

BAB I

PENDAHULUAN

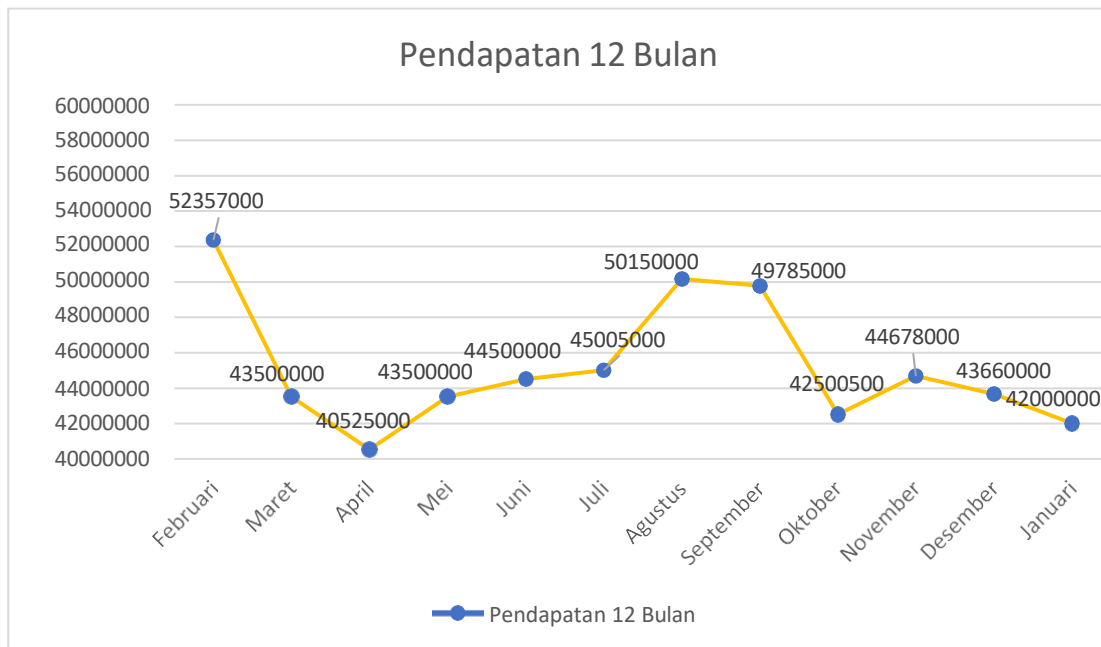
1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan toko menjadi salah satu penentu utama keberhasilan sebuah usaha. Pelanggan saat ini tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga pengalaman berbelanja yang memuaskan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya sebatas transaksi jual beli, melainkan mencakup seluruh interaksi antara pelanggan dan toko, mulai dari saat pelanggan memasuki toko hingga mereka meninggalkan toko. Kualitas dari saat pelanggan memasuki toko hingga mereka meninggalkan toko. Kualitas layanan yang buruk dapat berdampak negatif pada reputasi toko dan menyebabkan berpindah ke toko pesaing. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong terjadinya pembelian berulang, serta menciptakan citra positif bagi toko. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran modern yang lebih mengutamakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Memasuki perkembangan teknologi digital yang pesat, menurut penelitian terbaru oleh Lee et al (2022), kepuasan pelanggan secara keseluruhan, termasuk interaksi digital dengan merek. Meneliti peran penting personalisasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks *e-commerce*. Dalam penelitian tersebut, menemukan bahwa personalisasi dalam rekomendasi produk keuangan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan Huang et al (2020) menekankan pentingnya pengalaman pelanggan yang *seamless*. Kualitas layanan toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan tidak hanya penting bagi pelanggan, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap kinerja bisnis, terutama pada toko *Sun Miracle*. Penelitian terbaru oleh Gronos (2017) menekankan pentingnya

membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui *co-creation value*. Selain itu, konsep *customer experience* telah menjadi fokus utama dalam penelitian tersebut. Dalam era digital yang semakin kompleks, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga oleh pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Penelitian terbaru oleh Lee dan Kim (2022) mengatakan bahwa penggunaan media sosial dalam layanan pelanggan dapat meningkatkan kecepatan respon dan kepuasan pelanggan. Huang et al (2020) juga menemukan bahwa personalisasi yang didukung oleh *big data* dapat meningkatkan relevansi penawaran dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian kepuasan pelanggan toko adalah investasi yang sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Melalui Pemahaman mendalam tentang keinginan pelanggan dan upaya proaktif dalam perbaikan toko, kita dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi di pasar. Melalui penelitian secara berkala, Toko *Sun Miracle* dapat mengidentifikasi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan toko untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang.

Sun Miracle adalah sebuah toko di Cilacap yang menjual aneka pakaian berkualitas dengan harga yang terjangkau, kosmetik, alat tulis, mainan, bunga, dan perlengkapan lainnya. Toko *Sun Miracle* didirikan pada tahun 2023 oleh pengusaha muda yang bernama Inas Ambarwati pada tahun 2023. Sejak awal berdiri, *Sun Miracle* berkomitmen untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan. *Sun Miracle* percaya bahwa kepuasan pelanggan adalah cerminan dari kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Melalui peningkatan kepuasan pelanggan, *Sun Miracle* ingin mewujudkan nilai-nilai merek yang berfokus pada kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam setahun, Toko *Sun Miracle* memperoleh pendapatan pada bulan Februari 2024 sampai Januari 2025 sebesar Rp. 497.025.500 dengan data fluktuasi yang terdapat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Data Pendapatan Toko Sun Miracle Selama 12 Bulan

Toko *Sun Miracle* telah mengalami fluktuasi pendapatan yang signifikan dalam beberapa waktu terakhir. Penurunan pendapatan terjadi pada bulan September hingga 0,73 %, setelahnya cenderung menurun drastis. Pada bulan Maret penjualan menurun drastis dibanding bulan Februari yang seharusnya naik karena bertepatan dengan bulan Ramadhan. Penurunan pendapatan kemungkinan dapat terjadi karena konsumen cenderung berbelanja di *e-commerce*, kemungkinan lainnya yaitu stok tidak sesuai *trend*, atau kualitas pelayanan yang kurang baik. Kenaikan pendapatan pada bulan-bulan berikutnya bertepatan dengan adanya promo di Toko Sun Miracle yaitu promo *Back to School* dan promo Kemerdekaan, lalu setelahnya menurun kembali. Karena fluktuasi pendapatan yang cukup signifikan maka dilakukan survei awal berupa wawancara kepada konsumen dengan hasil kemungkinan kualitas pelayanan kurang baik. Perubahan yang dinamis dalam preferensi konsumen, persaingan yang semakin ketat, serta perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang kompleks terhadap kinerja bisnis. Selain faktor

internal, faktor eksternal juga memainkan peran yang penting dalam fluktuasi pendapatan. Untuk memahami akar permasalahan di balik fluktuasi pendapatan yang cenderung menurun ini, penelitian mendalam mengenai kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi sangat krusial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Melalui kombinasi metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV), penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang kepuasan pelanggan dan membantu perusahaan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan adalah jurnal Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Potential Gain in Customer Value* Pada Toko XYZ oleh Muhammad Rizki Hamdalah, Katon Muhammad, Ayu Anggraeni Sibarani. Melalui penelitian terdahulu sebagai referensi, *Sun Miracle* berharap dapat mewujudkan keinginannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan toko *Sun Miracle* ?
- 2) Bagaimana strategi peningkatan layanan yang dilakukan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat ?
- 3) Faktor apa yang menyebabkan penurunan pendapatan ?

1.3 Batasan Permasalahan

1.3.1 Batasan objek penelitian :

- a. Toko : Penelitian ini akan berfokus pada toko *Sun Miracle* yang berlokasi di Cilacap.
- b. Pelanggan : Objek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja di toko *Sun Miracle*.

- c. Produk : Penelitian akan mempertimbangkan semua jenis produk yang dijual di toko *Sun Miracle*, yaitu pakaian, kosmetik, perlengkapan lainnya.

1.3.2 Batasan Variabel Penelitian

- a. Variabel Independen : Kualitas layanan
- b. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan

1.3.3 Batasan Waktu

- a. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2024 hingga Januari 2025.

1.4 Tujuan

- 1) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan toko *Sun Miracle*.
- 2) Untuk mengetahui strategi peningkatan layanan yang dilakukan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat.
- 3) Untuk mengetahui faktor penyebab penurunan pendapatan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penelitian :

- a. Penelitian dapat menjadi sarana bagi penulis untuk memperdalam pemahaman mengenai konsep kualitas layanan kepuasan pelanggan, dan metode penelitian yang relevan.
- b. Penulis dapat mengembangkan keterampilan dalam merancang penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyusun laporan.
- c. Hasil penelitian ini dapat dipublikasikan dalam jurnal ilmiah atau seminar untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

1.5.2 Bagi Pembaca :

- a. Pembaca dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan strategi untuk meningkatkannya.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik serupa.

1.5.3 Bagi Toko Sun Miracle :

- a. Toko *Sun Miracle* dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai tingkat kepuasan pelanggan saat ini dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan.
- c. Dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, toko *Sun Miracle* dapat meningkatkan penjualan, profitabilitas, dan reputasi merek.

1.5.4 Bagi Perguruan Tinggi :

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar perkuliahan, terutama mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, riset pemasaran, atau layanan pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen dan bisnis.
- c. Penelitian yang berkualitas dapat meningkatkan reputasi perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan karya ilmiah yang relevan dengan kebutuhan industri.