

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat perkembangan industri jasa kesehatan hewan di Indonesia mengalami peningkatan seiring bertambahnya jumlah masyarakat yang memelihara hewan sebagai bagian dari keluarga. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap layanan kesehatan hewan yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan pelayanan. Persaingan antar penyedia jasa kesehatan hewan pun semakin ketat sehingga setiap perusahaan dituntut mampu mempertahankan pelanggan yang dimilikinya. Dalam kondisi persaingan tersebut, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari banyaknya pelanggan baru yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan jasa karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, menggunakan berbagai layanan yang ditawarkan, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, serta tidak mudah berpindah kepada pesaing. Sebaliknya, rendahnya loyalitas pelanggan dapat mengakibatkan pelanggan lebih mudah beralih menggunakan layanan dari perusahaan lain yang dianggap mampu memberikan nilai yang lebih baik. Oleh karena itu, membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi salah satu

strategi penting bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa kesehatan hewan di Kabupaten Cilacap adalah Lala Pet Shop, yang menyediakan berbagai layanan seperti praktik dokter hewan, *grooming*, penitipan hewan, *pet hotel*, serta layanan *home visit*. Layanan *home visit* merupakan inovasi pelayanan yang memberikan kemudahan bagi pelanggan karena pemeriksaan dan tindakan medis dapat dilakukan langsung di rumah pelanggan. Kehadiran layanan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah pelayanan sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan.

Tabel 1.1 Data Pelayanan *Home visit* 2025

Bulan	Jumlah Kunjungan	Kategori Hewan Dominan	Presentase Pertumbuhan
Januari	15	Ternak	-
Februari	15	Ternak	0%
Maret	20	Ternak	33%
April	13	Ternak	-35%
Mei	19	Ternak	46%
Juni	25	Ternak	32%
Juli	18	Ternak	-28%
Agustus	20	Ternak	11%
September	24	Ternak	20%
Oktober	14	Ternak	-42%
November	16	Ternak	14%
Desember	23	Ternak	44%
Total	222		

Sumber: Rekap Kunjungan Home visit Lala Pet Shop

kualitas pelayanan, kemudahan memperoleh layanan, komunikasi yang baik, serta kesesuaian manfaat dengan harapan cenderung memiliki keinginan untuk menggunakan kembali layanan tersebut di masa mendatang. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa pelayanan yang diterima belum memenuhi harapan, maka kemungkinan pelanggan untuk berpindah kepada penyedia jasa lain akan semakin besar.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan temuan yang beragam sehingga diperlukan pengujian kembali pada objek penelitian yang berbeda, khususnya pada jasa layanan kesehatan hewan yang menyediakan layanan *home visit*. Hingga saat ini, penelitian mengenai loyalitas pelanggan pada layanan *home visit* di Lala Pet Shop Cilacap masih relatif terbatas, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh inovasi layanan *home visit* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah inovasi layanan *home visit* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah inovasi layanan *home visit* dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini juga memiliki tujuan utama yang ingin dicapai, antara lain:

1. Mengetahui apakah inovasi layanan *home visit* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengetahui apakah inovasi layanan *home visit* dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah inovasi layanan *home visit*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada layanan praktek dokter hewan Lala *Pet Shop* Cilacap. Penelitian ini berfokus pada dua variabel yaitu:

- a. Variabel Independen, hanya berfokus pada dua faktor utama yaitu inovasi layanan *home visit* dan kepuasan pelanggan.
- b. Variabel Dependen, berfokus pada loyalitas pelanggan.

2. Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah pelanggan atau pemilik hewan yang pernah menggunakan layanan kesehatan pada praktek dokter hewan Lala *Pet Shop* Cilacap khususnya layanan *home visit*.

3. Ruang Lingkup Wilayah

Penelitian ini dilakukan secara terbatas pada Lala *Pet Shop* Cilacap. Wilayah jangkauan observasi mencakup area pelayanan *home visit* yang dilayani oleh Lala *Pet Shop* Cilacap.

4. Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2026/2027 yang meliputi proses pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian. Untuk pengumpulan data direncanakan dilakukan selama periode Maret 2026-Juli 2026.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi pemenuhan syarat akademis, namun diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata yang signifikan. Penjabaran manfaat penelitian ini dibagi menjadi tiga aspek utama, yaitu manfaat secara teoritis, manfaat secara praktis, serta manfaat bagi penulis sendiri.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan khazanah ilmu pengetahuan pada bidang Manajemen Pemasaran. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi tambahan dan memperkaya literatur ilmiah terkait strategi inovasi layanan jasa. Ditengah kemajuan ekonomi digital dan perubahan perilaku konsumen, studi mengenai inovasi layanan pada sektor spesifik seperti kesehatan hewan masih tergolong terbatas.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menguji kembali teori-teori pemasaran jasa yang sudah ada dan mengontekstualisasikannya ke dalam industri *Pet care*. Hal ini mencakup pemahaman tentang bagaimana variabel-variabel kualitas layanan berinteraksi dengan kebutuhan untuk pemilik hewan peliharaan, sehingga dapat memperkuat landasan konseptual mengenai strategi diferensiasi produk jasa dimasa depan.
- c. Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai dasar atau acuan bagi penulis lain yang tertarik untuk mendalami topik serupa. Data dan temuan dalam penelitian ini menyediakan ruang bagi pengembangan riset dimasa mendatang, baik itu dengan menggunakan variabel pendukung lain (seperti kepuasan pelanggan dan loyalitas), maupun dengan memperluas objek penelitian pada jasa yang memiliki karakteristik serupa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis yang dapat diaplikasikan langsung oleh pelaku usaha dan stakeholder terkait. Manfaat praktis tersebut meliputi:

a. Manfaat Bagi Manajemen Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop*

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai instrument evaluasi kritis bagi manajemen melalui temuan-temuan di lapangan, pihak manajemen dapat melihat celah atau kekurangan dalam layanan *home visit* yang selama ini berjalan. Informasi ini sangat penting untuk memperbaiki Standar Prosedur Operasional (SOP) agar lebih efektif dari segi waktu dan efisien dari segi penggunaan sumber daya.
- 2) Praktek Dokter Hewan Lala *Pet Shop* dapat melakukan penyesuaian teknis pada layanan kunjungan rumah, mulai dari sistem penjadwalan hingga standar pelayanan medis di tempat pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- 3) Ditengah persaingan bisnis *pet care* yang semakin menjamur dan kompetitif, perusahaan dituntut untuk memiliki keunikan sendiri. Penelitian ini memberikan data akurat mengenai preferensi dan kebutuhan pelanggan terhadap layanan kesehatan hewan.

b. Manfaat Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memiliki nilai guna yang sangat berpengaruh dalam pengembangan kapasitas profesional dan intelektual, manfaat bagi penulis meliputi:

- 1) Selama masa perkuliahan, penulis telah mempelajari berbagai teori mengenai manajemen, khususnya Manajemen Pemasaran.

Melalui penelitian ini, penulis memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan teori-teori tersebut kedalam studi kasus nyata di lapangan. Proses ini membantu penulis mempelajari dinamika dunia kerja yang jauh lebih kompleks daripada teori dibuku ajar.

- 2) Penelitian ini menuntut penulis untuk berpikir kritis, melakukan observasi yang mendalam, serta menganalisis data secara objektif. Hal ini secara tidak langsung mengasah kemampuan *problem solving* penulis dalam mengidentifikasi masalah di sebuah organisasi dan merumuskan solusi yang relevan secara akademis maupun praktis.
- 3) Hasil penelitian ini dapat menjadi portofolio yang membuktikan bahwa penulis memiliki kompetensi dalam melakukan riset pasar dan memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan bisnis.