

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, banyak sekali minimarket hadir ditengah-tengah masyarakat. Tidak hanya satu atau dua minimarket, banyak sekali minimarket yang berdiri dengan sistem waralaba seperti, *Indomaret, Alfamart, 7Eleven* dan sebagainya. Hal ini menyebabkan persaingan dunia usaha dalam sektor ini, semakin meningkat tajam, yaitu persaingan untuk menarik pelanggan yang baru dan menciptakan loyalitas pelanggan bagi pelanggan yang baru. Oleh sebab itu, perusahaan waralaba minimarket berlomba-lomba untuk menciptakan layanan yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen, karena apabila perusahaan tidak menyediakan apa yang di inginkan oleh pelanggan, maka akibatnya ialah barang atau jasa yang ditawarkan tidak laku dipasaran. Tetapi sayangnya, bukanlah hal yang mudah untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan seharusnya menaruh perhatian pada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga bukan lagi menjadi sesuatu yang sulit untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pada dasarnya kualitas pelayanan ialah keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut. Namun yang menjadi masalah sekarang adalah cukup banyak minimarket yang memberikan kualitas

pelayanan yang kurang memuaskan untuk konsumen mereka, sehingga mungkin berpengaruh pada rendahnya loyalitas pelanggan.

Contohnya yang terjadi pada salah satu konsumen *Alfamart* di RT 04 RW.037, Kecamatan Rawalumbu di Bekasi. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan salah seorang pelanggan toko retail tersebut, diketahui bahwa ketika toko retail tersebut baru berdiri, wiraniaga retail tersebut melayani konsumen dengan baik, namun lambat laun ketika sudah dikenal luas oleh masyarakat sekitar, pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut menjadi mulai kurang memuaskan, misalnya, yaitu ketika salah satu konsumen dalam wawancara ini bertanya kepada salah seorang wiraniaga toko tersebut dimana letak sabun mandi dengan merek x, kemudian wiraniaga tersebut menjawabnya dengan mimik muka kurang menyenangkan atau tidak tersenyum ramah kepada pelanggan, sedangkan pelanggan adalah raja dalam bahasa kiasan yang umum diketahui oleh masyarakat. Sehingga, hal ini mungkin berpengaruh pada rendahnya loyalitas pelanggan toko tersebut.

Faktor ke dua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah suasana toko. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui observasi di minimarket *Alfamart* RT 04 RW.037, Kecamatan Rawalumbu di Bekasi, peneliti melihat penataan produk atau barang di *Alfamart* tersebut kurang rapih atau terkesan sedikit *berantakan*. Selain itu, pencahayaan di dalam toko retail tersebut cenderung gelap disebabkan dari kurangnya sinar matahari yang masuk ke dalam toko, serta kurangnya pencahayaan buatan, seperti

lampu yang di gunakan di dalam minimarket tersebut. Sehingga, hal tersebut menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan dalam berbelanja di toko retail tersebut yang kemudian berujung pada berkurangnya loyalitas pelanggan minimarket tersebut.

Faktor ke tiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kemasan produk. Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui observasi di minimarket *Alfamart* RT 04 RW.037, Kecamatan Rawalumbu di Bekasi, peneliti juga menemukan ada kemasan produk yang dijual di dalam toko retail tersebut segelnya sudah terbuka, namun masih di *display* di rak barang. Sehingga, hal tersebut mungkin menyebabkan berbelanja bagi pelanggan menjadi kurang menyenangkan, yang kemudian mungkin mempengaruhi rendahnya loyalitas pelanggan minimarket tersebut.

Faktor ke empat yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Pada dasarnya, harga merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli. Ada saja, konsumen yang sangat sensitif dengan harga, khususnya mungkin bagi mereka yang berpenghasilan cukup rendah. Namun yang menjadi masalah sekarang adalah banyak penjual yang menawarkan produk ke konsumen dengan harga yang terlalu tinggi. Dengan harga yang dipasang terlalu tinggi, produk pun kemungkinan akan lebih sulit terjual, sehingga tidak laku di pasaran.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui observasi, di minimarket *Alfamart* RT 04 RW.037, Kecamatan Rawalumbu di Bekasi,

peneliti menemukan perbedaan harga yang jauh antara *Alfamart* tersebut dengan perusahaan pesaingnya yang ada dilingkungan tersebut, yaitu Indomaret, contohnya yaitu ketika peneliti hendak membeli es krim *Wall's Fruit Salad*. *Alfamart* menjual es krim tersebut dengan harga Rp. 39.500, sedangkan di minimarket pesaing tersebut, harga es krim dengan merek tersebut hanya di jual seharga Rp. 32.000. Hal ini menyebabkan loyalitas pelanggan *Alfamart* menjadi berkurang.

Faktor ke lima yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah retensi pelanggan. Retensi pelanggan pada dasarnya merupakan kesetiaan pelanggan untuk tetap terus bertahan membeli produk atau jasa yang perusahaan tawarkan dalam jangka waktu yang panjang. Rasa puas dan nyaman yang di rasakan oleh pelanggan, lambat laun akan membuat pelanggan bertahan atau tetap setia untuk terus membeli produk atau jasa yang sama dari perusahaan tertentu. Tetapi sayangnya, ada perusahaan yang kurang menaruh perhatian pada masalah ini, seperti contohnya *Alfamart* RT 04 RW.037, Kecamatan Rawalumbu di Bekasi.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui observasi di toko retail tersebut, diketahui bahwa terdapat kerusakan pada sebuah kulkas yang sudah 4 (empat) hari tidak kunjung di perbaiki. Hal tersebut membuat daya tarik konsumen terhadap minuman ringan di dalam lemari pendingin di dalam minimarket tersebut menjadi berkurang, disebabkan dari minuman ringan menjadi tidak segar, sehingga kurang menarik konsumen untuk membelinya. Contoh lainnya, yaitu *Alfamart* tersebut tidak menyediakan

mesin ATM (anjungan tunai mandiri), tidak seperti *Indomaret* yang berada tidak jauh dari *Alfamart* tersebut. Sedangkan, keberadaan mesin ATM dapat memudahkan konsumen untuk menarik uang tunai, yang diharapkan dari sebagian uang tunai tersebut, nantinya akan di gunakan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh *Alfamart tersebut*. Namun hal – hal tersebut, kurang diperhatikan oleh konsumen, sehingga retensi pelanggan pada *Alfamart*, menjadi berkurang, sehingga mungkin dapat menyebabkan loyalitas pelanggan menjadi rendah.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu, kualitas pelayanan, suasana toko, kemasan produk, harga dan retensi pelanggan.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai retensi pelanggan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya kinerja pada karyawan, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang rendah
2. Suasana toko yang kurang menyenangkan
3. Kemasan produk yang kurang baik
4. Harga yang tinggi
5. Retensi pelanggan yang rendah.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah kinerja merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan suatu perusahaan.

2. Organisasi / Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam memahami mengenai bagaimana konsep dan cara pengelolaan pelanggan yang lebih efektif demi eksistensi perusahaan.

3. Universitas Negeri Jakarta

Untuk di jadikan bahan bacaan ilmiah dan di jadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya tentang retensi pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

4. Pelanggan

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan bahan masukan untuk memilih produk dan jasa perusahaan yang baik.

5. Perpustakaan

Untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir.