

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan perkembangan tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, *mini market*, *department store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain. Hal ini akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan mereka harus memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar.

Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk kategori yang memiliki penduduk terbesar. Indonesia juga merupakan magnet yang menarik para pengusaha ritel dunia untuk datang. Persaingan bisnis ritel di Indonesia sangat tinggi sehingga saat ini tidak jarang kita temui dalam satu lokasi terdapat 3 atau 4 supermarket, kompetisi dalam bisnis ritel pun berubah. Karena secara tiba-tiba muncul banyak pesaing baru. Oleh karena itu pola konsumen dalam membeli barang pun ikut berubah dan harapan yang tinggi, mereka mengharapkan barang yang baik dengan harga yang murah, pelayanan yang sempurna, serta suasana

belanja yang menyenangkan dan membuat pelanggan yang berpindah hati karena kualitas pelayanan yang diharapkan sesuai dengan keinginan konsumen. Karena itulah dengan prioritas konsumen yang berubah, Perusahaan pun mau tidak mau harus mempunyai desain bisnis yang disesuaikan dan model operasional yang harus di sesuaikan. Apabila semua tujuan tersebut tercapai maka kualitas layanan juga terjamin. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar.

Salah satu perusahaan di Batam yang bergerak di bidang *retail* adalah PT Jodoh Centre Indotama. PT Jodoh Centre Indotama pertama kali beroperasi di Jodoh. Seiring dengan meningkatnya omset penjualan dengan melihat peluang bisnis supermarket yang ada di Batam khususnya dilokasi bengkong dan di dalam BCS Mall maka PT Jodoh Centre Indotama mengambil keputusan untuk membuka cabang di lokasi tersebut. Banyak sekali pelanggan Jodoh Centre Supermarket mengeluh harga barang dipasarkan relatif mahal dibandingkan dengan supermarket lainnya. Untuk menghadapi persaingan agar tetap ramai di kunjungi konsumen maka PT Jodoh Centre Indotama melakukan kerja sama dengan beberapa bank di Batam. Di dalam kerja sama ini mereka melakukan berbagai promosi seperti melakukan pembagian *voucher* belanja dan memberikan pengundian untuk pelanggan yang berbelanja di atas total belanja pada *event-event* tertentu yang telah di tentukan oleh pihak manajemen. Apabila semua tujuan tersebut tercapai maka kualitas layanan juga terjamin. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar.

Tabel 1.1 Data Kualitas Layanan Jodoh Centre Indotama

Tahun	Tingkat Kualitas Layanan		
	Komplain Layanan Kasir	Komplain Layanan Penitipan Barang	Komplain Layanan Petugas Supermarket
2015	522	514	321
2014	493	487	310
2013	525	506	329
2012	538	532	335
2011	564	563	343
Tahun	Δ (Delta)		
	Komplain Layanan Kasir	Komplain Layanan Penitipan Barang	Komplain Layanan Petugas Supermarket
2015	0	0	0
2014	29	27	11
2013	-32	-19	-19
2012	-13	-26	-6
2011	-26	-31	-8

Sumber : PT Jodoh Centre Indotama, 2016 (Satuan Konsumen)

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa kualitas layanan yang ada di PT Jodoh Centre Indotama dari tahun 2011-2014 selalu mengalami penurunan dan pada tahun 2015 menunjukkan bahwa banyak yang komplain dengan kualitas layanan di setiap bagian dan mengalami kenaikan. Terutama komplain komplain pada bagian layanan petugas layanan. Hal tersebut disebabkan kurangnya karyawan yang siap melayani konsumen dalam berbelanja dan banyak masuk karyawan baru yang masih dalam masa *training*. Berdasarkan data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan layak untuk di teliti PT Jodoh Centre Indotama.

Kualitas layanan yang kurang baik mengakibatkan tingkat kepuasan pelanggan yang kurang maksimal maka dari itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen. Hal tersebut juga sangat

dibutuhkan oleh perusahaan *retail*. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan kualitas layanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen.

Tabel 1.2 Data Kepuasan Pelanggan Jodoh Centre Indotama

Tahun	Tingkat Kepuasan Pelanggan				
	Harga	Fasilitas	Metode Pembayaran	Posisi dan Kelengkapan Barang	Kebersihan
2015	452	400	433	481	420
2014	421	387	419	459	409
2013	448	418	438	476	427
2012	455	430	452	489	442
2011	470	447	470	510	461
Tahun	Δ (Delta)				
	Harga	Fasilitas	Metode Pembayaran	Posisi dan Kelengkapan Barang	Kebersihan
2015	0	0	0	0	0
2014	31	13	14	22	11
2013	-27	-31	-19	-17	-18
2012	-7	-12	-14	-13	-15
2011	-15	-17	-18	-21	-19

Sumber : PT Jodoh Centre Indotama, 2016 (Satuan Konsumen)

Dari data tabel diatas maka dapat simpulkan kepuasan pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama masih banyak yang merasa tidak puas karena dapat dilihat dari tahun 2011-2014 terjadi penurunan dari tahun ke tahun karena kualitas pelayanan yang kurang memuaskan konsumen/ pelanggan dan harga yang relatif mahal yang tidak sesuai dengan harga pasaran, fasilitas yang kurang memadai, metode pembayaran yang kurang, dan kebersihan yang kurang dijaga. Kemudian di tahun 2015 terjadi kenaikan tersebut disebabkan karena pihak manajemen perusahaan mulai memperbaiki kekurangan mereka seperti lebih memprioritaskan konsumen dalam pelayanan mereka dan mulai menyesuaikan harga sesuai dengan

pasaran dan bisa bersaing. Apabila kualitas layanan meningkat maka pastinya akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jika pelanggan puas maka pelanggan akan berlangganan atau sering berbelanja dengan perusahaan tersebut. Pada perusahaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Tabel 1.3 Data Loyalitas Pelanggan Jodoh Centre Indotama

Tahun	Tingkat Loyalitas Pelanggan			
	Anak-Anak	Remaja	Dewasa	Lansia
2015	238	343	557	74
2014	200	299	517	65
2013	246	357	562	83
2012	251	362	585	89
2011	301	422	648	99
Tahun	Δ (Delta)			
	Anak-Anak	Remaja	Dewasa	Lansia
2015	0	0	0	0
2014	38	44	40	9
2013	-46	-58	-45	-18
2012	-5	-5	-23	-6
2011	-50	-60	-63	-10

Sumber : PT Jodoh Centre Indotama, 2016 (Satuan Konsumen)

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan dari tahun 2011-2014 terjadi penurunan Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi

melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh *partner*. Kemudian di tahun 2015 terjadi kenaikan tingkat loyalitas yang disebabkan oleh adanya penyesuaian harga oleh pihak manajemen sehingga banyak *customer* yang kembali berlangganan di PT Jodoh Centre Indotama.

Menghadapi persaingan pada bisnis eceran ini, maka pihak manajemen perlu untuk terus meningkatkan dan menyempurnakan kualitas dari jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, karena keinginan dan harapan konsumen berbeda dengan pelayanan yang disajikan oleh pihak manajemen. Pandangan para konsumen mengenai layanan yang memuaskan dapat berubah kapan saja dan perubahan ini memaksa perusahaan untuk melakukan spesialisasi karyawan pada tempat-tempat tertentu misalnya penempatan karyawan bagian penimbangan buah, bagian tempat penitipan barang, bagian kasir, bagian informasi dan petugas di *counter display* makanan.

Dari hal tersebut itulah kita dapat melihat bagaimana masing-masing supermarket dan sejenisnya berusaha menarik pembeli untuk datang ke tokonya dan berbelanja, mereka berusaha memaksimalkan beberapa komponen penting yang dianggap sangat mempengaruhi kelangsungan bisnisnya. Secara langsung kita dapat melihat bagaimana mereka bersaing dalam masalah kualitas dan kuantitas produk, harga yang kompetitif, promosi yang menarik dan tepat sasaran, pelayanan yang memuaskan, serta suasana toko yang nyaman dan juga tempat yang strategis.

Berdasarkan latar belakang uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dengan melakukan penelitian mengenai “Pengaruh

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama dengan metode SEM-PLS”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Munculnya banyak pesaing baru yang membuat pelanggan berpindah hati.
2. Harga yang ditawarkan di Jodoh Centre supermarket relatif mahal dibandingkan supermarket lainnya sehingga membuat pelanggan kurang memuaskan.
3. Jumlah Pelanggan dari tahun 2010-2014 terjadi penurunan yang sangat drastis.

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari dari permasalahan agar tidak meluas, maka pembatasan meliputi :

1. Variabel yang akan dibahas adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama.
2. Tahun yang akan di teliti adalah tahun 2015.
3. Penelitian ini dibatasi di PT Jodoh Centre Indotama Cabang Jodoh.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Jodoh Centre Indotama.

1.6. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pendidikan tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan pada PT Jodoh Centre Indotama.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penulis bisa menambah wawasan dan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh semasa kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui tanggapan dari konsumen tentang Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan pada PT Supermarket Jodoh Centre Indotama.