

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin pesat. Banyak sekali produk telah dihasilkan dengan teknologi, terobosan, dan strategi baru. Para pemilik usaha bersaing dalam pemberian mutu, pelayanan serta taraf kepuasan yang tinggi pada konsumen yang dapat mempertahankan posisi bisnis mereka untuk tetap bisa bertahan, dan konsumen tidak mudah berpaling. Oleh karena itu, perusahaan berupaya mendatangkan pelanggan yang loyal. Ketatnya persaingan di semua kategori menciptakan berbagai inovasi yang semakin memberikan identitas tersendiri bagi perusahaan.

Dalam perjalanannya, tidak semua bisnis akan berjalan dengan lancar. Perusahaan akan menemui hambatan dan kendala yang mungkin diluar rencana yang sudah ditentukan. Dalam setiap bisnis lambat laun akan memunculkan rival. Globalisasi telah mengubah perspektif dunia melakukan bisnis baik dalam arti positif atau lebih buruk. Awal mula berjalannya globalisasi tidak bisa dihentikan. Selain itu juga menjadi tantangan bagi para pebisnis atau individu tentang bagaimana cara bertahan hidup di dalam era gobalisasi, dan bagaimana cara mengolahnya serta mengambil manfaatnya.²

² Sandro Christian, *“Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian: peran minat beli sebagai variabel moderating”*, Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, Vol.1,No.2,2018,hlm.10

Kemampuan membangun strategi menjadi penentu pengembangan pada suatu perusahaan. Strategi mengharuskan perusahaan untuk memandang kedepan dan membentuk perusahaan yang proaktif. Strategi bisa membantu perusahaan dalam memberikan kesadaran tentang arah dan tujuan perusahaan. Selain itu juga bisa menjaga kesinambungan perusahaan serta memudahkan dalam memberikan tanggung jawab dan proses kepemimpinan yang efektif. Beberapa langkah-langkah dalam strategi, diantaranya yaitu meyelaraskan kepentingan perusahaan dan kepentingan para individu yang mempunyai tanggung jawab di perusahaan (*stakeholder*), merumuskan dan menyusun strategi lalu dimulai dari menyusun visi misi.

Selanjutnya menyusun rencana strategi dan mengimplementasikan strategi yang sudah disusun.³ Setiap perusahaan mempunyai upaya pengembangan perusahaan. Besar kecilnya perusahaan masing-masing harus memiliki strategi. Manajemen strategi merupakan langkah-langkah tindakan dan keputusan yang disusun guna mencapai tujuan perusahaan. Maka dari itu manajemen strategi berperan besar dalam pengambilan keputusan berjangka panjang.⁴

Strategi pada dasarnya merupakan rencana untuk mencapai tujuan. Namun, alih-alih berfungsi sebagai panduan untuk mencapai tujuan itu diubah untuk meningkatkan taktik dan operasi. Perusahaan biasanya selalu

³ AB Susanto, "*Manajemen Strategik Komprehensif*", (Jakarta:Penerbit Erlangga),2014, hlm. 11-12

⁴ M. Suyanto, "*Strategic Management Global Most Admired Companies*", (Yogyakarta: CV Andi Offset), 2007, hlm.10

berusaha agar mencapai tujuan serta sasaran dalam persaingan yang semakin ketat. Besarnya total keuntungan perusahaan diukur dengan pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan yang tepat. Pencapaian tujuan dan sasaran suatu perusahaan hanya mungkin terjadi jika perusahaan tersebut memiliki landasan yang kuat. Selain itu, berhasilnya perusahaan ditentukan oleh kemampuan dari pemimpin perusahaan dalam menentukan cara yang sesuai dalam meluncurkan dan mempertahankan komunitas dengan memilih struktur organisasi internal yang sesuai. Strategi yang ditetapkan oleh eksekutif perusahaan didasarkan pada pemikiran strategis dan pengalaman yang diperoleh dari lingkungan yang selalu berubah.⁵

Pertumbuhan bisnis terjadi secara sistematis yang menguntungkan semua bisnis. Di zaman sekarang perubahan teknologi dan variasi produk menjadi pengaruh besar dalam perkembangan suatu perusahaan. Banyak rintangan harus dijalani seperti batas wilayah yang dan batas persaingan yang terbuka yang membuat aktivitas ekonomi bersumber pada persaingan global, dan pelaku bisnis kuatlah yang akan jadi pemenang serta bisa bertahan. Teknologi yang berkembang cepat dan persaingan yang tinggi menjadi acuan untuk perusahaan dalam melakukan inovasi produk. Hal ini bisa meningkatkan kinerja bisnis di suatu perusahaan.

Kunci pokok perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya terletak pada kinerja bisnis pada perusahaan. Banyak sekali hal yang mempengaruhi kinerja bisnis di sebuah perusahaan, contohnya adalah

⁵ Sofjan Assauri, "*Stratec Management*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 2018, hlm. 9

inovasi produk. Inovasi produk menjadi satu dari sekian banyak dampak perubahan teknologi dan ragam variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja suatu perusahaan. Inovasi yang tinggi, baik itu inovasi proses ataupun inovasi produk bisa memmpa perusahaan dalam terciptanya kualitas suatu produk. Produk yang unggul dalam bersaing yang bisa berdampak pada kinerja perusahaan. Dalam persaingan industri inovasi menjadi faktor penentu dan menjadi senjata yang tangguh untuk menghadapi persaingan.

Inovasi dapat dilakukan secara luas dan variasi dengan berbagai macam cara. Inovasi yaitu pemberian solusi baru yang dapat memberikan nilai pada pelanggan. Inovasi sebagai fenomena psikologi dan sosial budaya, kedua aspek tersebut bisa dijadikan kunci keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Fokus utama dalam menciptakan inovasi adalah menciptakan gagasan baru, yang bisa diimplementasikan pada suatu produk, atau proses baru pada suatu bisnis. Selain itu, tujuan utama inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai dari pelanggan dan berharap inovasi dari perusahaan berhasil. Inovasi dapat dilihat dari dua perspektif: strukturalis dan proses. Pendekatan strukturalis menganggap inovasi sebagai satu kesatuan dengan parameter tetap seperti teknologi dan praktik manajemen, sedangkan pendekatan proses mengakui inovasi sebagai proses kompleks yang seringkali melibatkan berbagai kelompok sosial dalam perusahaan..

Lebih khusus lagi, inovasi didefinisikan sebagai komponen masyarakat organisasi yang mengungkapkan tingkat inklusivitas terhadap ide-ide baru. Garis kontinum, yang mewakili tingkat inovasi yang rendah dan mengidentifikasi individu atau unit di perusahaan yang lemah dalam menerapkan inovasi, dapat digunakan untuk mengukur tingkat inovasi. Tingkat inovasi yang tinggi, sebaliknya menunjukkan kuatnya posisi individu atau unit dalam mempersiapkan inovasi di suatu perusahaan. Dalam mengimplementasikan setiap inovasi di perusahaan tidak bersifat konstan pada setiap jenis inovasi.⁶

Keunggulan bersaing bisa diraih dengan menjaga nama baik dan mengembangkan citra perusahaan. Citra perusahaan merupakan asset penting bagi perusahaan sehingga harus diciptakan, dipelihara dan dikembangkan. Dalam pengertian yang sudah dijelaskan, tentu perusahaan mempunyai strategi-strategi untuk mempertahankan bisnisnya. Sehingga memunculkan daya saing yang tinggi karena perusahaan mempunyai citra yang baik bagi konsumen. Jika konsumen sudah mempunyai kesan yang baik dan konsumen cukup puas dengan kualitas dan servis yang diberi maka akan memiliki loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Berdasarkan fenomena diatas menciptakan ketertarikan bagi peneliti untuk meneliti Coffe Shop Lavost sebagai studi penelitian. Coffe Shop Lavost juga baru beroperasi beberapa bulan belakangan ini, dan memiliki banyak peminat dan konsumen. Sehingga peneliti tertarik untuk

⁶ Sri Hatini, "*Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis*", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.14, No.1, 2012, hlm. 82

menganalisis strategi pelayanan apa saja yang digunakan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Peneliti beranggapan bahwa Coffe Shop Lavost dituntut untuk selalu memiliki strategi dan citra perusahaan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing, sehingga memunculkan minat peneliti untuk menggali lebih lanjut dan lebih luas mengenai strategi untuk menciptakan keunggulan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian skripsi ini berjudul **“Analisis Strategi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Perusahaan Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada Coffe Shop Lavost di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”**.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi untuk menciptakan keunggulan pada Coffe Shop Lavost ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi untuk menciptakan kepuasan di Coffe Shop Lavost ?
3. Bagaimana cara mengatasi hambatan dalam pelayanan Coffe Shop Lavost ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, peneliti menyatakan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi dalam menciptakan kualitas pelayanan pada Coffe Shop Lavost.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menerapkan strategi untuk menciptakan kepuasan pelanggan Coffe Shop Lavost.
3. Untuk mengetahui cara mengatasi hambatan dalam pelayanan Coffe Shop Lavost.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Berdasarkan penyusunan skripsi ini telah ditentukan identifikasi penelitian dan batasan masalah agar tidak diluar topik pembahasan sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi sehingga menciptakan kualitas pelayanan pada Coffe Shop Lavost. Selain itu, peneliti juga menggali lebih luas lagi mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi dalam menciptakan kualitas pelayanan perusahaan pada Coffe Shop Lavost.

2. Batasan Masalah

Diperlukan adanya batasan masalah supaya dalam praktek penelitian secara langsung serta penyusunan secara ilmiah dapat

dimengerti dengan mudah. Oleh karena itu, penulis membatasi mengenai analisis strategi menciptakan pengaruh kualitas pada Coffe Shop Lavost di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan, antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharap bisa menjadi tambahan wawasan ilmu pengetahuan dalam jurusan manajemen bisnis syariah yang didapatkan dibangku kuliah dan melengkapi teori yang ada dengan kegiatan praktik secara langsung pada lapangan mengenai analisis strategi pengaruh kualitas pelayanan dalam terciptanya loyalitas pelanggan pada Coffe Shop Lavost di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Penelitian ini diharap agar diaktualisasikan Coffe Shop Lavost sebagai pertimbangan dalam melakukan strategi pengaruh kualitas layanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, dapat mempertimbangkan solusi-solusi dari faktor penghambat

penerapan strategi pengaruh kualitas layanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan para ilmuwan untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang strategi yang mempengaruhi kualitas layanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, dapat menjadi tambahan referensi kajian pustaka.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mengenai strategi pengaruh kualitas layanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan diharapkan bisa menjadi tambahan referensi sebagai penelitian dengan topik atau permasalahannya sama tetapi pada perusahaan yang berbeda.

F. Penegasan Istilah

Supaya pembaca lebih mudah dalam memahami judul “Analisis Strategi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Perusahaan Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada Coffe Shop Lavost di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”, maka penulis memberikan penegasan istilah dalam judul sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Strategi

Strategi mendeskripsikan arah yang akan dituju oleh perusahaan. Perusahaan mengembangkan strateginya dengan menyelaraskan kompetensi inti dengan peluang industri. Manajemen menggunakan strategi untuk menilai kekuatan dan kelemahan yang terkait dengan peluang dan ancaman lingkungan, menetapkan strategi, dan menyeimbangkan kompetensi inti perusahaan dengan peluang lingkungan. Strategi tingkat perusahaan adalah tentang berada di tengah-tengah bauran bisnis yang tepat. Tujuan utama dari salah satu taktik yaitu untuk membangun keunggulan kompetitif. Sebuah perusahaan dapat mencapai keunggulan ketika dapat memanfaatkan peluang di bidang yang dapat menarik keuntungan perusahaan.⁷

b. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan dipilih untuk kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas sangat berpengaruh pada suatu perusahaan karena kualitas bisa memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan kesesuaian antara produk dengan kebutuhan konsumen.⁸

c. Loyalitas

⁷ Dr. Mgs. H. Nazarudin, MM, *“Manajemen Strategik*, (Palembang: NoerFikri), 2018, hlm. 6

⁸ Sri hatini, *“Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis”*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.14, No.1, 2012, hlm. 83

Loyalitas menjadi faktor paling penting bagi perusahaan karena berhubungan dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen perusahaan dalam berbisnis dengan konsumen. Loyalitas terjadi karena konsumen merasa puas karena kebutuhannya merasa terpenuhi secara baik, misalnya konsumen membeli suatu produk dan dilakukan secara berulang-ulang.⁹

d. Kepuasan

Kepuasan adalah efek yang dirasakan pembeli ketika produk yang di beli melebihi standar pemakai. Jika kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi maka kepuasan konsumen juga akan terpenuhi. Selain itu, kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang dirasakan konsumen yang muncul setelah membandingkan hasil dan kinerja produk sesuai.¹⁰

2. Secara Operasional

Secara operasional pada penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Perusahaan Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada Coffe Shop Lavost di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung” menjelaskan bagaimana strategi menciptakan

⁹ Yayuk Yuliana, “Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Fakultas Ekonomi Umn Al Washliyah Medan T.A 2013/2014”, Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humanior, Vol.2, No.2, 2017, hlm. 319-320

¹⁰ Nikie Hartadi, Nur Elfi Husda, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam”, Jurnal EMBA, Vol.8, No.3, 2012, hlm. 36

pengaruh kualitas pada Coffe Shop Lavost. Selain itu, untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi sangat diperlukan dalam memaparkan hasil penelitian supaya penulisan bisa dipahami oleh semua pihak. Adapun susunan penulisan skripsi yaitu sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Di bab ini penelitian ini memberikan deskripsi isi penelitian. Karenanya bagian ini menjelaskan latar belakang, bidang masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, identifikasi masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan prosedur penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini Peneliti mendeskripsikan penelitian atau melakukan tinjauan pustaka terhadap buku yang berisi teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Selanjutnya, pada bagian ini peneliti memaparkan temuan penelitian dan teori-teori dari penelitian-penelitian sebelumnya. Bagian ini berisi kajian-kajian teoritis serta penelitian-penelitian sebelumnya.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian yang meliputi lokasi penelitian, jenis penelitian, keberadaan peneliti, sumber data dan data, prosedur pengumpulan, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahapan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti memaparkan data-data yang didapat dan disajikan dengan topik-topik yang sudah ditanyakan dalam rumusan masalah. Peneliti menjelaskan hasil padapada Coffe Shop Lavost Di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Paparan data yang dijelaskan pada bagian ini didapat melalui pengamatan langsung di lapangan atau lokasi penelitian dengan metode pengumpulan data sesuai prosedur yang sudah ditentukan.

Bab V pembahasan

Pada bagian ini, peneliti berbicara tentang temuan penelitian dan bagaimana mereka berhubungan dengan teori yang diungkapkan sebelumnya. Penulis membahas bukti penelitian yang dijelaskan sebelumnya sesuai dengan rumusan masalah.

Bab VI Penutup

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan atas hasil yang sudah diperoleh atau yang sudah dijelaskan. Selain itu penulis juga memberikan saran.