

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia Teknologi merupakan aspek penting dalam aktivitas kehidupan di masyarakat. Hal ini mendorong transformasi proses bisnis di berbagai sektor. Hal ini melahirkan beragam inovasi teknologi. Access control adalah salah satu Langkah-langkah keamanan yang setiap bisnis setidaknya harus dipertimbangkan Ketika menentukan apakah mereka memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak.

Dalam beberapa kasus access control adalah akses yang sederhana seperti hanya menyediakan kunci atau daerah tertentu personil yang memiliki kebutuhan yang sesuai untuk mereka, seperti manajemen atau keamanan. Dalam kasus lain, system yang menggunakan kartu dengan strip magnetic atau elektronik dalam rangka untuk membuka pintu menambah tingkat tambahan keamanan dan efisiensi. Perusahaan mencari access control mungkin ingin mempertimbangkan sebuah system yang terintegrasi dan segala sesuatu dari system untuk pencahayaan dan bahkan hal-hal seperti alarm kebakaran. Tingkat integrasi akan jelas, biaya system naik tetapi akan memberikan perusahaan atau organisasi dengan tingkat yang lebih tinggi customizability sehingga mereka dapat menciptakan sebuah system yang sempurna sesuai kebutuhan mereka baik sekarang dan di masa mendatang.

Saat ini hampir semua Gedung atau area public sudah menggunakan system access control untuk memberikan kendali atas pergerakan individu, baik yang keluar atau yang masuk. Tidak saja memasang di setiap pintu, access control di

Gedung-gedung bertingkat, peruntukan perkantoran misalnya, tapi system access control mulai di terapkan sejak di area lobby Gedung.

PT Senjaya Solusi Sekurindo hadir untuk menawarkan teknologi solusi system keamanan access control sebagai contoh, dengan menggunakan camera Cctv, Access Control, Parking Gate, Mesing X-ray dan Mesin Absen, teknologi ini dapat membantu pengelolaan Perkantoran Pabrik, dan Bandara, untuk mendapatkan data pelanggan yang akurat untuk kemudian di gunakan dalam penyusunan strategi selanjutnya PT Senjaya Solusi Sekurindo memberikan sebuah Pelayanan Fasilitas dan Harga yang terbaik untuk para customer.

Seperti halnya CCTV, jasa pemasangan Access control (Access Door dan Fingerprint / Absensi) merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk mensupport bagian keamanan di kantor untuk membatasi serta memberikan access sesuai kebutuhan. Saat ini teknologi Access Control sudah dapat diintegrasikan dengan berbagai macam kebutuhan di antaranya Access Door dan system absensi bagi karyawan dengan berbagai macam support baik finger atau *face recognition*.

Dalam peningkatan volume penjualan yang lebih tinggi banyak perusahaan bersaing dan berlomba-lomba membuat dan melakukan promosi untuk mengenalkan atau menarik minat para calon konsumen untuk menarik minat terhadap sebuah produk yang di tawarkan, hidup dari sebuah produk dan perusahaan sangat dipengaruhi oleh sebuah promosi yang di lakukan , apakah berjalan efektif atau tidaknya sebuah promosi yang dilakukan semua tergantung dari bagaimana seorang pemasaran dalam melaksanakannya.

Fasilitas perusahaan juga bisa membuat kegiatan kerja karyawan menjadi lebih mudah seperti fasilitas computer dalam melakukan kegiatannya saat melayani pembelian konsumen menjadi lebih cepat dan mudah. Keputusan pembelian.

Konsumen itu tergantung dengan strategi penjualan perusahaan, strategi penjualan yang baik maka akan menimbulkan keputusan pembelian terhadap produk yang di jual. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat perusahaan dituntut dapat meningkatkan sumber daya guna meningkatkan daya saing produk dipasar, serta mampu merencanakan strategi pemasaran yang efektif yang selalu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang selalu mengembangkan strategi pemasaran secara berkelanjutan. Untuk dapat bertahan mengelola bisnis perusahaan dituntut mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan dan harga dalam memuaskan pelanggan dalam menghadapi persaingan bisnis ini. Banyaknya pesaing pada bidang yang sama strategi yang di terapkan tidak hanya pada kreatifitas dan inovasi produk, tetapi juga pada harga yang bersaing. Harga juga merupakan faktor yang sangat penting, karena penetapan harga mempertimbangkan kualitas atau kuantitas yang diberikan. Bila dipergunakan secara tepat, maka harga dapat menjadi senjata strategi untuk bersaing secara efektif.

Tahun 2021 penjualan PT Senjaya Solusi Sekurindo sedang mengalami masalah dalam pencapaian penjualan. Hal ini dapat di karenakan oleh banyak hal, antara lain masalah internal maupun eksternal perusahaan. Penjualan yang seharusnya 100% dan sesuai dengan target yang di atur oleh PT Senjaya Solusi

Sekurindo Rp 480.000.000 perbulannya. Ketidak optimalan ini ditunjukkan oleh data penjualan selama satu tahun pada tahun 2021.

**Tabel 1.1 Data Pencapaian PT Senjaya Solusi Sekurindo
Bulan Januari – Desember 2021**

Bulan	Target Penjualan	Realisasi Produk	Pencapaian
Januari	Rp 480,000,000	Rp 155,923,000	32%
Febuari	Rp 480,000,000	Rp 199,937,000	42%
Maret	Rp 480,000,000	Rp 289,235,600	60%
April	Rp 480,000,000	Rp 292,608,000	61%
Mei	Rp 480,000,000	Rp 140,708,000	29%
Juni	Rp 480,000,000	Rp 358,870,000	75%
Juli	Rp 480,000,000	Rp 516,526,000	108%
Agustus	Rp 480,000,000	Rp 389,856,800	81%
September	Rp 480,000,000	Rp 398,378,000	83%
Oktober	Rp 480,000,000	Rp 1,044,784,000.00	218%
November	Rp 480,000,000	Rp 587,980,000	122%
Desember	Rp 480,000,000	Rp 616,526,000	128%
Total	Rp 5,760,000,000	Rp 4,991,332,400.00	87%

Sumber : PT Senjaya Solusi Sekurindo 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat di lihat bahwa pencapaian penjualan selama tahun 2021 hanya sebesar 87% dari target yang di tetapkan. Hal ini di dasarri pada pencapaian awal tahun yang belum maksimal, penjualan 6 bulan pertama hanya mencapai 25% dari target, setelah di lakukan program promosi produk di 6 bulan terakhir tahun 2021 dan pada bulan oktober adanya pencapaian target bulan yang cukup signifikan, namun target tersebut belum bisa menutupi pencapaian yang maksimal pada penjualan di PT Senjaya Solusi Sekurindo pada tahun 2021.

Untuk menarik minat pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut maka produsen akan terdorong untuk melakukan promosi dan iklan yang menarik agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi penjualan meliputi berbagai peralatan insentif jangka pendek seperti kupon-kupon dan potongan pembelian yang di rancang untuk mendorong lebih cepat dan memperkuat reaksi pasar' (Kotler 1984 : 283) dalam Ratnaningrum (2016)

Faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga, harga merupakan faktor yang sensitive bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan Ketika melakukan keputusan pembelian setelah konsumen mengamati promosi dari produk yang ditawarkan maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba memilih dan membandingkan harga yang ditawarkan produk lain yang sejenis sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk tersebut. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di peroleh perusahaan dari penjual produknya baik berupa barang maupun jasa.

Keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk indetik dengan keputusan pembelian. Kotler (2000 : 251 – 252) dalam Ratnaningrum (2017) menyebutkan yang di maksud dengan 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 dan perilaku setelah pembelian.

Tabel 1.2
Pelayanan Jasa PT Senjaya Solusi Sekurindo 2021

Bulan	Instalasi	Perbaikan
Januari	6	8
Febuari	5	9
Maret	5	7
April	4	6
Mei	6	4
Juni	7	5
Juli	6	7
Agustus	8	7
September	7	9
Oktober	10	6
November	9	5
Desember	8	4
Total	81	77

(sumber : Layanan PT Senjaya Solusi Sekurindo 2021)

Dari table 1.2 dapat diketahui tentang pelayanan mulai dari instalasi pemasangan baru dan masalah perbaikan pelayanan PT Senjaya Solusi Sekurindo terjadi setiap bulannya. Dengan jumlah keseluruhan mulai dari bulan januari sampai bulan desember total pemasangan baru atau instalasi pemasangan baru 81, dan kemudian total perbaikan sebesar 77. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian PT Senjaya Solusi Sekurindo harus memaksimalkan strategi pemasaran serta pelayanan agar dapat menarik pelanggan dan juga menjadi competitor yang terbaik.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya. Kualitas pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat setia terhadap penyedia pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik ialah kualitas pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dalam hal ini pula perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan

nya supaya pelanggan akan setia dan mendapat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan jasa atau produknya.

Fenomena kualitas pelayanan yang terjadi di PT Senjaya Solusi Sekurindo, lambatnya respon pegawai dalam melayani complain, serta mengatasi keluhan yang terkait produk PT Senjaya Solusi Sekurindo sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan harus memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan agar dalam menjalankan usaha baik jasa maupun produk harus tetap terjaga kualitasnya dan pelanggan merasa puas. Kualitas pelanggan juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran. Tindakan atau perbuatan dalam organisasi atau individu untuk memberikan kepuasan pelanggan sesama karyawan dan juga pemimpin, menurut Kasmir(2017:47).

Fasilitas menurut Tjiptono dan Chandra (2016) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa di tawarkan kepada konsumen, fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan yang dirasakan konsumen secara langsung.

Fenomena Fasilitas yang terjadi PT Senjaya Solusi Sekurindo, masih belum maksimal memenuhi fasilitas yang di butuhkan oleh pelanggan, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi perusahaan. Harga menjadi nilai suatu barang dan jasa yang dinyatakan

dengan uang. Pengaruh harga sangatlah penting, jika harga rendah maka permintaan produk akan rendah, selain itu harga dapat mempengaruhi kesadaran konsumen suatu merek tertentu. Dengan demikian, penetapan harga yang baik pada sebuah produk jelas akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk.

Fenomena yang terkait dengan PT Senjaya Solusi Sekurindo yaitu memberikan harga yang bervariasi, akan tetapi harga yang ditawarkan PT Senjaya Solusi Sekurindo lebih murah di bandingkan dengan kompetitor lainnya. Namun masih saja PT Senjaya Solusi Sekurindo masih belum bisa bersaing dengan kompetitor lainnya yang menawarkan harga yang lebih tinggi maka menyebabkan kurangnya keputusan pembelian.

Tabel 1.3 Perbandingan Harga

Nama Barang	PT Senjaya Solusi Sekurindo		PT Hikvision	
Access Control	Rp	5.800.000	Rp	6.420.000
CCTV	Rp	12.000.000	Rp	21.000.000
Parking Gate	Rp	60.000.000	Rp	75.000.000
Accesorise	Rp	2.000.000	Rp	4.500.000
X-ray	Rp	150.000.000	Rp	300.000.000

(sumber : PT Hikvision dan PT Senjaya Solusi Sekurindo)

Dari table 1.3 kita bisa melihat jenis perbandingan harga antara PT Hikvision competitor lain dengan produk PT Senjaya Solusi Sekurindo.

Keputusan Pembelian merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan

terhadap kinerja yang diharapkan, keputusan pembelian adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Promosi memiliki arti penting bagi perusahaan karena adanya promosi,. Promosi juga menjadi salah satu sarana yang sangat diandalkan dalam melakukan pemasaran produk. Dengan di lakukannya promosi pada suatu perusahaan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap barang dan jasa yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN JASA PT SENJAYA SOLUSI SEKURINDO** ”

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini akan dirumuskan, sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berpengaruh secara silmutan terhadap keputusan pembelian PT Senjaya Solusi Sekurindo ?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan pembelian pada PT Senjaya Solusi Sekurindo ?

- c. Apakah Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan pembelian PT Senjaya Solusi Sekurindo ?
- d. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap proses keputusan pembelian pada PT Senjaya Splusi Sekurindo?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara silmutan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Senjaya Solusi Sekurindo
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Senjaya Solusi Sekurindo
- c. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Senjaya Solusi Sekurindo
- d. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Senjaya Solusi Sekurindo

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan kepada peneliti dan menjadi prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam gelar Manajemen.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pembelian.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi mengenai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

