

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan dapat membawa dampak dan pengaruh yang sangat berarti untuk perkembangan perekonomian di negara kita dalam bidang usaha, baik secara umum maupun pada perusahaan bisnis khususnya. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (retailing) yang berbentuk antara lain, distro, mini market, department store (toserba), pasar swalayan (supermarket). Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut, mereka memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Perusahaan-perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan cerdas menyiasati berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya, serta dapat melakukan perubahan yang berarti dalam upaya memuaskan konsumen.

Penguasaan terhadap pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh para pengusaha, dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang, dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Hal seperti itu dapat tercapai

apabila pelanggan merasa puas pada kinerja produk yang ditawarkan oleh pengusaha. Karena melalui pemberian kepuasan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan dihargai, sehingga akhirnya dapat membuat image positif terhadap perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perhatian besar terhadap kepuasan pelanggan sebagai alat bersaing sangat penting karena pelanggan yang terpuaskan akan cenderung setia terhadap perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu suasana toko. Dengan menciptakan store atmosphere (suasana toko) yang unik bisa menjadi alternatif untuk membedakan gerai yang satu dengan yang lainnya. Suasana toko adalah istilah yang lebih umum dari tata ruang toko, atmosphere berhubungan dengan bagaimana para manajer dapat memanipulasi desain bangunan, ruang interior dan eksterior, tata ruang lorong-lorong, texture karpet dan dinding, bau, warna, bentuk dan suara yang dialami para pelanggan (semuanya untuk mencapai pengaruh tertentu). Bahkan susunan barang-barang, jenis pameran/pertunjukan dan pose para boneka dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap

suasana toko. Suasana toko yang unik bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan membeli.

Berdasarkan penelitian terdahulu, melalui jurnal yang berjudul *Analisis lokasi, atmosfer toko, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Alfamart Jl. Ahmad Yani No 41 Pelem Kertosono)*¹, suasana toko merupakan salah satu faktor yang menentukan Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui pengamatan dan wawancara dengan sejumlah mahasiswa Pendidikan Bisnis, di peroleh informasi bahwa suasana toko pada gerai TipTop Rawamangun dapat dikatakan kurang nyaman. Hal tersebut disebabkan karena suasana didalam toko kurang sejuk, cenderung panas. Selain itu, desain bangunan dan tata ruangnya masih kurang bagus serta lahan parkir bagi kendaraan bermotor yang kurang memadai, terkesan sempit bila sedang banyak pelanggan yang datang ke TipTop Rawamangun. Sehingga hal tersebut bisa menyebabkan berkurangnya loyalitas pelanggan pada gerai tersebut.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi pelanggan artinya kualitas layanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan

¹Siti Fatimatuz Zahro, Artikel Skripsi : "*Analisis lokasi, atmosfer toko, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan*" (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2017), 1.

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan dapat memberikan keuntungan dan kerugian bagi produsen. Keuntungan dari pelayanan yang baik akan memberikan dorongan khusus kepada konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, ikatan emosional semacam ini memungkinkan produsen memahami keinginan dan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Sebaliknya dampak negatif dari produsen yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu, melalui jurnal yang berjudul *Pengaruh nilai, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi kasus pada Giant Supermarket Sawojajar, Kota Malang)*², juga melalui jurnal yang berjudul *Analisis lokasi, atmosfer toko, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Alfamart Jl. Ahmad Yani No 41 Pelem Kertosono)*³ diketahui kualitas pelayanan merupakan faktor yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

²Timotius Hendra, Achmad Helmy Djawahir, Atim Djazuli, Jurnal Bisnis dan Manajemen: “*Pengaruh nilai, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan*” (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), 1.

³Siti Fatimatuz Zahro, Loc. Cit

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui pengamatan dan wawancara terhadap beberapa mahasiswa Pendidikan Bisnis, diperoleh informasi bahwa sering terlihat kurang sigapnya pramuniaga TipTop dalam membantu konsumen yang kesulitan mengambil produk ataupun membawa produk yang dibeli. Selain itu, kurang banyaknya kasir dapat membuat panjang antrian dari pelanggan yang menyebabkan pelanggan menunggu terlalu lama untuk membayar.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah promosi. Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi promosinya masing-masing, gunanya adalah supaya produk mereka lebih dikenal oleh masyarakat yang belum mengetahuinya, terutama jika pada saat perusahaan ingin meluncurkan produk barunya. Strategi promosi yang tepat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik calon konsumen untuk datang dan melakukan pembelian secara berulang di toko tersebut.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan melalui pengamatan dan wawancara terhadap beberapa mahasiswa Pendidikan Bisnis, diperoleh informasi bahwa promosi TipTopRawamangun tidak terlalu sering terlihat baik di media cetak ataupun elektronik, yang berakibat loyalitas pelanggan tidak akan terjadi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi masalah loyalitas pelanggan seperti, suasana toko, kualitas pelayanan dan promosi.

Karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah rendahnya loyalitas pelanggan pada TipTop Rawamangun.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya loyalitas pelanggan pada TipTop rawamangun, yaitu sebagai berikut :

1. Suasana toko yang kurang nyaman
2. Kualitas pelayanan yang tidak memuaskan
3. Promosi yang tidak efektif

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan yang telah diidentifikasi di atas ternyata masalah loyalitas pelanggan memiliki penyebab yang sangat luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dari segi antara lain : dana dan waktu. Maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah “Hubungan antara suasana toko dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.”

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara suasana toko dengan loyalitas pelanggan?
2. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Peneliti, sarana menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang suasana toko dan kualitas pelayanan.
2. Perpustakaan, di Universitas Negeri Jakarta sebagai tambahan referensi informasi dan wawasan pengetahuan.
3. Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi program studi Tata Niaga sebagai bahan referensi yang relevan dengan perkuliahan.
4. Semua pihak yang berkepentingan sebagai sumbangan pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.