

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, suatu perusahaan dikatakan memenangkan persaingan jika dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Standart kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menghadapi persaingan dalam dunia bisnis saat ini. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang membentuk minat membeli atau menggunakan kembali suatu produk. Artinya semakin baik bentuk pelayanan yang diberikan dan didukung oleh tingkat kepuasan yang tinggi tentunya akan membentuk loyalitas pada konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>2</sup> Maka dari itu dalam usaha perlu adanya kualitas pelayanan yang baik agar konsumen yang datang atau membeli merasa senang dan nyaman. Konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman yang telah berlalu sebelumnya, dan pada dasarnya konsumen membandingkan

---

<sup>2</sup>Alit Sarino. “Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Pengelolaan Service Quality (Servqual)”, Jurnal Manajerial. Vol. 9, No. 17. (FBEB UPI Bandung, 2010), hlm. 19.

antara pelayanan yang dipersiapkan dan pelayanan yang diharapkan, dan jika seandainya pelayanan yang dipersiapkan atau diperoleh berada dibawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen akan menjadi kecewa.<sup>3</sup>

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan dari berbagai pihak, tetapi murni timbul dari kesadaran diri melalui tahapan yang pernah dilalui. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta agar tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Dengan demikian loyalitas pelanggan dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan pembelian kembali untuk (produk) atau pengulangan kunjungan untuk (jasa layanan) yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya setelah mengkonsumsi atau merasakan produk maupun jasa tersebut.<sup>4</sup>

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Usaha yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Dalam rangka

---

<sup>3</sup> Adisucipto, Gunawan. 2010. “*Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*”. (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.), hlm. 34.

<sup>4</sup> Hermanto, *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya, 2019), hlm. 26.

memenangkan persaingan bisnis, mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada, maka suatu bisnis dituntut untuk mempunyai kemampuan mengadaptasi strategi usahanya dan lingkungan yang terus-menerus berubah. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan pelanggan yang semakin beraneka-ragam dan terus-menerus berubah.

Di zaman yang semakin maju ini, semakin marak penjual dan persaingan usaha semakin ketat. Kemajuan ini dapat dilihat dengan adanya berbagai macam toko yang menyediakan segala jenis kebutuhan, termasuk peralatan rumah tangga. Semakin banyak permintaan konsumen akan peralatan rumah tangga untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari menyebabkan bisnis ini banyak ditemukan diberbagai tempat. Peralatan rumah tangga merupakan kebutuhan sekunder, dimana menjadi salah satu kebutuhan mendasar dalam rumah tangga. Seorang ibu rumah tangga membutuhkan panci, wajan, tungku, dan perabotan lainnya untuk memasak, anggota yang lain membutuhkan piring dan sendok untuk alat makan. Maka dari itu tidak dapat dipungkiri bahwa kita membutuhkan berbagai peralatan rumah tangga guna menunjang kehidupan sehari-hari.

Menurut pengamatan yang telah dilakukan, Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat merupakan salah satu dari sekian banyak toko yang menyediakan berbagai peralatan rumah tangga yang terletak di Desa Gandusari, Kabupaten Blitar. Terdapat banyak kompetitor dengan toko yang lebih luas

serta peralatan yang disediakan lebih beragam. Namun Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat bisa bertahan di era gempuran persaingan bisnis yang semakin ketat serta memiliki pelanggan yang loyal. Melihat fenomena yang telah dipaparkan, penulis sangat tertarik untuk menyelami lebih dalam lagi tentang pentingnya mempertahankan loyalitas konsumen dalam menjalankan suatu usaha agar mencapai tujuan yang diharapkan, meningkatkan daya saing dan keberlangsungan sebuah usaha agar memperoleh hasil yang maksimal.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan diatas mendorong penulis melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pelayanan Guna Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat Di Desa Gandusari Kabupaten Blitar”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan oleh Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat?
2. Bagaimana efektivitas strategi pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pelayanan yang diterapkan oleh Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat.

2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas strategi pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Sebagaimana yang diuraikan penulis mengenai tujuan penelitian yang telah ditulis sebelumnya, maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi penelitian dalam bidang pelayanan yang dilakukan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi pengembang ilmu pengetahuan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbang fikiran dalam pengembangan ilmu ekonomi dalam bidang wirausaha khususnya pada strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Usaha Yang Diteliti**

Dengan mengetahui analisis yang dilakukan, diharapkan pelaku bisnis dapat mengetahui bagaimana strategi pelayanan perusahaan yang baik dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu dapat pula sebagai masukan dan evaluasi dalam mengelola dan meningkatkan usaha serta manajemennya dapat berjalan sesuai apa yang diinginkan.

###### **b. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan terjun langsung kelapangan dan memberikan pengalaman belajar serta menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam dalam bidang wirausaha.

### **E. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah, dengan kata lain definisi konseptual, berfungsi untuk memberikan dan memperjelas arti atau makna istilah yang diteliti, secara konseptual atau menurut kamus kebahasaan, agar tidak salah paham terhadap masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, menjelaskan beberapa istilah yang terkait dengan masalah yang diselidiki antara lain :

#### 1. Strategi

Pengertian strategi secara umum dapat diartikan sebagai usaha seorang individu atau kelompok untuk membuat suatu rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan kata lain, strategi adalah seni di mana individu atau kelompok dapat menggunakan bakat dan sumber daya mereka untuk mencapai tujuan melalui langkah-langkah yang dianggap efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

#### 2. Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini diharapkan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha

melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan apapun yang dibutuhkan seseorang.

### 3. Loyalitas

Loyalitas merupakan sikap yang baik bila diterapkan dalam kehidupan sosial. Loyalitas adalah bagian penting dari hubungan organisasi, kelompok atau interpersonal. Inti dari kesetiaan adalah kesetiaan dan pengabdian. Loyalitas adalah sebuah konsep yang berkaitan dengan dedikasi dan komitmen kepada orang lain. Bentuk loyalitas adalah rasa hormat dan kepercayaan.

### 4. Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang dalam aktivitasnya melakukan pembelian dan penggunaan secara terus menerus suatu produk, baik barang maupun jasa. Pelanggan atau pengguna produk adalah orang-orang yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan badan usaha. Pelanggan merupakan pihak yang dibutuhkan setiap perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan perusahaan. Tanpa pelanggan, perusahaan tidak dapat berkembang, meskipun terancam bangkrut.

### 5. Peralatan Rumah Tangga

Peralatan rumah tangga merupakan sebuah perangkat yang berfungsi untuk membantu aktivitas yang dilakukan dirumah, seperti memasak dan membersihkan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar sistematika pembahasan penelitian ini dapat dijabarkan dalam ulasan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan yang terakhir sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

Berisi kajian pustaka tentang teori strategi pelayanan dan kajian penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan tema yang sama serta kerangka konseptual.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan pengecekan keabsahan temuan.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini memuat tentang pemaparan data, hasil temuan penelitian, analisa data. Menguraikan Strategi Pelayanan Guna Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Peralatan Rumah Tangga Manfaat.

### **BAB V : PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pengolahan dari data-data yang telah diperoleh peneliti. Dalam pembahasan ini semua permasalahan



yang diangkat peneliti akan terjawab berdasarkan fakta, opini, serta kajian teori yang relevan.

## BAB VI : PENUTUP

Penutup memuat tentang kesimpulan dan saran yang dihasilkan dari keseluruhan pembahasan yang telah dipaparkan. Dilengkapi dengan daftar pustaka.