

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pusat perbelanjaan kini semakin banyak bermunculan di kota-kota besar, mempermudah kehidupan masyarakat urban. Dengan berbagai gerai dalam satu lokasi, konsumen memiliki kebebasan untuk memilih toko mana yang akan mereka kunjungi. Hal ini menjadi keuntungan bagi masyarakat, terutama karena mereka dapat mengakses berbagai produk dengan mudah. Dalam konteks distribusi barang, ritel memainkan peran penting karena memungkinkan pelanggan berinteraksi langsung dengan produk yang ditawarkan.

Industri ritel didefinisikan sebagai sektor yang menjual barang dan jasa dengan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan individu, keluarga, atau konsumen akhir. Kehadiran ritel modern sangat sesuai dengan pola belanja masyarakat, terutama mereka dari kelas menengah ke atas yang cenderung menghindari keramaian pasar tradisional yang sering kali kurang terorganisir. Ritel modern menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien, sehingga semakin diminati oleh konsumen. Menurut Soliha (2008), perkembangan industri ritel ini tidak dapat dihindari, meskipun ada kekhawatiran bahwa pertumbuhan ritel modern dapat mengancam keberadaan pasar tradisional. Ritel modern memiliki berbagai keunggulan, seperti kenyamanan, kualitas layanan, dan beragam pilihan produk, yang membuatnya lebih menarik bagi konsumen. Akibatnya, pasar tradisional bisa kehilangan daya saing dan terancam tergeser oleh kehadiran ritel modern

Dalam menghadapi meningkatnya persaingan dan jumlah kompetitor, perusahaan ritel perlu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk tetap unggul, mereka harus berusaha memenuhi ekspektasi konsumen dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing. Seperti yang diungkapkan oleh (Hariaji, 2019)., pelayanan yang memuaskan merupakan kunci untuk memenangkan persaingan di industri ritel yang semakin kompetitif.

Tabel 1.1 Indikator Standar Pelayanan

No	Indikator	Standar Pelayanan
1	Keandalan (Realibility)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi janji 2. Melakukan pekerjaan dengan tepat waktu 3. Menjaga keakuratan informasi 4. Menjaga konsistensi kualitas layanan
2	Ketanggapan (Responsivess)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempermudah akses terhadap layanan 2. Memberikan respon yang cepat 3. Menyediakan layanan yang mudah digunakan 4. Menunjukkan sikap yang ramah dan Sopan
3	Kepercayaan (Assurance)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki karyawan yang kompeten 2. Memiliki reputasi yang baik 3. Memberikan jaminan keamanan dan privasi data peanggan 4. Menjaga kerahasiaan informasi Pelanggan
4	Empati (Empathy)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan rasa peduli terhadap pelanggan 2. Memahami situasi dan kondisi pelanggan 3. Memberikan solusi yang tepat atas permasalahan pelanggan 4. Membangun hubungan yang baik

		dengan pelanggan
5	Bukti Fisik (Tengibles)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki penampilan yang rapi dan profesional 2. Menyediakan fasilitas yang memadai 3. Menjaga kebersihan dan kerapian lingkungan 4. Memberikan layanan yang mudah di Akses

Sumber: Kotler (2016)

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk tetap unggul di pasar. Mereka harus berupaya memenuhi ekspektasi pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Hanya perusahaan yang mampu menawarkan layanan unggul yang akan berhasil menguasai pasar. Kualitas layanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan, dan kualitas inilah yang mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan hubungan yang erat, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengalaman yang lebih positif dan meminimalkan pengalaman negatif. Kualitas layanan menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (Poluan, 2017).

Pelanggan yang puas dengan layanan yang diterima cenderung akan kembali dan mungkin juga akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, layanan yang diberikan harus memenuhi standar kualitas yang mencakup lima dimensi utama: keandalan, keamanan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Memastikan layanan memenuhi standar ini memungkinkan

perusahaan untuk membina hubungan positif dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mendorong loyalitas (Ilmi, 2022).

Kualitas produk dan layanan yang baik adalah dua faktor yang tidak dapat dipisahkan. Kualitas produk yang tinggi harus didukung oleh sistem layanan yang responsif dan membantu. Pelanggan yang puas dengan pengalaman mereka cenderung meningkatkan permintaan terhadap produk, yang pada gilirannya meningkatkan omset penjualan. Sebaliknya, jika pelanggan tidak puas, permintaan terhadap produk akan menurun, yang dapat berdampak negatif pada penjualan. Ketidakpuasan pelanggan tidak hanya mengurangi penjualan tetapi juga dapat merusak reputasi perusahaan jika pelanggan menyebarkan pengalaman negatif mereka kepada orang lain. Kualitas pelayanan mencakup berbagai ciri dan karakteristik produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan. Selain itu, Sari juga menekankan bahwa kualitas pelayanan melibatkan cara melayani pelanggan dengan sikap yang baik, seperti kecepatan, ketepatan, dan kepedulian terhadap pelanggan, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan konsumen (Sari, 2022).

Dalam industri ritel, terutama pada *Best Meat* Japfa Palembang, kualitas layanan menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan. Toko ini menyediakan berbagai produk makanan beku dan bahan makanan lainnya yang sangat diminati oleh konsumen, mulai dari rumah tangga hingga mitra bisnis seperti kafe dan pengusaha kecil. Untuk tetap kompetitif, *Best Meat* harus memastikan bahwa layanan yang mereka berikan memenuhi harapan pelanggan. Lima dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) seperti yang disebutkan oleh (Fahmi, 2022), yaitu konkret,

andal, responsif, aman, dan empati, menjadi alat ukur utama dalam menilai kualitas layanan yang diberikan.

Namun, meskipun layanan telah menjadi fokus utama banyak peritel, konsistensi dalam memberikan layanan berkualitas masih menjadi tantangan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh karyawan *Best Meat* dengan beberapa pelanggan, ditemukan bahwa ada beberapa kekurangan dalam layanan yang diberikan. Misalnya, layanan pesan antar sering kali tidak tepat waktu, respon terhadap pesanan online lambat, komunikasi dengan pelanggan tidak efektif, beberapa karyawan bersikap tidak peduli, dan kondisi toko yang berantakan. Kekurangan ini sering kali membuat pelanggan kecewa dan beralih ke kompetitor lain yang menawarkan layanan lebih baik.

Masalah dalam kualitas layanan ini memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan dan pada akhirnya, terhadap keberlangsungan bisnis. Ketika pelanggan tidak puas dengan layanan yang diterima, mereka tidak hanya berhenti berbelanja, tetapi juga dapat merusak reputasi perusahaan melalui cerita negatif yang mereka bagikan kepada orang lain. Ini menunjukkan betapa pentingnya hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Perusahaan yang gagal dalam memberikan layanan berkualitas cenderung mengalami penurunan dalam jumlah pelanggan dan keuntungan.

Oleh karena itu, perusahaan harus terus berupaya memperbaiki kualitas layanan mereka. Pelanggan harus merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik setiap kali mereka berinteraksi dengan perusahaan. Dalam situasi di mana persaingan semakin ketat, pelayanan yang buruk dapat menjadi faktor penentu yang

membuat perusahaan kehilangan pelanggan. Dengan demikian, meningkatkan kualitas layanan tidak hanya penting untuk memenangkan persaingan, tetapi juga untuk mempertahankan posisi pasar yang stabil dan menguntungkan di tengah tantangan yang terus berkembang.

Bisnis sering kali menghadapi kerugian akibat buruknya kualitas layanan pelanggan. Pernyataan ini mengisyaratkan adanya hubungan yang signifikan antara "kualitas pelayanan" dan "kepuasan konsumen". Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Penerapan Standar Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Toko *Best Meat Japfa Palembang***".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, apakah standar layanan berpengaruh terhadap penerapan kualitas layanan dalam menaikkan tingkat kepuasan pelanggan di *Best Meat Japfa Palembang*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi standar kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Best Meat Japfa Palembang*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang efektif di masa depan, dengan tujuan untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan

dan semua pihak terkait.

1.4.2 Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memperluas cakrawala dan memperdalam pemahaman peneliti diantaranya:

- a. Dari perspektif akademis, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk memperdalam pemahaman mengenai strategi-strategi efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui implementasi layanan yang optimal
- b. Penelitian ini akan memberi penulis kesempatan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Peneliti akan belajar bagaimana menjelaskan hasil penelitiannya kepada audiens dengan cara yang mudah dipahami.
- c. Penelitian ini akan memberi penulis kesempatan untuk menunjukkan kemampuan mereka dalam analisis data. Metode pengumpulan, pengolahan, dan analisis data akan dipelajari untuk mendukung temuan penelitian.
- d. Untuk menghasilkan hasil penelitian yang maksimal, penulis akan mempelajari teknik pengumpulan, pengolahan, dan analisis data.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu serta data dan informasi yang tersedia, penulis memutuskan untuk membatasi ruang lingkup laporan ini dan memusatkan perhatian hanya pada "**Pengaruh Penerapan Standar Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Toko *Best Meat Palembang***" agar lebih terarah dan tidak keluar dari topik penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam konteks sistematika penulisan, struktur dan komponen-komponen isi

dari skripsi penelitian ini akan dijabarkan secara rinci sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian dibahas dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Konsep dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang relevan dengan penyusunan laporan skripsi akan dibahas secara mendetail dalam bab ini.

BAB III METEDEOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas jenis penelitian dan metode yang dipakai, juga lokasi dan peralatan yang digunakan untuk melakukan penelitian, serta sumber data yang digunakan untuk pengumpulan dan analisis.

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

Deskripsi data, pengujian hipotesis, dan pembahasan penelitian akan dibahas dalam bab ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menguraikan hasil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga membahas keterbatasan penelitian, implikasi temuan, serta memberikan kesimpulan dan saran-saran yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN