-lain. Bagaimanapun juga, kualitas pelayanan yang baik mampu menghindarkan mereka dari resiko, karena asumsi mereka adalah bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat diandalkan dan tepat waktu (Saleh, 2013).

Lokasi menurut (Lupioyadi, 2009), berhubungan dengan perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Seorang pelanggan yang akan memutuskan dalam melakukan suatu pembelian akan berorientasi pada lokasi dimana suatu keputusan tersebut melalui banyak pertimbangan seperti biaya operasional yang akan dikeluarkan. Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan.

Yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian adalah dari faktor harga, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk/jasa tersebut. Kebijakan harga sangat menentukan harga yang sensitif bagi konsumen selalu melakukan pertimbangan saat dalam pemasaran yang memberikan pendapat bagi organisasi atau perusahaan (Kotler dan Keller, 2009).

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang/jasa yang

ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual. Dalam Islam telah diatur mengenai cara bermuamalah bagi seorang muslim (Syafei, 2000).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap berpengaruh signifikan terhadap produk/jasa bongkar/muat yaitu Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga serta bagaimana faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam perspektif Islam yang dimiliki dari penggunaan jasa bongkar/muat PT IPC Terminal Peti Kemas

Proses keputusan pembelian diperoleh dari pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, yang mengakibatkan dan mengaktifkan proses keputusan pembelian. Allah SWT berfirman seperti dalam surat Al-Qalam ayat 36 :

مَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ

Artinya : “*Atau adakah kamu (berbuat demikian); bagaimanakah kamu mengambil keputusan?*” (Q.S. Al-Qalam(68) : 36).

Dalam ayat ini Allah SWT mempertanyakan bagaimana manusia mengambil keputusan terhadap apa yang telah diperbuatnya. Apakah sesuai dengan syariat Islam atau mengikuti hawa nafsu.

Kualitas pelayanan dalam sudut pandang Islam, mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa

jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُعْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَفِيْرٌ حَكِيْمٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah (2):267)

Penentuan lokasi usaha harus diperhatikan oleh pelaku wirausaha karena tidak akan lepas dari tanggung jawab lingkungan sekitarnya. Hal ini merupakan ajaran Islam, yakni melarang melakukan kerusakan terhadap lingkungan, seperti yang tertulis di dalam Al-Qur’an :

وَلَا تُفْسِدُوْا فِي الْاَرْضِۗ بَعْدَ اِصْلٰحِهَا وَاَدْعُوْهُ خَوْفًا وَطَمَعًاۗ اِنَّ رَحْمٰتَ اللّٰهِ قَرِيْبٌۭ مِّنَ الْمُحْسِنِيْنَ ﴿٥٦﴾

Artinya : “ Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah SWT) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah SWT sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al – A’raf (7) : 56)

Harga dalam konsep Islam, adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Hal ini sesuai dengan Al-Quran surat An-Nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa(4) : 29).

Oleh karena itu, kualitas pelayanan, lokasi dan harga sangat penting dalam perusahaan didalam keputusan pembelian produk/jasa, maka penulis mencoba untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian jasa bongkar/muat dan tinjauannya dari Sudut Pandang Islam”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis melakukan perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh parsial Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas?
2. Bagaimana pengaruh parsial Lokasi terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas?
3. Bagaimana pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas?

5. Bagaimana pandangan Islam terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui & menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas.
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap keputusan pembelian jasa bongkar/muat di PT. IPC Terminal Peti Kemas.
5. Untuk mengetahui pandangan Islam mengenai Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga dari keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga pada produk/jasanya.

2. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat memperoleh tambahan pengetahuan khususnya tentang pentingnya keputusan pembelian dalam suatu produk/jasa.

3. Bagi Pembaca

Hasil ini diharapkan bermanfaat sebagai sumber informasi data sebagai pelengkap bagi seorang peneliti lain dan memberikan masukan yang berharga bagi masyarakat/pembaca.