

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Convenience Store di Indonesia sekarang ini semakin berkembang dengan pesat, sehingga berdampak positif pada peningkatan sektor ritel. Hal ini terlihat dari semakin menjamurnya *Convenience Store* seperti *Alfamart*, *Indomaret*, *7 eleven*, *Lawson* di hampir seluruh pelosok tanah air. Hal ini, menyebabkan persaingan pada sektor ini, semakin meningkat drastis. Sehingga, mau atau tidak mau produsen bersaing secara ketat untuk memperebutkan pelanggan, khususnya pelanggan yang loyal.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan utama yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme antara pelanggan dan produsen. Namun demikian, bukanlah hal yang mudah untuk mendapatkan pelanggan yang loyal atau setia terhadap barang atau jasa yang kita produksi dan pasarkan. Oleh karena itu, perusahaan atau produsen seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di RW 04, Menteng Atas, Jakarta Selatan seperti yang dialami oleh Bapak Karsim (36 tahun) sebagai pelanggan di *Convenience Store 7 eleven* kompleks Viky Sianipar, Jakarta Selatan, kualitas pelayanan dari toko ini, kurang menyenangkan atau kurang memuaskan disebabkan khususnya

kasir kurang memberikan perhatian yang lebih terhadap barang-barang yang pelanggan beli. Contohnya, yaitu dari pelanggan diberikan kesempatan untuk membeli minuman beralkohol tanpa terlebih dahulu menanyakan Kartu Tanda Penduduk (KTP) untuk mengetahui usia dari pelanggan tersebut.

Prosedurnya adalah kasir bertugas menanyakan kepada pelanggan kartu identitas, seperti KTP saat akan membeli minuman keras atau bir. Tetapi kenyataannya adalah kasir terkadang atau bahkan tidak menanyakan kepada pelanggannya usia mereka, sehingga ada saja pelanggan yang di bawah usia lolos membeli minuman keras.

Contoh lainnya, yaitu seperti dikutip dari artikel *online*, disebutkan bahwa “satu yang disayangkan dengan fenomena *7 eleven* dengan target pasar anak muda. Hanya di *7eleven* kawula muda atau *anak baru gede* yang sering disingkat dengan kata “ABG” dapat dengan mudah mendapatkan dan menikmati sebotol minuman beralkohol sambil bercanda bersama teman-teman mereka. Hal yang dianggap tabu dilakukan di tempat terbuka lainnya”¹.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu kurangnya keamanan. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di RW 04, Menteng Atas masalah keamanan ini terjadi disebabkan dari kurangnya jumlah satuan pengaman (satpam) yang ada di toko *7 eleven* kompleks Viky Sianipar, Jakarta Selatan ini. Hal ini menyebabkan kejadian kerugian bagi pelanggan, seperti contohnya yang dialami oleh Fakhruri (21 tahun) warga RW 04, Menteng Atas yang melihat kejadian adanya pelanggan yang kehilangan helm ditempat tersebut disebabkan tidak adanya satuan

¹ <http://jakartakita.com/2012/01/26/7-eleven>. Diakses tanggal 18 februari 2014

pengaman (satpam), khususnya pada malam hari. Contoh lainnya, yaitu toko ini memiliki pelayanan 24 jam. Anak muda-mudi atau pelanggan toko ini, biasanya menghabiskan waktu pada malam hari dan melakukan tindakan kurang terpuji, seperti *mabuk-mabukan*, yang tentunya hal ini mengganggu keamanan pengunjung lainnya yang datang ke toko ini.

Hal ini diperkuat oleh contoh kasus di artikel yang dilansir dari *Citizen6*, Jakarta disebutkan bahwa “tidak ada yang berusaha merelai bentrokan yang terjadi, termasuk *security 7 eleven* tidak berbuat apa-apa dan hanya menonton. Ketika *security* diminta menghubungi polisi sektor Mampang, ia mengatakan tidak mengetahui nomor teleponnya. Akibat bentrokan ini, satu orang terluka akibat luka tusuk dan beberapa kendaraan rusak karena lemparan batu, *sabetan* benda tajam dan tumpul membuat pengunjung takut untuk ke *7 eleven* Mampang”. Hal tersebut terjadi karena kurangnya penjagaan terkait dengan keamanan pengunjung. Kurangnya keamanan yang dilakukan oleh pihak toko².

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu lingkungan fisik (*servicescape*). Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan di *7 eleven* Viky Sianipar jakarta selatan, kebersihan di toko ini bermasalah, seperti yang dialami oleh Gita (23 tahun) warga RW 04, Menteng Atas yang tidak nyaman berada di toilet di *7 eleven* Viky Sianipar disebabkan *tissue* dalam toilet yang kurang dan keadaan toilet yang kurang bersih, seperti contohnya didalam toilet wanita. Demikian halnya, fasilitas lantai atas (lantai 2) kurang terjaga kebersihannya disebabkan banyaknya *bekas-bekas*

² <http://news.liputan6.com>. diakses tanggal 19 februari 2014

puntung rokok yang berserakan di lantai tersebut dikarenakan banyaknya pengunjung yang merokok dan membuang tidak pada tempatnya sisa-sisa puntung rokok tersebut.

Hal ini diperkuat oleh contoh kasus di artikel yang dilansir dari *arantam.wordpress*, Jakarta disebutkan bahwa menurut testimonia pelanggan *7 eleven* “Soal kebersihan masih perlu dibenahi, seperti yang saya jumpai di *7 eleven* Tebet, di depan pintu bertumpuk remah-remah kripik, gelas karton. *Outlet* baru, tetapi tempatnya sudah kotor sekali”³.

Contoh artikel lainnya, yaitu seperti dikutip dari *open rice Jakarta online* disebutkan bahwa menurut testimonia pelanggan *7 eleven*, ialah “Lokasinya ada di dekat *Mal Grand* Indonesia. Pelayanan di sini baik. Cuma kita *self - service* sampai bayar baru dilayanin sama pelayannya. Terus kalau *order* makanan, baru deh dibuatin sama pelayannya. Pelayan disana sih cukup ramah, kalo kita baru dateng biasanya disambut gitu. Kalo untuk kebersihannya, di sini agak kurang. Jarang ada pelayan yang bersihin meja yang kotor. Suasana *7 eleven* ini memang konsepnya *supermarket 24 jam* dengan konsep *self service*”.

7 eleven adalah jaringan toko kelontong (*convenience store*) 24 jam asal Amerika Serikat yang sejak tahun 2005 kepemilikannya dipegang *Seven & I Holdings Co.*, sebuah perusahaan Jepang⁴. Di Indonesia, *7eleven* dikelola oleh PT Modern Putraindonesia, anak perusahaan PT. Modern Internasional, yang merupakan distributor Fujifilm di Indonesia. Saat ini, *7 eleven* baru membuka cabang-cabangnya di Jakarta,

³ <http://arantan.wordpress.com> diakses tanggal 20februari 2014

⁴ <http://id.wikipedia.org/wiki/7-Eleven> diakses tanggal 18 februari 2014

dan untuk kota-kota lainnya, seperti Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, Makassar, Palembang, dan Medan akan segera menyusul⁵.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempegaruhi loyalitas pelanggan, yaitu kualitas pelayanan, kurangnya keamanan dan lingkungan fisik. Dari faktor – faktor tersebut peneliti tertarik untuk meneliti masalah lingkungan fisi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi kurangnya loyalitas pelanggan sebagai berikut :

1. Kurangnya kualitas pelayan toko
2. Kurangnya keamanan bagi pengunjung
3. Lingkungan fisik (*servicescape*) yang kurang memadai

⁵ <http://id.wikipedia.org/wiki/7-Eleven> diakses tanggal 18 februari 2014

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah peneliti sebutkan diatas, ternyata masalah loyalitas pelanggan merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan peneliti dalam pengetahuan, waktu, dana, dan tenaga, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan loyalitas pelanggan toko 7 eleven pada warga RW 04 Menteng Atas Jakarta Selatan di Jakarta Selatan”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan loyalitas pelanggan pada warga RW 04 Menteng Atas di Jakarta ?”.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang lingkungan fisik (*servicescape*) dengan loyalitas pelanggan.

2. Organisasi/Perusahaan

Sebagai masukan dalam pemahaman isu-isu terkini mengenai lingkungan fisik (*servicescape*) dan loyalitas pelanggan pada pengunjung toko yang berguna untuk marketing atau pemasaran.

3. Universitas Negeri Jakarta

Untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan referensi bagi peneliti lainnya tentang lingkungan fisik (*servicescape*) dan loyalitas pelanggan.

4. *Convenience Store 7 eleven* Viki Sianipar

Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan lingkungan fisik (*servicescape*) didalam toko.

5. Perpustakaan

Untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.