

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis ritel atau eceran mengalami perkembangan cukup pesat, ditandai dengan semakin banyaknya bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern maupun munculnya bisnis ritel modern yang baru. Perubahan dan perkembangan kondisi pasar juga menuntut peritel untuk mengubah paradigma lama pengelolaan ritel tradisional menuju ritel yang modern.

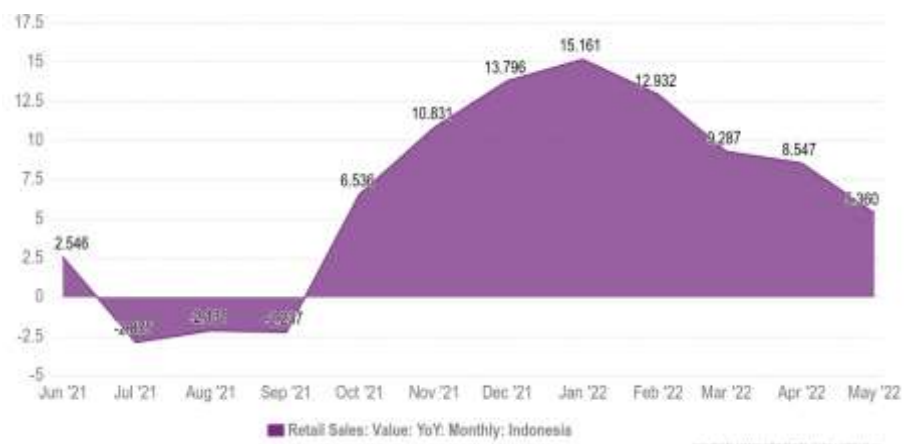
Serbuan ritel modern di Indonesia dengan format baru telah menggeser ritel tradisional. Dengan jumlah penduduk sekitar 240 juta lebih merupakan pasar potensial bagi bisnis ritel modern. Dalam sepuluh tahun terakhir bisnis ritel modern dengan format hypermarket, supermarket dan minimarket menjamur, menyusul maraknya pembangunan mall atau pusat perbelanjaan di kota-kota besar. Peritel besar seperti hypermarket dan department store menjadi anchor tenant yang dapat menarik minat pengunjung. Bahkan kini bisnis ritel mulai merambah ke kota-kota kabupaten terutama jenis supermarket dan minimarket.

Saat ini bisnis ritel tumbuh pesat di pinggiran kota, mengingat lokasi permukiman banyak di daerah tersebut. Semakin berkembangnya pasar modern (retail) pada saat ini memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk menentukan produk mana yang akan dibelinya, tempat

mana yang akan dijadikan sebagai tujuan berbelanja, serta produk ditempat belanja mana yang sekiranya memiliki kualitas dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.¹ Banyaknya pilihan retail saat ini yang menjadikan para pengusaha untuk lebih memperhatikan persepsi konsumen agar retail yang dibangunnya menjadi pilihan banyak konsumen sehingga dapat mendatangkan banyak pelanggan dan keuntungan dari bisnis tersebut..

Tabel 1.1

Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia selama 2021-2022²



Sumber: www.ceicdata.com

¹ Rahmi Rosita, “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction”, *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika*, Vol. 1, Nomer 2, 2016, hal. 98

² Ceic Data, “Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel”, <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>, (diakses pada 27 Juni 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas bisa dilihat bahwa pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia selama periode 2021-2022 mengalami peningkatan, meskipun tidak bisa dipungkiri bahwa dalam bulan juli 2021 sampai september 2021 mengalami koreksi atau penurunan. Namun setelah bulan itu data membuktikan bahwa pertumbuhan ritel naik sampai pada puncaknya di bulan januari 2022. Dan setelah itu mengalami sedikit penurunan sampai pada bulan mei 2022.

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan manusia sehari-hari. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis. Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman ini, seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil bisa di minimalkan risikonya dan dioptimalkan keuntungannya.³

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki agar dapat

³ Buchari Alma Dan Donni Juni priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan nilai danPraktik Syariah Dalam Bisnis Ketemporer*, (Bandung:Alfabeta, 2014), hal . 110

diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu di perhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan dilihat dari kualitas pelayanan⁴

Di kota Lamongan tepatnya di kecamatan Babat ada salah satu pasar swalayan yang sangat ramai dikunjungi konsumen yaitu PT. Awam Bersaudara. Salah satu cabangnya yaitu Swalayan Awam yang beralamat di Jl. Pendidikan No. 05 Babat kabupaten Lamongan merupakan ritel yang masuk ke dalam kategori swalayan namun dengan skala yang lebih kecil atau lebih populer disebut dengan nama minimarket. Swalayan ini memberikan pelayanan yang bersifat *self service* dan komoditi yang dijual adalah barang-barang rumah tangga, makanan, minuman, dan kebutuhan sehari-hari. Swalayan Awam merupakan pelopor swalayan yang berkonsep modern di kecamatan Babat.

Pasar swalayan adalah pengecer berbagai inti produk yang menawarkan beragam barang dan sejenisnya pada departemen-departemen khusus, dimana banyak masyarakat sekarang ini mencari tempat yang strategis, aman, nyaman, dan tentunya mempunyai kualitas barang, pelayanan, dan harga yang murah, dan terjangkau sehingga konsumen tidak banyak beralih kepasar swalayan lainnya karena konsumen sudah nyaman dengan apa yang diberikan pasar swalayan tersebut.

Pasar swalayan akan mendapatkan citra yang baik dari para konsumen jika mereka puas dengan pasar tersebut, sehingga akan memberikan dampak yang sangat baik untuk berkembang dan mencapai

⁴ Peter J. Paul dan Jerry C. Olson, *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran, terjemahan Damos Sihombing, Edisi 4, Jakarta, hal. 204*

apa yang direncanakan. Minimarket/pasar swalayan yang menyediakan hampir seluruh kebutuhan pokok sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen saat membeli suatu produk atau jasa mungkin ditemukan adanya sebuah kekurangan yang mana sudah pasti seorang konsumen tidak menginginkan suatu barang atau jasa yang tidak memenuhi standar kualitas mutu.⁵ Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin meningkat dibutuhkan strategi penjualan yang tepat dengan tujuan agar dapat memenangkan persaingan bisnis tersebut. Hal ini membuat pelaku usaha untuk berlomba-lomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Salah satu strategi memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan maksimal yang dapat memuaskan konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Setiap pelaku usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan

⁵ Nur Fitriyani, "Analisis Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, Vol.13, Nomor 2, 2016, hal. 42.

sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Minat beli konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks, namun harus tetap menjadi perhatian pemasar. Minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Masing-masing stimulus tersebut dirancang untuk menghasilkan tindakan pembelian konsumen. Minat beli juga merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.⁶

Semakin banyaknya minimarket yang ada, maka akan terjadi persaingan didalam usaha bisnis ritel untuk mendapatkan konsumen antara yang satu dengan yang lain. Disamping itu mereka akan memberikan kemudahan dalam berbelanja serta berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar mereka merasa nyaman dan bisa menjadi konsumen tetap, demi kelangsungan perusahaan tersebut.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan masalah terkait kualitas pelayanan di Swalayan Awam

⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung : Alfabeta, cv, 2017), hal. 164-165.

Babat. Masalah tersebut terkait daya tanggap dari karyawan yang agak lambat dalam membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan seperti mengambil barang yang susah diambil oleh pelanggan dan keluhan tentang keinginan dari pelanggan yang ingin dilayani dengan baik. Selain dari hal tersebut kualitas pelayanan di Swalayan Awam sudah sangat baik seperti sarana dan prasarana yang nyaman, pelayanan yang sopan dan ramah, pemahaman karyawan tentang tugasnya, dan perhatian karyawan yang tulus dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan yang tertulis di halaman depan latar belakang masalah. Dengan ini peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Perusahaan Swalayan Awam Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)”**.

B. Fokus Penelitian

Dasar uraian konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian yang dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan dalam meningkatkan daya beli konsumen di Swalayan Awam Babat?
2. Apa saja problematika yang dihadapi dalam meningkatkan daya beli konsumen di Swalayan Awam Babat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana kualitas pelayanan dalam meningkatkan daya beli konsumen di Swalayan Awam Babat.

2. Untuk mendeskripsikan apa saja problematika yang dihadapi dalam meningkatkan daya beli konsumen di Swalayan Awam Babat.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Dengan batasan penelitian berfungsi untuk menghindari terlalu meluasnya masalah penelitian yang dibahas di dalamnya, maka dengan hal tersebut peneliti mempunyai batasan, yaitu penelitian ini hanya berfokus pada efektivitas kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Swalayan Awam yang mana usaha ini di bidang *retail*. Adanya penelitian ini diharapkan mampu mengetahui bagaimana efektivitas kualitas pelayanan yang diterapkan di Swalayan Awam.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka dari hasil penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan, manfaat atau nilai guna, baik manfaat dalam teoritisnya maupun manfaat dalam bidang praktisnya. Adapun hal-hal yang memberikan manfaat dari penelitian ini yang semua fenomena yang diangkat antara lain, seperti:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah pemikiran dan ide-ide terhadap pelaku bisnis swalayan awam agar dapat memaksimalkan kualitasnya untuk lebih baik dan bervariasi. Diharapkan penelitian ini dapat mempertahankan stabilitas penjualan dengan terfokus pada perkembangan pasar melalui kegiatan jual-beli.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman berharga, dapat memperluas pengetahuan dan meningkatkan kualitas diri serta menyumbangkan karya bagi masyarakat tentang efektivitas kualitas pelayanan dalam minat beli konsumen menurut prespektif ekonomi islam.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi pelaku usaha sebagai bahan informasi mengenai efektivitas pelayanan perusahaan ritel dalam meningkatkan daya beli produk ke masyarakat umum, terutama di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan.

c. Bagi Kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran dalam akademik sehingga dapat membantu meningkatkan upaya mengembangkan ilmu manajemen pemasaran guna meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai kualitas pelayanan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan penelitian secara mendalam yang

berkaitan dengan analisis kelengkapan produk, harga dan lokasi dalam meningkatkan minat beli konsumen di swalayan.

F. Penegasan Istilah

Agar pembaca mendapatkan pemahaman yang sama mengenai konsep yang terkandung dalam judul “Efektivitas Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pelaku Usaha di Swalayan Awam Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)”. Maka peneliti perlu memaparkan penegasan istilah secara konseptual maupun secara operasional yaitu sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Efektivitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahwa kata efektif mengandung arti pengaruh, akibat, efek, atau hasil. Sedangkan kata efektifitas adalah daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.⁷

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, mendefinisikan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat⁸. Pada penjelasan diatas sudah jelas yang dimaksud

⁷ Maila Niamas, <https://www.akuntansilengkap.com/ekonomi/pengertian-efektifitas-beserta-aspek-aspek-dan-contoh> (diakses pada 23 Januari 2022).

⁸ Kotler dan Keller, *manajemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal. 149.

kualitas pelayanan merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja atau tingkat kualitas.

c. Minat Beli

Minat beli (*purchase intention*) adalah kecenderungan sikap konsumen yang tertarik kemudian mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan sampai dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu.⁹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan peran yang sangat penting di dalam penelitian karena digunakan untuk memberikan sebuah batasan masalah pada suatu penelitian. Dari penegasan konseptual diatas yang dimaksud operasional yaitu bagaimana cara swalayan awam dapat meningkatkan minat beli konsumen di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan melalui Efektivitas kualitas pelayanan. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat pelaku usaha semakin banyak. Para pelaku usaha mempunyai tantangan untuk terus berusaha agar bisa bersaing dipasaran untuk mempertahankan kelangsungan usahanya tersebut. Dalam menghadapi persaingan pasar

⁹ Muchlisin Riadi, www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli. (diakses pada 22 Desember 2018)

para pelaku usaha di Swalayan Awam kecamatan babat kabupaten Lamongan melakukan pengembangan produk dengan cara menganalisis faktor apa yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kelemahan dan peluang yang ada untuk mempertahankan usahanya, dan juga untuk meningkatkan minat beli konsumen.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. Bagian awal terdiri dari halaman sampai luar, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
2. Bagian utama (inti), terdiri dari bab memiliki penjabaran masing-masing yaitu:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) Fokus masalah, (c) tujuan penelitian, ,(d) identifikasi penelitian dan batasan masalah (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, dan (g) sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan Pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Pada sebuah penelitian yang menggunakan metode kualitatif keberadaan teori yang baik dirujuk dari Pustaka atau dari penelitian terdahulu yang

digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan. Bab ini terdiri dari : (a) landasan teori (b) penelitian terdahulu (c) kerangka konseptual.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana dan dari mana data-data terkait penelitian diperoleh dan juga penjabaran mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini terdiri dari (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) Kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) Teknik pengumpulan data, (f) Teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang uraian data yang dijelaskan di topik yang sesuai permasalahan dan mendiskripsikan informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti dengan prosedur pengumpulan data yang sudah ditentukan. Bab ini terdiri dari: (a) uraian tentang paparan data yang berkaitan dengan informasi yang menggambarkan tempat penelitian, (b) temuan penelitian yang disajikan sesuai dengan perumusan masalah dan (c) hasil analisis data, hasil analisis data merupakan kesimpulan dari temuan penelitian.

BAB V Pembahasan

Pada bagian pembahasan menurut keterkaitan antara posisi temuan penelitian atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan

sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisis data secara jelas, serta adanya saran bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas jangkauan penelitian agar didapat data yang lebih akurat. Bab ini terdiri dari : (a) kesimpulan dan (b) saran.

3. Bagian akhir akan memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran yang diperlukan.