

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi membuat masyarakat gemar berbelanja di berbagai toko *online* maupun *offline* untuk mengikuti berbagai trend terkini. Era globalisasi membuat perkembangan ekonomi di Indonesia semakin meningkat sehingga banyak pelaku usaha yang memutuskan untuk memulai bisnis di berbagai bidang salah satunya bisnis *fashion*. Dengan banyaknya pelaku usaha tentu akan memudahkan masyarakat dalam memilih produk sesuai dengan trend keinginan masyarakat. Namun di samping itu maka akan menimbulkan persaingan antar pelaku usaha dengan produk dan bisnis yang sama sehingga pelaku usaha perlu mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing.

Pakaian merupakan kebutuhan primer seluruh manusia. Pada cuaca dingin pakaian berfungsi untuk memberi kehangatan untuk tubuh sedangkan cuaca panas pakaian berfungsi untuk memberikan perlindungan dari sinar matahari. Saat ini, terdapat berbagai jenis bahan, motif, dan jenis pakaian sesuai dengan kebutuhan dan jenis kelamin pemakainya. Sebagai contoh, kaum pria mayoritas menggunakan kaos atau kemeja dan dipadukan dengan celana bahan atau jeans, berbeda dengan wanita yang memiliki berbagai variasi pakaian seperti celana, androk, kemeja, kaos, dress, gamis, dan lain sebagainya. Apabila dibandingkan, pakaian wanita cenderung lebih dominan dan bervariasi sehingga perkembangan trend *fashion* di dominasi oleh pakaian wanita.

Berbelanja pakaian tidak terlepas dari budaya masyarakat Indonesia yang konsumtif. Trend *fashion* meningkat membuat masyarakat lebih peduli dan lebih memikirkan *style* dalam berpenampilan, sehingga membuat minat berbelanja pakaian semakin meningkat. Selain karena pakaian merupakan kebutuhan primer, pakaian juga merupakan sarana bagi seseorang mengekspresikan diri. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk dapat memenuhi segala harapan konsumen.

Gambar 1. 1

Minat Pencarian Pakaian di Indonesia



Sumber: Google Trends

Berdasarkan data yang diambil dari Google Trends, minat pencarian pakaian di Indonesia memiliki tingkat pencarian yang tinggi, hal tersebut dibuktikan dengan angka statistik 50-100 pada periode 1 Januari 2022 – 1 Januari 2023. Hal ini menandakan masyarakat Indonesia peduli akan *style*

dalam berpenampilan, sehingga membuat minat berbelanja pakaian semakin meningkat. Selain itu, pakaian selalu memiliki perkembangan dan perubahan model setiap waktunya, tak heran hal tersebut membuat para konsumen selalu mencari model *fashion* yang *up to date* untuk memenuhi gaya hidup dalam berpakaian sehari-hari.

Variasi pakaian yang beragam membuat tingginya minat berbisnis dalam industri *fashion* sehingga menyebabkan banyaknya pelaku usaha yang menjual produk serupa. Hal ini tentu akan semakin memudahkan konsumen untuk mencari dan memiliki gaya pakaian sesuai dengan trend dan keinginan konsumen. Namun, hal ini dapat membuat persaingan semakin ketat antar pelaku usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki hal unik dan berbeda sehingga memiliki keunggulan untuk menjadi daya tarik tersendiri dimata konsumen. Saat ini *fashion* bukan lagi sekedar bisnis yang hanya menjual pakaian, tetapi sudah sampai pada menjual kualitas pelayanan, produk, dan suasana dalam berbelanja. Kepuasan menjadi suatu hal penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha agar konsumen dapat terpenuhi harapannya dan konsumen memilih produk atau jasa tersebut dalam jangka panjang sehingga menciptakan transaksi berkelanjutan. Selain desain, model dan harga konsumen dalam menentukan pembelian akan memperhatikan kualitas pelayanan dari penjual.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting untuk dapat memenuhi harapan konsumen sehingga dapat terciptanya kepuasan konsumen (*customer*

satisfaction). Ketika pelaku usaha memberikan pelayanan dengan baik dan cepat tanggap, diharapkan konsumen akan merasa dihargai dengan pelayanan yang diberikan sehingga tidak merasa diabaikan haknya, apabila konsumen tidak merasakan kepuasan dalam pelayanan maka dapat menyebabkan konsumen kecewa sehingga pindah pada pelayanan perusahaan lain yang lebih baik.

Kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan bagaimana harapan konsumen dari kondisi pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan. Konsumen akan membandingkan antara harapan yang mereka miliki dengan apa yang sebenarnya mereka terima atau rasakan untuk mengukur tingkat kepuasan pembelian. Ketika kualitas pelayanan yang diharapkan diterima atau dirasakan konsumen sesuai harapan, maka tingkat kepuasan dalam memenuhi harapan konsumen semakin tinggi pula.

Kepuasan konsumen merupakan aspek utama dalam industri retail, berhasilnya bisnis retail dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen yang dikaitkan dengan penilaian kualitas pelayanan. Hal ini dapat diketahui melalui karakteristik pada kepuasan konsumen yaitu berupa perilaku konsumen yang melakukan pembelian berulang, dan ketika konsumen tidak merasakan kepuasan maka dapat diketahui dari penurunan jumlah pembeli dan adanya pandangan tidak baik.

Kepuasan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk merupakan salah satu tujuan bisnis. Dengan memberikan kepuasan konsumen akan menimbulkan berbagai manfaat positif diantaranya hubungan pelaku

usaha dengan para konsumen menjadi harmonis dan dapat menciptakan minat beli ulang pada konsumen, mendorong terwujudnya loyalitas konsumen, dapat membentuk *word of mounth* sehingga membuka peluang untuk konsumen merekomendasikan kepada kerabat dan orang sekitarnya yang membawa dampak positif untuk bisnis pelaku usaha, sehingga meningkatnya citra bisnis pelaku usaha dan mendorong pertumbuhan laba dari bisnis tersebut.

Toko yang dalam pelayanannya memperhatikan kepuasan konsumen salah satunya yaitu Toko Pakaian Dewasa Ananda Fashion yang terletak di blok N Pasar Parungkuda Sukabumi, toko tersebut merupakan salah satu toko retail yang bergerak dalam penjualan pakaian dewasa. Toko tersebut menjual berbagai macam *fashion* yang *up to date* mulai dari *t-shirt*, kameja, dress, celana, rok, gamis, jeans, dan jaket. Produk- produk tersebut tidak hanya tersedia untuk wanita tetapi juga tersedia untuk pria dengan varian yang lengkap dan *up to date* dalam perkembangan trend *fashion*.

Toko Ananda Fashion dalam rangka memberikan kepuasan konsumen telah melakukan berbagai hal seperti menyediakan layanan konsumen baik secara langsung maupun *online* melalui Whatsapp untuk mempermudah proses pembelian produk. Toko Ananda juga menyediakan layanan *keep* barang untuk para konsumen terutama para konsumen setia toko tersebut. Dengan layanan tersebut konsumen bisa melakukan *keep* produk terlebih dahulu, sehingga pihak toko akan memisahkan produk yang diinginkan konsumen dan dibayar setelah konsumen datang ke toko. Selain itu, toko Ananda juga menyediakan

produk sesuai kebutuhan konsumen dengan tingkat kualitas dan tingkat harga yang berbeda. Tujuan dari diferensiasi ini, yaitu untuk menjaring seluruh konsumen dan tidak memberatkan konsumen apabila harga menjadi tolak ukur keputusan pembelian.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik toko Ananda Fashion menyebutkan bahwa pemilik masih menginginkan untuk meningkatkan performa agar toko dapat ramai seperti toko-toko pakaian besar lainnya. Peneliti menilai wajar apabila makin ramai pembeli maka omzet akan semakin meningkat. Ada sesuatu hal yang menyebabkan kurang ramainya toko tersebut sehingga belum memberikan performa kepuasan konsumen dengan maksimal yang mampu memberikan daya tarik tersendiri.

Hasil observasi yang peneliti lakukan pada Toko “Ananda” yaitu peneliti menilai pelayanan yang diberikan toko sudah cukup baik namun masih mencerminkan ada suatu hal yang menyebabkan konsumen tidak puas sehingga menyebabkan kurang ramainya toko seperti yang disebutkan sebelumnya oleh pemilik toko. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan pra survei dengan cara menyebarkan kuesioner kepada beberapa konsumen yang datang berbelanja ke toko Ananda Fashion. Berikut hasil dari pra survei:

Tabel 1. 1
Data Mengenai Kepuasan Konsumen pada Toko Pakaian Dewasa
“Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi

N = 20 orang

No	Pertanyaan	Jawaban		%
		Ya	Tidak	
KUALITAS PELAYANAN				
1.	Apakah tata letak produk di Toko Pakaian tersebut terlihat rapi dan menarik?	14 Orang	6 Orang	30%
2.	Apakah pihak toko telah memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat tanggap?	14 Orang	6 Orang	30%
3.	Apakah pihak toko memberi respon yang baik terhadap keluhan konsumen?	15 Orang	5 Orang	25%
4.	Apakah pihak toko dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen secara spesifik?	8 Orang	12 Orang	60%
5.	Apakah pihak toko memiliki pengetahuan produk dan keterampilan dalam meyakinkan konsumen?	9 Orang	11 Orang	55%
KEPUASAN KONSUMEN				
6.	Apakah produk yang disediakan toko tersebut berkualitas?	16 Orang	4 Orang	20%
7.	Apakah harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk?	9 Orang	11 Orang	55%
8.	Apakah pihak toko memberikan pelayanan dengan ramah kepada konsumen.	13 Orang	7 Orang	35%
9.	Apakah toko tersebut dianggap lebih modern oleh konsumen?	7 Orang	13 Orang	65%
10.	Apakah biaya yang dikeluarkan konsumen sesuai dengan kualitas produk yang diterima	15 Orang	5 Orang	25%

Dari tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa adanya ketidakpuasan konsumen dibebberapa faktor yaitu pada:

1) Dimensi Emosional

Dimana konsumen merasa tidak puas dikarenakan ketidaksesuaian persepsi kinerja yang diharapkan dengan kinerja toko yang didapatkan konsumen sehingga konsumen menilai kurangnya modernisasi yang dilakukan oleh toko Ananda Fashion. Konsumen menganggap toko tersebut tidak bergensi dan tidak dapat membuat konsumen merasa bangga dengan menggunakan produk, merek, logo dan kemasan dari toko tersebut.

2) Dimensi Harga

Ketidakpuasan konsumen dalam dimensi harga dapat terjadi dikarenakan harga tidak dapat memenuhi kebutuhan keinginan konsumen. Konsumen menganggap harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produk ataupun display toko, serta harga tidak dapat ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Masalah di atas disebabkan oleh:

a) Dimensi Jaminan

Permasalahan pada Dimensi Emosional disebabkan oleh Dimensi Jaminan pada variabel Kualitas Pelayanan. Pihak toko tidak dapat memberikan rasa percaya dan jaminan kepada konsumen bahwa walaupun berbelanja di toko yang terletak dalam pasar namun produk yang disediakan tetap dapat mengikuti perkembangan sesuai dengan trend *fashion* terkini. Jaminan yang dapat diberikan kepada konsumen misalnya ketika produk yang telah dibeli konsumen ternyata tidak

sesuai harapan maka konsumen dapat menukar kembali. Namun saat dilakukan penelitian ini toko Ananda belum memberikan jaminan dan rasa percaya yang tinggi dibenak konsumen sehingga menjadi penyebab ketidakpuasan konsumen dalam dimensi Emosional.

b) Dimensi Empati

Permasalahan pada Dimensi Harga oleh disebabkan Dimensi Empati pada variabel Kualitas Pelayanan. Ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh tidak mampunya toko dalam memahami dan mengidentifikasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, misalnya dalam hal harga yang diinginkan konsumen yaitu harga yang murah namun produk berkualitas. Namun saat dilakukan penelitian ini toko Ananda Fashion belum mampu mengidentifikasi lebih dalam mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga menjadi penyebab ketidakpuasan konsumen dalam dimensi Harga.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO PAKAIAN DEWASA “ANANDA” DI PASAR PARUNGKUDA SUKABUMI”.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran Umum mengenai Toko Pakaian Dewasa “Ananda” pada Pasar Parungkuda Sukabumi?
2. Bagaimana kondisi Kualitas Pelayanan pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” pada Pasar Parungkuda Sukabumi?
3. Bagaimana kondisi Kepuasan Konsumen pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” pada Pasar Parungkuda Sukabumi?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi?
5. Apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi dan bagaimana upaya yang dapat diberikan untuk mengatasi hambatan tersebut?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Gambaran Umum Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi
3. Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi

4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda.
5. Untuk mengetahui Hambatan apa saja yang dialami dan Upaya yang dapat dilakukan toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi

1.3. 2 Kegunaan Penelitian

a) Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah ilmu yang bermanfaat dan mendapat pengalaman dari penelitian yang dilakukan. Peneliti dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan berlangsung dan dapat menerapkannya dengan keadaan lapangan.

b) Bagi Akademik

Diharapkan agar penelitian ini berguna dalam memberikan sumbangan saran dan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

c) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi dan masukan untuk perusahaan terutama untuk toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi agar dapat meningkatkan performa yang lebih baik melalui pelayanan sehingga dapat tercapainya kepuasan konsumen.

1. 4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4. 1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko Pakaian Dewasa “Ananda” Pasar Parungkuda Sukabumi. Berlokasi di Jl. Raya Siliwangi, Sundawenang, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat.

