

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang semakin kuat di sektor industri saat ini, mengakibatkan persaingan bisnis ritel di Indonesia semakin ketat karena populasi penduduk semakin padat, setiap wilayah membutuhkan konsumsi makanan minuman dan berbagai peralatan untuk kebutuhan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu ekonomi yang berkembang dapat mengubah masyarakat, selain itu globalisasi memainkan peran dalam mempengaruhi gaya hidup masyarakat, yang menyebabkan meningkatnya permintaan barang dan jasa diantaranya adalah terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke *retailer* (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara mengembangkan bisnis ritel.

Jumlah Indeks Penjualan Ritel di Indonesia, dimana Bank Indonesia (BI) mensurvei Indeks Penjualan Ritel Nasional mencapai level 249,9 pada April, rekor tertinggi sejak awal *pandemic Covid-19*. Dimana IPR adalah Indikator Konsumsi Rumah tangga yang dipantau melalui penjualan ritel (eceran). Saat angka IPR naik di asumsikan meningkat, yang mengindikasikan pula adanya kenaikan konsumsi masyarakatnya dan sebaliknya jika angka IPR turun maka penjualan ritel dan konsumsi masyarakat berkurang, menyusun IPR berdasarkan hasil survei dikalangan pedagang ritel dipasar modern (*supermarket* dan *hypermarket*) serta pasar tradisional. Dimana angka IPR pada April 2023 tumbuh 1% di banding April 2022 (*year-on-*

year/yoy), sekaligus mencapai level tertinggi sejak awal 2020. Peningkatan penjualan retail pada April 2023 dipengaruhi momen Ramadhan dan Lebaran, strategi promosi seperti potongan harga dari pedagang retail, serta kelancaran distribusi barang dalam negeri. Peningkatan penjualan eceran terjadi pada mayoritas kelompok barang, terutama kelompok peralatan informasi dan komunikasi subkelompok sandang, serta kelompok makanan, minuman dan tembakau (*databoks*).

Pada perkembangannya, kini bisnis ritel di Indonesia mulai *bertransformasi* dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia semakin meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari kemunculan beberapa pelaku bisnis ritel yang membuka cabang diberbagai wilayah di Indonesia seperti *alfamart, supermarket, hypermarket*, swalayan grosir ecaran dan lain sebagainya berdiri ditempat-tempat yang dicari oleh masyarakat, karena kebutuhan tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia. Namun untuk membuat calon konsumen mengambil keputusan bukan hal yang mudah, mengingat bahwa calon konsumen datang mempunyai tujuan yang berbeda, mulai dari hanya melihat-lihat atau khusus berbelanja kebutuhan mereka. Maka dari itu berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menyaring konsumen (Lianardi & Chandra, 2019).

Saat ini di Provinsi Sumatera Utara kebutuhan akan manusia akan terus meningkat dan bahkan perusahaan ritel di Sumatera Utara berlomba-lomba meningkatkan bisnis mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini bisnis ritel berkembang dengan cepat, terutama di Kecamatan Selesai dimana jumlah

penduduk disana mencapai ±73.838 yang membuat pertumbuhan bisnis ritel di Kecamatan Selesai semakin pesat. Dengan tumbuhnya bisnis ritel di kecamatan selesai tentunya juga meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi pengangguran, namun disamping itu bisnis ritel juga dihadapi berbagai tantangan yang perlu dihadapi, bisnis ritel seperti Toko Swalayan ini dihadapkan pada tingkat persaingan yang tinggi, dimana pelaku bisnis ritel meningkatkan produksi dan konsumsi sekaligus meningkatkan kualitas layanan dan suasana toko yang nyaman dan aman, serta tidak adanya perbedaan harga dirak dan harga setelah bayar oleh karena itu ketidakpuasan konsumen akan muncul jika tidak dikelola dengan baik, jika pelanggan merasa tidak puas mereka akan cenderung beralih ke Toko Swalayan yang lain.

Seiring dengan perkembangannya perusahaan bisnis ritel di Kecamatan Selesai perlu lebih kreatif dan inovatif untuk menciptakan nilai jasa pelayanan dan suasana toko, dengan kata lain Toko Kenzie Swalayan harus mampu menawarkan barang dan jasa yang jauh lebih baik serta lingkungan toko yang aman dan nyaman dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan Toko Kenzie Swalayan adalah upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Ha & Jang, (2010) kepuasan konsumen merupakan respon pemenuhan konsumen, sejauh mana tingkat pemenuhan itu menyenangkan atau tidak menyenangkan, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan mencerminkan dampak kinerja penyediaan layanan terhadap keadaan perasaan pelanggan, beberapa faktor yang dapat mendorong tanggapan positif konsumen yaitu karakteristik produk, layanan, dan konsumen serta kualitas, rasa, kesehatan, kesegaran, sertifikasi organik, dan harga (Tiganis et al., 2023)

Penelitian melakukan subjek penelitian pada “ Toko Kenzie Swalayan” beralamat padang cermin kecamatan selesai kabupaten langkat, sumatera utara, pada penelitian ini memiliki permasalahan pada kepuasan yaitu berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap 20 konsumen Toko Kenzie, bahwa terdapat banyak keluhan dan kekecewaan dari konsumen terutama tentang adanya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan seperti kasir yang kurang teliti, karyawan yang tidak ramah dan cetus, bukan hanya kualitas pelayanan yang mendapatkan kritik dari konsumen, tetapi juga *store atmosphere* dan harga dimana *store atmosphere* yang kurang nyaman dimana tata letak produk yang tidak baik, serta adanya perbedaan harga dirak dan setelah bayar, kemudian konsumen memberikan kritikan secara tidak langsung melalui media sosial seperti facebook dan ulasan google sumber: Nicolocal.id.



Sumber : Manajemen Toko Kenzie Swalayan

Gambar 1.1 Data Jumlah Konsumen Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat

Dilihat dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada toko Kenzie Swalayan selama satu tahun terakhir mengalami penurunan. Oleh karena itu

berdasarkan data pada gambar diatas yang diperoleh penulis dari pihak Toko Kenzie Swalayan menjadi salah satu alasan yang membuat penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung pada Toko Kenzie swalayan. Ada banyak faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah konsumen setiap tahunnya pada Toko Kenzie Swalayan, salah satunya ialah faktor yang berkaitan pada kepuasan yang dirasakan konsumen setelah berkunjung membeli di Toko Kenzie Swalayan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sering menjadi faktor utama yang harus diperhatikan saat seseorang membeli sesuatu karena layanan yang baik dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membeli barang. Kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya dalam memenuhi harapan konsumen (Kaharuddin et al., 2022). Dengan demikian kepuasan konsumen akan tercapai jika perusahaan bisa memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dikarenakan berhasilnya sebuah perusahaan jasa dalam mencapai selera konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, apabila kualitas pelayanan menurun konsumen dapat merasa tidak nyaman, jika kualitas layanan buruk tidak ditingkatkan konsumen dapat meninggalkan toko swalayan dan beralih ketoko lain. Karena kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang membentuk fungsi dengan memberikan peralihan yang diperlukan konsumen agar pelayanan menganjukan nilai individu bagi konsumen (Septian & Saputra, 2020). Oleh karena itu, perusahaan yang berorientasi jangka panjang terus memberikan layanan terbaik kepada konsumennya, karena kualitas jasa

merupakan satu hal yang penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan terutama dalam era persaingan dan meningkatkan keuntungan (Nasrul Efendi et al., 2023).

Terkait dengan kualitas pelayanan ditemukan permasalahan terkait dengan keluhan pada kasir yang sering melakukan kesalahan dalam menghitung total belanjaan, memberikan kembalian yang salah, atau tidak memindai semua barang dengan benar. Disisi lain konsumen merasa bahwa karyawan Toko Kenzie tidak bersikap ramah atau membantu. Beberapa karyawan bahkan dianggap bersikap kasar atau tidak sopan terhadap pelanggan

Selain kualitas pelayanan, *store atmosphere* juga merupakan elemen penting yang perlu dihadirkan oleh bisnis ritel. Suasana toko yang nyaman dan aman akan mendorong dan membangkitkan rasa puas konsumen terhadap penawaran produk perusahaan. *Store atmosphere* merupakan karakteristik unik dan berbeda yang dimiliki satu toko dengan tujuan untuk mengembangkan citra toko, menarik pelanggan agar mengunjungi dan merasakan kenyamanan ditoko tersebut (Sambara et al., 2021). *Store atmosphere* yang baik akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang memberikan kesan yang positif, dengan melibatkan panca indera konsumen seperti sentuhan, penciuman, pendengaran, penglihatan, dan penata *interior* yang tepat dapat menghasilkan kepuasan konsumen, oleh karena itu desain dan dekorasi memainkan peran penting dalam penciptaan tontonan (Dokcen et al., 2021). Karena suasana toko juga merupakan suasana yang telah direncanakan oleh pemilik toko sesuai dengan pangsa pasar dan dapat menarik pelanggan untuk berkunjung (Nasrul Efendi et al., 2023). Konsumen menginginkan suasana berbelanja yang menyenangkan, sehingga

mengharuskan pengecer untuk merumuskan desain baru, untuk membuat suasana dan suasana toko mereka yang lebih menarik (Ndengane et al., 2021).

Permasalahan umum yang ditemukan pada Store atmosphere diantaranya Produk-produk di dalam toko tidak disusun dengan baik, sehingga menyulitkan konsumen untuk menemukan barang yang mereka butuhkan. Hal ini menyebabkan pengalaman berbelanja menjadi tidak nyaman dan membingungkan serta suasana toko dianggap tidak nyaman oleh konsumen. Faktor-faktor seperti pencahayaan yang buruk, kebersihan yang kurang terjaga, dan kondisi toko yang tidak rapi menjadi penyebab utama ketidaknyamanan ini.

Harga juga berkaitan erat dengan kepuasan konsumen dalam upaya penargetan dan upaya menarik konsumen. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel (Rezky & Syafar, 2023). Menurut Vivian & Box, (2017) ritel perlu memahami perilaku konsumen dengan strategi penetapan harga dengan memberikan layanan yang rendah untuk penggunaan layanan, karna pelanggan mempertimbangkan harga ketika memutuskan untuk menggunakan produk maupun layanan, oleh karenanya harga termasuk hal utama yang dipertimbangkan bagi penjual untuk menjual barangnya, Terutama digunakan dalam jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen atas atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen atas manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk layanan (Effendy & Hidayat, 2019)

Adanya berbagai keluhan mengenai Toko Kenzie Swalayaan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat baik secara langsung maupun melalui media sosial, menjadi dasar masalah yang diangkat dalam penelitian ini untuk dicari penyebab masalah tersebut. Masalah ini memerlukan adanya sebuah tanggapan evaluasi yang baik dari pihak toko Kenzie swalayan agar bisa tetap unggul di tengah persaingan usaha yang ketat.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat ?
2. Apakah *Store Atmosphere* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat ?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat Kecamatan Selesai.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kenzie Swalayan Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini di harapkan bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi pemilik toko swalayan Kenzie diharapkan dapat membantu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan *store atmosphere*, Harga terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Menjadi referensi dan acuan serta landasan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan wawasan pengetahuan yang telah diperoleh penulis selama masa perkuliahan khususnya mengenai manajemen pemasaran dan sebagaimana pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.
- b. Bagi akademis, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan atau melanjutkan penelitian yang berkaitan dengan judul.