

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Sebuah perusahaan pasti memiliki visi, misi dan tujuan dalam menjalankan bisnisnya. Untuk mencapai visi, misi serta tujuan tersebut, sebuah perusahaan membutuhkan perencanaan bisnis yang matang. Terlebih di era globalisasi yang serba modern seperti saat ini, perusahaan juga dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman sekaligus dapat bersaing dengan perusahaan lain. Agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lainnya, perusahaan harus memaksimalkan kinerjanya.

Di tengah pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, memaksimalkan kinerja perusahaan menjadi suatu kendala yang sangat mempengaruhi kestabilan jalannya perusahaan. Covid-19 telah menjadi suatu fenomena yang sangat merugikan perekonomian di seluruh dunia. Banyak perusahaan yang bergerak dalam penjualan produk maupun penyediaan jasa terkena imbasnya. Banyak pekerja yang terpaksa harus di rumahkan untuk sementara, bahkan tidak sedikit pekerja yang diputus kontrak kerjanya karena perusahaan harus meminimalisir pengeluaran di tengah terbatasnya *income*. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi bisnis agar dapat *survive* dan tetap memperhatikan kepuasan konsumennya.

Perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pesaingnya. Kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang baik untuk perusahaan karena dapat mendorong konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang dan tidak menutup kemungkinan untuk menjadi pelanggan. Apabila kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.

Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Semakin tinggi kepuasan konsumen akan berbanding lurus dengan keuntungan perusahaan. Konsumen yang merasa puas dapat menciptakan *word of mouth* dengan membicarakan hal-hal yang baik mengenai perusahaan dan membangun citra perusahaan secara positif. Hal sebaliknya akan terjadi apabila konsumen merasa tidak puas bahkan kecewa terhadap pelayanan yang diterima. Terlebih dengan perkembangan teknologi seperti saat ini dimana informasi dapat menyebar dengan mudah, cepat dan diakses oleh banyak orang.

Salah satu bisnis yang dituntut untuk selalu memperhatikan kepuasan konsumen adalah bisnis ritel. *Retailing* meliputi kegiatan usaha yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah tangga (Berman & Evans, 2010). Penjualan ritel modern ditaksir menembus Rp256 triliun pada 2019, atau tumbuh sekitar 10% dari realisasi tahun 2018. Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia

(Aprindo), nilai penjualan ritel modern pada tahun 2016 sebesar Rp205 triliun, tahun 2017 sebesar Rp 212 triliun, dan pada tahun 2018 mencapai Rp233 triliun. Besarnya angka penjualan ritel membuktikan bahwa bisnis ini merupakan bisnis yang menjanjikan dalam segi ekonomi.

Persaingan dalam bisnis ritel cukup ketat, terlebih toko minimarket. Dapat dilihat dengan banyaknya toko minimarket yang bermunculan dalam beberapa tahun terakhir. Untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam bisnis ritel diperlukan peran serta semua pihak yang terkait dengan perusahaan untuk dapat bekerjasama dengan baik dan juga diperlukan beberapa faktor di dalam pelaksanaan bisnis perusahaan. Ada banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap tercapainya kepuasan pelanggan, di antaranya kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan penentuan lokasi yang strategis.

Menurut Hallowell (1996), “Kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima dalam transaksi atau hubungan dimana nilai sama dengan kualitas layanan yang dirasakan relatif terhadap harga dan biaya akuisisi pelanggan”. Kualitas pelayanan diberikan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Dalam menjalankan proses bisnis barang ataupun jasa, perusahaan harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan berhubungan kuat dengan kepuasan pelanggan.

Konsumen merupakan faktor penting dalam keberlangsungan perusahaan. Penentuan harga yang bersaing merupakan nilai yang sangat penting di mata konsumen, namun akan menjadi nilai lebih apabila perusahaan

dapat memberikan harga yang lebih terjangkau dari pesaingnya. Pada dasarnya harga adalah jumlah uang yang harus ditebus oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Hasan (2008) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Penetapan harga merupakan salah satu faktor yang signifikan untuk sebagian besar konsumen. Konsumen akan membandingkan harga produk di toko satu dengan lainnya dan akan memilih toko yang dapat memberikan harga lebih terjangkau.

Penentuan lokasi yang strategis dalam menjalankan bisnis pun merupakan salah satu faktor penting agar perusahaan ritel dapat terus menjalankan usahanya. Penentuan lokasi yang tepat dan strategis dapat membuat minimarket lebih sukses dibandingkan dengan minimarket yang berlokasi tidak strategis meskipun menjual produk yang sama. Semakin strategis suatu lokasi bisnis berarti semakin banyak pula konsumen yang dapat menjangkau tempat tersebut. Hal tersebut memungkinkan toko dengan lokasi strategis memiliki jumlah konsumen yang lebih banyak.

Salah satu minimarket yang digemari masyarakat adalah Alfamart. Alfamart menjual berbagai macam produk makanan, minuman, dan barang kebutuhan hidup sehari-hari. Bahkan sekarang Alfamart juga menyediakan jasa layanan berupa pembayaran *e-commerce*, listrik, *top up e-cash*, transfer dana, pembelian tiket perjalanan, pembelian *voucher* pulsa, internet, tv berbayar, *game online* dan masih banyak layanan lainnya. Alfamart digemari dan sangat

familiar oleh masyarakat karena letak tokonya yang hampir ada di setiap daerah, bahkan di daerah pelosok. Dengan banyaknya jumlah toko yang tersebar di seluruh Indonesia dan lengkapnya kebutuhan sehari-hari yang dijual di Alfamart, maka sebagian besar masyarakat memiliki kepercayaan untuk membelanjakan uangnya di Alfamart.

Di kecamatan Salaman, Magelang terdapat 1 toko Alfamart. Alfamart Salaman berada di Jl. Raya Salaman No.515, Jurusawah, Menoreh, Kecamatan Salaman, Magelang, Jawa Tengah. Alfamart Salaman turut terkena imbas dari pandemi Covid-19 dengan penurunan omset yang terjadi di beberapa bulan awal setelah ditetapkannya Covid-19 sebagai bencana nasional oleh Presiden pada tanggal 13 April 2020.

Meskipun Alfamart telah menjadi bisnis ritel yang terkemuka di Indonesia, namun masih terjadi beberapa keluhan dari pembeli terhadap pengalamannya berbelanja di Alfamart, termasuk di Alfamart Salaman. Beberapa keluhan yang terjadi diantaranya, ketika pembeli menyerahkan barang yang akan dibeli kepada kasir untuk di-*scan barcode*, kasir tidak tanggap dan malah masih mengurus keperluan lainnya yang lain. Keluhan yang lain berkaitan dengan perbedaan harga yang tercantum di rak dengan harga yang ada di struk belanja.

Selain keluhan dari pelanggan di Alfamart Salaman, ada juga keluhan dalam sebuah *tweet* tentang keluhan, kritik atau saran yang dibuat oleh akun resmi Alfamart di aplikasi *twitter* (www.twitter.com/alfamart), terdapat banyak kasus yang dikeluhkan oleh pelanggan ketika berbelanja di Alfamart. Kasus

pertama dialami pelanggan atas nama Eko Budi pada tanggal 25 Oktober 2019 di Alfamart Taman Aster, Telaga Asih, Cikarang Barat, Bekasi. Pelanggan ini mengeluhkan tentang sikap kasir yang terkesan tidak ramah dan tidak *welcome* ketika dia akan bertransaksi untuk pengambilan uang. Eko Budi menulis, “Selamat malam Alfamart. Barusan saya ke alfamart taman aster telaga asih cikarang barat bekasi akan transaksi pengambilan uang..pelayanan kasirnya judes sangat tidak nyaman sepertinya ga mau melayani karena judes saya tidak jadi mengambil uang tersebut sebagai customer.”

Dalam kasus pertama, pelanggan kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh kasir terkait dengan keperluan pelanggan saat akan mengambil uang. Kasir terkesan tidak ramah bahkan tidak mau melayani hingga pada akhirnya pelanggan pun kecewa dan memutuskan untuk membatalkan pengambilan uang di Alfamart.

Kasus kedua dikutip dari sumber yang sama yaitu sebuah *tweet* tentang keluhan, kritik atau saran yang dibuat oleh akun resmi Alfamart di aplikasi *twitter* (www.twitter.com/alfamart). Terdapat keluhan dari pelanggan atas nama Ardiansyah pada tanggal 17 April 2020 di Alfamart Jalan Gili Sampeng, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Pelanggan ini mengeluhkan tentang pelayanan yang kurang memuaskan dan terdapat perbedaan harga barang yang tercantum di rak dan di struk belanja. Ardiansyah menulis, “Mohon maaf ini saya ingin mengadukan itu di Alfamart Jalan Gili sampeng 6 pelayanannya kurang memuaskan dan lagi pula ama barang sama bandrol harga tidak sesuai Jadi pas saat pembayaran di kasir Harganya beda Tolong ditindaklanjuti ya.”

Dalam kasus kedua, pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan dan kecewa dengan keterangan harga yang diberikan oleh Alfamart. Pelanggan tersebut merasa kecewa karena harga yang tercantum di rak berbeda dengan harga saat di kasir. Pelanggan tersebut berharap pihak Alfamart untuk menindaklanjuti kasusnya.

Kasus ketiga dikutip dari www.facebook.com/alfamartku. Terjadi keluhan dari pelanggan yang bernama Anto di Alfamart yang terletak di kawasan Tembalang, Semarang pada tanggal 21 Februari 2017. Pelanggan ini mengeluhkan lingkungan Alfamart yang kurang nyaman dan membuat pelanggan merasa terganggu. Anto mengatakan, “saya merasa terganggu dengan para go-jek yang duduk di kawasan tembalang semarang karena mereka ngumpul, juga kurang sopan dalam duduk dan bicara di tempat parkir...buatlah nyaman pembeli..”

Dalam kasus ketiga, pelanggan merasa terganggu dan tidak nyaman dengan situasi lingkungan yang ada di Alfamart. Banyak *driver* Go-jek yang berkumpul dan berlaku kurang sopan di tempat parkir. Hal tersebut dapat mengganggu pelanggan lain yang akan melakukan pembelian di Alfamart tersebut. Untuk kepentingan kepuasan pelanggan, sebaiknya pihak Alfamart menegur pihak Go-jek yang tidak berkepentingan di Alfamart.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Salaman. Maka peneliti akan

mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Alfamart Salaman Magelang)”.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang.
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang.
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Salaman Magelang.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih serta sebagai bahan acuan untuk penelitian sejenis dengan memperdalam dan penyempurnaan dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam hal peningkatan kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi yang diharapkan oleh pelanggan sehingga akan didapatkan kepuasan pelanggan yang maksimal.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan data perbandingan terkait dengan penelitian yang sejenis.

c. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi sekaligus menjadi referensi bagi semua pihak yang akan meneliti tentang kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi.