

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Industri ritel modern terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. Selain membuka lapangan pekerjaan, industri ini berkontribusi besar pada perekonomian nasional. Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar -0.1% pada Agustus 2021. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu -2.9% untuk Juli 2021. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.2% dari Januari 2011 sampai Agustus 2021, dengan 128 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2% pada Desember 2013 dan rekor terendah sebesar -20.6% pada Mei 2020 (CeidData, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia terdapat 1.131 perusahaan yang bergerak di bidang ritel modern diantaranya yaitu supermarket, minimarket dan hypermart ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Bisnis ritel modern sangat mudah dijumpai selain produk yang ditawarkan cukup beragam dan lengkap, lokasi yang mudah dijangkau dan suasana yang nyaman, membuat masyarakat Indonesia lebih memilih untuk berbelanja di toko ritel khususnya minimarket. Hal ini menimbulkan persaingan dalam bisnis ritel, para pengusaha ritel saling bersaing untuk menjadi yang terbaik agar dapat menguasai pangsa pasar di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 mengenai perkembangan *market share* perdagangan ritel di Indonesia.

**Tabel 1. 1**  
**Market Share Perusahaan Ritel Indonesia**

No.	Jenis Perusahaan	2017	2018	2019
1	Hypermarket	42,2%	43,3%	41,7%
2	Supermarket	32,6%	30,9%	26,2%
3	Minimarket	25,0%	26,1%	32,1%

*Sumber: ACNIESEL Media Research 2019*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan pangsa pasar yang setiap tahunnya meningkat yaitu minimarket. Meningkatnya pangsa pasar minimarket dibidang ritel, membuat persaingan minimarket menjadi semakin ketat. Pebisnis ritel minimarket harus memiliki strategi yang jitu untuk dapat memenangkan persaingan atau tetap *survive* ditengah berbagai gempuran peritel lainnya. Alfamart sebagai salah satu bisnis ritel minimarket harus mampu menghadapi dan mengatasi kondisi yang semakin keras, terutama harus mengetahui, memahami serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya.

Pelanggan masa kini tidak hanya mengejar harga murah, tetapi kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi bahan pertimbangan tersendiri dalam membuat keputusan pembelian, karena kualitas pelayanan jasa yang bermutu tinggi dapat memuaskan dan menarik minat konsumen serta menjadikan konsumen yang loyal pada akhirnya dapat memberikan keuntungan yang lebih baik terhadap perusahaan.

Menurut Robinette (Rohaeni dan Marwa, 2018: 313) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ada 4, yaitu perhatian (*caring*), kepercayaan (*trust*), perlindungan (*length of patronage*), dan kepuasan akumulatif (*overall satisfaction*). Alfamart menerbitkan kartu member untuk para pelanggan dengan

memberikan 1 poin untuk setiap pembelanjaan Rp.200, pelanggan akan diberikan 1 poin= Rp. 1, semakin banyak berbelanja maka akan bertambah banyak poin yang didapatkan, poin tersebut dapat digunakan sebagai diskon untuk pembelian produk Alfamart. Sistem membership ini dilakukan agar pelanggan tetap setia.

Di kota Bandung terdapat 300 gerai Alfamart, jumlah gerai Alfamart sangat menentukan transaksi dan jumlah pendapatan perusahaan. Berikut di bawah ini frekuensi transaksi penggunaan member 5 cabang Alfamart di kota Bandung (Tabel 1.2).

**Tabel 1. 2**  
**Frekuensi Transaksi Penggunaan Member 5 Cabang Alfamart di Kota Bandung Periode Januari 2019-Agustus 2021**

<b>Cabang</b>	<b>Transaksi</b>
Alfamart Gerlong Girang	177.822
Alfamart Isola	162.552
Alfamart Sarimanah	154.522
Alfamart Sariwangi Sarijadi	146.492
Alfamart Pak Gatot Raya	115.547

*Sumber: Alfamart masing masing cabang*

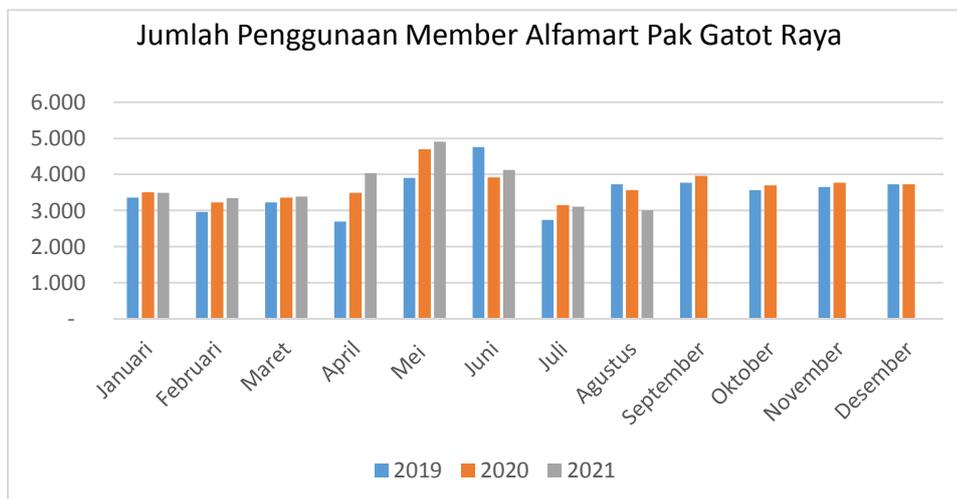
Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa transaksi penggunaan member yang berada di posisi terendah yaitu Alfamart Pak Gatot Raya, dalam tiga tahun terhitung dari Bulan Januari 2019 sampai dengan Agustus 2021 transaksi yang menggunakan member di Alfamart Pak Gatot Raya hanya 115.547 struk nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan transaksi yang menggunakan member di Alfamart Gerlong Girang, Alfamart Isola, Alfamart Sarimanah dan Alfamart Sariwangi Sarijadi. Selain memiliki transaksi penggunaan member terendah Alfamart Pak Gatot Raya Bandung juga memiliki transaksi penggunaan member yang

berfluktuasi dari bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Agustus 2021, dapat dilihat dari (tabel 1.3).

**Tabel 1. 3**  
**Data penggunaa Member Alfamart Pak Gatot**

No.	BULAN	TAHUN		
		2019	2020	2021
1	Januari	3.364	3.499	3.484
2	Februari	2.963	3.231	3.338
3	Maret	3.231	3.363	3.389
4	April	2.696	3.498	4.029
5	Mei	3.898	4.698	4.907
6	Juni	4.764	3.924	4.125
7	Juli	2.746	3.146	3.109
8	Agustus	3.726	3.564	3.003
9	September	3.765	3.964	
10	Oktober	3.564	3.698	
11	November	3.646	3.765	
12	Desember	3.726	3.726	
TOTAL		42.089	44.075	29.383

Sumber: Data Penggunaan Member Alfamart Pak Gatot Raya



Sumber: Data Penggunaan Member Alfamart Pak Gatot Raya

**Gambar 1. 1**  
**Data Penggunaan Member Alfamart Pak Gatot Raya Periode Januari 2021 – Agustus 2021**

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi dengan menggunakan member di Alfamart Pak Gatot Raya Bandung pada bulan Januari 2019 sampai Agustus 2021 mengalami fluktuasi tidak stabil atau naik turun, pada bulan April 2021 mengalami peningkatan transaksi menggunakan member sebesar 19% dan pada bulan Mei 2021 mengalami peningkatan sebesar 22%. Hal ini karena pada bulan April 2021 dan bulan Mei 2021 adalah puncak menuju hari raya idul fitri, dimana banyak pelanggan yang membutuhkan makanan untuk keperluan hari raya idul fitri sehingga jumlah pelanggan meningkat, akan tetapi terjadi penurunan transaksi yang menggunakan member pada Juni 2021 sampai dengan Agustus 2021, bahkan terjadinya penurunan yang cukup signifikan pada bulan Juli 2021 sebesar -25%. Hal ini dapat disebabkan Alfamart Pak Gatot Raya kurang memperhatikan kualitas pelayanan, dapat dilihat dari keluhan salah satu pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung yang diutarakan di ulasan *Google* oleh Seka Alfauzan ia memberikan ulasan sebagai berikut: “Sering terjadi jaringan *offline*, harga di display sering tidak sesuai dengan harga dan kasir nya sangat jutek”. Sehingga menyebabkan pelanggan tidak melakukan pembelian ulang.

Untuk lebih mengetahui kondisi kualitas pelayanan, penulis melakukan pra survey pada bulan September 2021 dengan mewawancarai konsumen Alfamart Pak Gatot Raya yang berbelanja menggunakan member sebanyak 25 Orang. Berdasarkan wawancara awal diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Pra Survey Tentang Kualitas Pelayanan**

NO.	PERNYATAAN	KATEGORI			
		SETUJU	%	TIDAK SETUJU	%
<i>Bukti Fisik (Tangible)</i>					
1	Alfamart Pak Gatot Raya memiliki pengaturan dan penataan ruangan yang nyaman	20	80	5	20
<i>Empati(Empathy)</i>					
2	Karyawan Alfamart Pak Gatot Raya dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	12	48	13	52
<i>Kehandalan (Reliability)</i>					
3	Karyawan Alfamart Pak Gatot Raya selalu siap untuk melayani pelanggan setiap waktu	10	40	15	60
<i>Daya tanggap (Responsiveness)</i>					
4	Karyawan Alfamart Pak Gatot Raya bersedia meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat dan tepat	15	60	10	40
<i>Jaminan (Assurance)</i>					
5	Karyawan Alfamart Pak Gatot Raya bersikap sabar, ramah dan sopan terhadap pelanggan	4	16	21	84
	RATA-RATA		48.8		51.2
	JUMLAH RESPONDEN = 25				

*Sumber: Data Primer 2021.*

Tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa dari 5 pernyataan mengenai kualitas pelayanan ada pernyataan yang kebanyakan responden memberikan pernyataan tidak setuju, mengenai pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dengan presentase sebesar 52% responden memberikan pernyataan tidak setuju. Hal ini menjadi indikasi bahwa karyawan Alfamart Pak Gatot Raya kurang memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Pernyataan selanjutnya yaitu kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan setiap waktu dengan presentase sebesar 60% responden menjawab tidak setuju. Hal

ini dapat menjadi indikasi bahwa karyawan Alfamart Pak Gatot Raya kurang siap dalam melayani pelanggan setiap waktu.

Selain itu pernyataan presentase terbesar yaitu kesabaran, keramahan dan kesopanan karyawan terhadap pelanggan menunjukkan presentase terbesar yaitu sebesar 84% responden memberikan pernyataan tidak setuju. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa karyawan Alfamart Pak Gatot Raya kurang sabar, ramah dan sopan terhadap pelanggan.

Penulis juga melakukan pra survey untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan pada Alfamart Pak Gatot Raya sebagai berikut:

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Pra Survey Tentang Loyalitas Pelanggan**

NO.	PERNYATAAN	KATEGORI			
		SETUJU	%	TIDAK SETUJU	%
<b>Kesetiaan terhadap pembelian produk (<i>Repeat purchase</i>)</b>					
1	Saya akan selalu membeli kebutuhan pokok di Alfamart Pak Gatot Raya	11	44	14	56
<b>Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>)</b>					
2	Saya percaya Alfamart Pak Gatot Raya selalu memberikan pelayanan terbaik	12	48	13	52
<b>Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan (<i>Referalls</i>)</b>					
3	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Alfamart Pak Gatot Raya	10	40	15	60
	RATA-RATA		44		56
	JUMLAH RESPONDEN = 25				

*Sumber: Data Primer 2021*

Tabel 1.5 diatas dapat dilihat bahwa pernyataan mengenai indikator kesetiaan pelanggan kebanyakan responden memberikan pernyataan tidak setuju yaitu sebesar 56%. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya tidak akan selalu membeli kebutuhan pokok di Alfamart Pak Gatot Raya.

Selanjutnya pernyataan mengenai kepercayaan pelanggan terhadap Alfamart Pak Gatot Raya dengan presentase sebesar 52% responden menjawab tidak setuju. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa kurangnya rasa percaya pelanggan terhadap Alfamart Pak Gatot Raya.

Selain itu pernyataan presentase terbesar yaitu kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan Alfamart Pak Gatot Raya kepada orang lain menunjukkan presentase terbesar yaitu sebesar 60% responden memberikan pernyataan tidak setuju. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya tidak bersedia merekomendasikan Alfamart Pak Gatot Raya kepada orang lain.

Guna memperoleh keunggulan di dalam pelayanan, perlu dilakukan pemeliharaan bagaimana Alfamart Pak Gatot Raya di dalam mengelola kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Alfamart Pak Gatot Raya harus terus meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya (Nasrudin, 2021: 2).

Permasalahan yang terjadi di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Alfamart Pak Gatot Raya belum sesuai dengan harapan pelanggan yang menyebabkan tingkat loyalitas mengalami penurunan, dari uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA ALFAMART PAK GATOT RAYA KOTA  
BANDUNG”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Jumlah pelanggan yang berbelanja menggunakan member di Alfamart Pak Gatot Raya Bandung berfluktuasi cenderung menurun.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Alfamart Pak Gatot Raya Bandung belum maksimal. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil prasurvei tentang kualitas pelayanan dengan skor rata-rata sebesar 51.2% pelanggan memberikan pernyataan tidak setuju.
3. Loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung belum maksimal. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil prasurvei tentang loyalitas pelanggan dengan skor rata-rata sebesar 56% pelanggan memberikan pernyataan tidak setuju.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Sesuai dengan judul, maka penulis memberikan batasan masalah, seputar pada kualitas pelayanan, pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Pak Gatot Raya Bandung yang beralamat di Jalan Terusan Pak Gatot Raya No. 21, Gegerkalong, Kota Bandung. Alasan tersebut dipilih karena kualitas pelayanan diduga mempunyai kontribusi besar terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kondisi kualitas pelayanan pada Alfamart Pak Gatot Raya Bandung?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung?

#### **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data, dan informasi yang dibutuhkan untuk penyusunan tugas akhir, serta untuk mengkaji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung. Dan sebagai salah satu syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Pak Gatot Raya Bandung.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan secara teoritis dan secara praktis.

### **1.6.1 Kegunaan secara Teoritis**

Secara teoritis hasil dari penelitian ini dapat di jadikan referensi untuk para peneliti berikutnya, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya sehingga menjadi lebih baik lagi.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak berikut:

#### **1. Bagi Alfamart Pak Gatot Raya Bandung**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi bahan masukan dan pertimbangan mengenai pentingnya kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### **2. Bagi penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan aspek pemasaran.

#### **3. Bagi pihak lain**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi serta menjadi bahan acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1.7.1 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Alfamart Pak Gatot Raya Bandung yang berlokasi di Jalan Terusan Pak Gatot Raya No. 21, Gegerkalong, Kota Bandung.

### **1.7.2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022. Dimulai dari bulan September 2021 sampai dengan bulan Januari 2022