

BAB I

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini usaha bisnis ritel di Indonesia bisa menjadi salah satu peluang bagi para pelaku bisnis, hal ini dikarenakan toko ritel masih banyak diminati oleh masyarakat. Meskipun di era digitalisasi ini sudah banyak bisnis yang menjajarkannya melalui media sosial namun masih banyak juga konsumen yang ingin berbelanja dengan cara melihat langsung produk yang di butuhnya. Maka dari itu bisnis ritel di Indonesia khususnya di kota Bandung ini bisa menjadi suatu peluang bagi para pelaku bisnis. Arti kata ritel sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah ecer. Bisnis ritel dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Ritel tradisional adalah usaha ritel yang proses pengelolaan usahanya melakukan pendekatan konvensional, sedangkan ritel modern proses pengelolaannya menggunakan teknologi dan sistem manajemen yang lebih maju.

Saat ini di era globalisasi tingkat persaingan bisnis akan semakin pesat, pada setiap perusahaan saling berlomba – lomba dalam mewujudkan serta meningkatkan daya saing yang bertujuan untuk bertahan dari ancaman para pesaing baru. Hal tersebut membuat perusahaan menjadi semakin memperhatikan tingkat kualitas bisnisnya agar tidak terkalahkan oleh pesaing.

Salah satu contoh bisnis ritel adalah Toserba (toko serba ada). Toserba merupakan suatu bisnis yang di dalamnya menyediakan berbagai produk dalam satu tempat. Pada umumnya usaha toserba ini sangat memperhatikan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen demi meraih sebuah kepuasan konsumen yang akan menciptakan loyalitas dari konsumen tersebut, karena bagi usaha toserba loyalitas konsumen merupakan salah satu cara untuk mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar mereka. Melihat semakin banyaknya pesaing dengan jumlah yang cukup meningkat membuat perusahaan menjadi lebih memperhatikan apa saja kebutuhan serta keinginan dari konsumen salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan. Kualitas pelayanan dapat di kelompokkan dalam lima dimensi diantaranya, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assuraance* dan *empaty*. Ke lima dimensi tersebut biasa dikenal sebagai dimensi *servqual*, dalam lima dimensi tersebut dapat membantu perusahaan dalam mengenali keinginan dari konsumen.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang mempengaruhi produk, layanan, manusia, proses dan lingkungan dalam memenuhi harapan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan pada industri ritel memiliki hubungan yang erat dengan tingkat loyalitas konsumen, karna dalam hal ini kualitas pelayan merupakan salah satu faktor utama dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang baik tentu akan membuat konsumen merasa

nyaman dan puas saat berkunjung ke toko, hal ini lah yang membuat konsumen memiliki rasa ingin kembali lagi ke toko tersebut.

Loyalitas/kesetiaan merupakan janji konsumen untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk maupun jasa tertentu di masa depan, terlepas dari pengaruh keadaan atau upaya pemasaran yang dapat mengakibatkan perubahan perilaku. Loyalitas konsumen juga dapat dikatakan sebagai sebuah komitmen dari konsumen dalam membeli kembali dan berlangganan lagi produk secara konsisten. Loyalitas konsumen dapat terbentuk saat konsumen tersebut merasa nyaman dan puas saat berkunjung ke tempat tersebut. Kenyamanan serta kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam industri ritel karna apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka konsumen tersebut akan terus berkunjung ke tempat tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen ialah dari segi kualitas pelayanan. Jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh. Untuk itu salah satu kunci yang dapat mempengaruhi kelayaitasan konsumen pada usaha toserba adalah dengan cara memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen.

Di kota Bandung banyak sekali bisnis yang bergerak di industri ritel namun dalam kesempatan kali ini peneliti tertarik dengan salah satu toserba yang berada di kota bandung yaitu Toserba Tasya Arnata yang beralamatkan di Jalan kosar Pasir Endah Cijambe, Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat.

Di awal penelitian, peneliti melakukan penjajagan, berdasarkan hasil penjajagan peneliti mendapatkan beberapa informasi terkait Toserba Tasya Arnata. Beliau menyatakan bahwa Toseba Tasya Arnata ini sudah berdiri sejak tahun 2018, saat ini Toserba Tasya Arnata memiliki 6 orang karyawan yang jam kerjanya di bagi kedalam 2 *shift* yaitu *shift* pertama pada pukul 08:00 – 15:00 dan *shift* kedua pada pukul 13:00 – 20:00, Alasan karyawan memakai sistem *shift* ialah diharapkan karyawan dapat lebih fokus dan produktif pada saat jam kerja. Produk yang di jual oleh Toserba Tasya Arnata diantaranya mainan anak, perlengkapan bayi, perlengkapan rumah tangga, alat tulis dan peralatan kantor, peralatan rumah tangga, hingga pakaian. Toserba Tasya Arnata memiliki bangunan yang cukup luas dan memiliki 2 (dua) lantai, hal tersebut akan membuat konsumen merasa nyaman ketika sedang berbelanja.

Untuk dapat bertahan dalam industri ritel ini maka sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen agar dapat memperoleh loyalitas dari konsumennya. Maka dari itu sebagai pelaku usaha harus selalu memperhatikan setiap adanya perubahan perilaku konsumen dengan tujuan dapat cepat dalam mengantisipasi apabila terjadi perubahan pada perilaku konsumen, agar pelaku usaha dapat mengevaluasi hal apa saja yang harus di perbaiki dalam hal kualitas pelayanan yang di berikan.

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan pra survey kepada sebagian konsumen Toserba Tasya Arnata yang dilakukan dengan cara membuat beberapa pertanyaan mengenai permasalahan yang terjadi pada

Toserba dengan cara membagikan kuesioner. Berikut data yang di dapat hasil pra survey yang dilakukan :

Tabel 1. 1
Data pra survey terhadap konsumen Toserba Tasya Arnata Kota Bandung
N=20 Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda merupakan konsumen tetap pada Toserba Tasya Arnata?	9 konsumen	11 konsumen
2	Apakah anda sering berkunjung kepada Toserba tasya arnata	10 konsumen	10 konsumen
3	Apakah kualitas pelayanan yang diberikan toko sudah memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat dan tanggap?	8 konsumen	12 konsumen
4	Apakah karyawan toko dapat mengidentifikasi/memahami keinginan serta kebutuhan konsumen secara spesifik?	5 konsumen	15 konsumen
5	Apakah anda merekomendasikan kepada kerabat untuk berbelanja ke Toserba tasya arnata?	7 konsumen	13 konsumen

Sumber : konsumen toserba tasya arnata

Berdasarkan hasil pra survey yang di lakukan di atas, peneliti menemukan permasalahan yang di hadapi oleh Toserba Tasya Arnata dalam memenuhi tingkat loyalitas konsumen :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur

Bagi seorang konsumen yang loyal pada umumnya dia akan setia akan suatu produk maupun jasa, namun pada beberapa konsumen dari toserba tasya arnata yang masih berbelanja keperluannya pada toko

swalayan lain, contohnya kebanyakan konsumennya melakukan pembelian produk di toserba tasya arnata hanya sekali kunjungan saja sehingga konsumen tidak lagi datang ke toko.

2. Mereferensikan produk kepada orang lain

Bagi konsumen yang loyal seharusnya selalu ingin memperkenalkan suatu produk atau jasa yang di dapatkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Mereka akan selalu berusaha untuk mempengaruhi orang sekitarnya untuk berkunjung kepada tempat yang dimaksudnya, dengan selalu memberitahukan kelebihan dari produk maupun jasa yang di gunakannya sampai orang tersebut tertarik untuk mencobanya. Namun pada kenyataannya konsumen pada toserba tasya arnata ini kurang antusias dalam merekomendasikan kepada para kerabatnya untuk selalu berbelanja di toserba tasya arnata. Contohnya, konsumen lebih memilih berbelanja kepada toserba besar lainnya dan tidak merekomendasikan toserba tasya arnata kepada temannya.

Permasalahan yang telah di paparkan di atas di duga disebabkan karena belum optimalnya tingkat kualitas pelayanan yang di berikan oleh karyawan toserba tasya arnata kepada konsumen. Hal tersebut di karenakan para karyawan yang kurang memperhatikan beberapa faktor dalam kualitas pelayanan diantaranya :

1. *Responsiveness* (ketanggapan)

Karyawan kurang tanggap dalam membantu konsumen apabila konsumen menanyakan suatu produk, hal ini di karenakan kurangnya wawasan serta pengetahuan karyawan mengenai keseluruhan produk

yang di jual. Contohnya karyawan yang kurang tanggap dalam merespon beberapa pertanyaan yang di tanyakan oleh konsumen, sehingga konsumen menjadi bingung pada saat berbelanja.

2. *Emphaty* (empati)

Beberapa karyawan pada toserba tasya arnata masih banyak yang belum memahami keinginan konsumennya, misalnya dalam memahami apa yang diinginkan oleh konsumen secara spesifik, tidak jarang juga terjadi miskomunikasi antara karyawan dengan konsumen dalam hal penyampaian informasi yang di sampaikan mengenai kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen tidak terpenuhi sedangkan karyawan tidak mengusahakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan di atas, maka dari itu peneliti tertarik dengan melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOSERBA TASYA ARNATA KOTA BANDUNG”**.

Oleh karena itu, perlunya untuk di lakukan penelitian mengenai apa saja yang membuat konsumen menjadi tidak loyal pada toserba tasya arnata serta seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan untuk itu muncul rumusan masalah yaitu,

1. Bagaimana gambaran umum Toserba Tasya Arnata?

2. Bagaimana kualitas pelayanan dan kondisi loyalitas konsumen pada toserba Tasya Arnata?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada toserba Tasya Arnata?
4. Bagaimana hambatan dan upaya pada kualitas pelayanan di toserba Tasya Arnata?

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka dari itu muncul tujuan peneliti melakukan penelitian ini diantaranya:

1. Mengetahui gambaran umum Toserba Tasya Arnata.
2. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kondisi loyalitas konsumen pada toserba Tasya Arnata.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada toserba Tasya Arnata.
4. Mengetahui hambatan dan upaya pada kualitas pelayanan di toserba Tasya Arnata.

2.4 Kegunaan Penelitian

Pada hasil penelitian ini penulis berharap akan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis bagi pembacanya. Kegunaan penelitian ini antara lain :

a. Kegunaan secara teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi pembaca khususnya dalam meningkatkan wawasan serta pengetahuannya terkait kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

b. Kegunaan secara praktis

- Bagi peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu dalam teori maupun praktek peneliti mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

- Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik agar mencapai loyalitas konsumen yang tinggi pada perusahaan.

- Bagi pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat di manfaatkan sebagai sumber informasi yang berguna bagi pembaca mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

2.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi yang di jadikan sebagai objek penelitian adalah Toserba Tasya Arnata, yang beralamatkan di jalan giri jati no.44, pasir endah, kecamatan Ujung Berung, kota Bandung, jawa barat, 40619.

2. Lamanya penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam 6 bulan mulai dari september 2023 hingga bulan februari 2024.

Tabel 1. 2
Jadwal penelitian

Tabel Jadwal Penelitian Pada Toserba Tasya Arnata Kota Bandung

No	KETERANGAN	TAHUN 2023-2024																								
		JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				JUNI				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
TAHAP PERSIAPAN																										
1	Penjajakan																									
2	Studi Kepustakaan																									
3	Pengajuan Judul																									
4	Penyusunan Usulan Penelitian																									
5	Seminar Usulan Penelitian																									
6	Perbaikan seminar UP																									
TAHAP PENELITIAN																										
1	Pengumpulan Data																									
	a. Dokumentasi																									
	b. Wawancara																									
	c. Observasi																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
TAHAP PENYUSUNAN																										
1	Pembuatan Laporan																									
2	Perbaikan Laporan																									
3	Sidang Skripsi																									
<i>Sumber : Data diolah peneliti tahun 2023</i>																										