# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan perekonomian secara global saat ini telah mendorong pertumbuhan sektor barang dan jasa yang pada akhirnya akan membuka peluang-peluang baru di bidang barang dan jasa. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangannya tersebut, telah mengalami munculnya perusahaan-perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan usaha memberikan gambaran bahwa kesejahteraan masyarakat semakin meningkat, sehingga menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat. Dari sisi lain, perkembangan mengakibatkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang awalnya memiliki pangsa pasar cukup besar dan daerah pemasaran yang luas, kini perusahaan dituntut agar bekerja lebih efisien dan efektif pada saat itu maupun yang akan datang.

Usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan salah satu persoalan yang sangat penting dalam pemasaran. Dimana dalam pemasaran tersebut, seorang pemasar senantiasa selalu berupaya agar barang dan jasa tersebut dapat terjual dan memberikan rangsangan kepada konsumen agar mau membeli, lalu konsumen merasa puas dengan apa yang didapatkannya dan perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

Saat ini, kegiatan dalam bidang pemasaran memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen, dimana perusahaan harus memberikan layanan serta hasil produk berupa barang dan jasa yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur serta keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan serta menghasilkan laba. Peranan dari pemasaran adalah menyediakan arah bagi perusahaan. Konsep pemasaran menekankan bahwa upaya perusahaan seharusnya berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, target dan menghasilkan laba.

Pada masa modern ini hobi memelihara hewan merupakan gaya hidup baru. Setelah melakukan aktifitas sehari-hari, keberadaan hewan kesayangan (*pet animal*) bagi manusia mempunyai peran yang cukup besar. Selain sebagai teman atau sahabat dalam kehidupan sehari-hari, juga sebagai obat penghibur setelah melakukan rutinitas tersebut. Banyak orang yang sadar bahwa memelihara hewan kesayangan dapat dipakai sebagai cara untuk mengurangi ketegangan saraf atau stress. Dengan melihat pola dan tingkahnya, orang akan merasa puas. Memelihara

hewan kesayangan membuat orang terpukau pada sesuatu yang menjadi kegemarannya sehingga akan berpengaruh pada kejiwaannya.

Sebagai pecinta hewan peliharaan biasanya mereka akan sadar bahwa memiliki tanggung jawab lebih dengan mengambil keputusan untuk merawat hewan kesayangannya. Terutama untuk memelihara kucing dan anjing memerlukan biaya perawatan yang cukup besar, khususnya jenis ras kucing dan anjing dari negara-negara barat. Sebagian pemilik hewan peliharaan yang memiliki waktu luang, mereka dapat membeli peralatan di *petshop* kemudian melakukan perawatan sendiri pada hewan kesayangannya. Namun untuk beberapa pecinta hewan peliharaan yang sibuk dengan kegiatan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, dan kegiatan lainnya maka hewan kesayangannya akan diberikan perawatan menggunakan jasa *petshop*.

Berkembangnya bisnis jasa *petshop* di beberapa kota besar di Indonesia didasari atas pertumbuhan dan perkembangan hewan kesayangan di Indonesia yang mencapai angka 10% per tahunnya (Tribunnews.com, 2021). Hal ini merupakan kesempatan untuk membuka peluang seperti membuka usaha jasa *petshop* yang sudah mulai dicari para pemilik hewan kesayangan. Pengusaha bisnis *petshop* memanfaatkan waktu sibuk para pecinta hewan kesayangan dengan menawarkan fasilitas dan juga *service* yang sangat membantu para pemilik hewan hewan kesayangan untuk melakukan perawatan kepada hewan kesayangannya. Melihat fenomena hobi memelihara hewan kesayangan dan waktu yang terbatas dari pemilik hewan kesayangan, merupakan alasan terus bermunculan bisnis *petshop* di beberapa daerah.

Adapun salah satu petshop yang dikenal oleh pecinta hewan di Kota ambi adalah Clara Cleo. Clara Cleo merupakan salah satu *petshop* yang memiliki keunikan dan menyediakan fasilitas yang lengkap serta menawarkan harga yang kompetitif. Clara Cleo sudah berdiri sejak 2004 yang berawal dari bisnis perawatan, penjualan makanan, hingga pembiakan kucing (*cattery*) pertama di Kota Jambi, yang kemudian berkembang menjadi *petshop* yang cukup besar dengan mengusung kenyamanan serta menyediakan kebutuhan dan pelayanan (kucing) yang terbaik untuk para pecinta kucing dan hewan mamalia kesayangan lainnya. Untuk meningkatkan kredibilitasnya sebagai satu-satunya *cattery* terbaik di mata pecinta kucing (konsumen), Clara Cleo berasosiasi dengan komunitas pecinta kucing di tingkat nasional, yaitu ICA (*Indonesian Cat Association*), dan tingkat internasional yaitu FIFE (*Federations International Feline*) dan CFA yang berpusat di Amerika Serikat.

Clara Cleo sendiri memiliki konsep dasar yaitu, "*One Stop Shoping*" yang dapat memberikan pengalaman berbelanja yang sensasional dan eksklusif. Tidak hanya mempertimbangkan konsep, mereka juga menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang paling diprioritaskan dalam melakukan *service* dan produk. Sebagai *cattery* pertama di Kota Jambi, Clara Cleo memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kompetitornya, yang terangkum pada table berikut.

**Tabel 1.1**
Keunggulan Petshop Clara Cleo

| No | Keunggulan |
|---|---|
| 1 | Menyediakan berbagai produk yang selalu *up to date* dengan harga yang kompetitif |
| 2 | *Qualitiy control* yang menjamin mutu/kualitas produk di mata konsumen |
| 3 | Dokter hewan |
| 4 | Tenaga ahli perawatan hewan yang telah bersertifikat |

*Sumber: Survey Awal, 2023.*

Bermunculannya berbagai komunitas hewan kesayangan dan berbagai *event* kontes hewan kesayangan di Kota Jambi, menjadi salah satu pemicu munculnya berbagai *petshop* di Kota Jambi. Tingkat kebutuhan akan nutrisi/suplemen, makanan, dan perawatan hewan kesayangan, serta gaya hidup dari para pemilik yang ada di Kota Jambi, menjadikan bisnis *petshop* menjadi salah satu bisnis yang potensial di Kota Jambi. Pada awal kemunculan bisnis *petshop* di Kota Jambi merupakan sebuah bisnis ritel yang hanya menjual barang-barang untuk hewan peliharaan. Barang-barang yang dijualpun beragam mulai dari makanan hewan, mainan hewan, aksesoris hewan, kandang, dan sebagainya. Kemudian berkembang hingga ada juga *petshop* yang menyediakan fasilitas hotel, *grooming* bahkan fasilitas *breeding*. Melihat terus berkembangnya industri *petshop* maka diperlukan sebuah alternatif baru dalam memberikan layanan.

Perkembangan di era globalisasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat. Perusahaan yang ingin berkembang tentu harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa aman kepada konsumennya, karena hal itu merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu bisnis yang dijalankan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, maka akan menimbulkan suatu kepuasan

bagi konsumen, begitu pula sebaliknya. Demikian pula yang terjadi pada bisnis *petshop* Clara Cleo sejak beroperasinya 20 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2003 *petshop* Clara Cleo selalu melakukan pembenahan dalam upaya memperbaiki pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sebagai upaya memberikan kepuasan kepada konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

Berikut ini dapat dilihat beberapa jenis pelayanan yang diberikan oleh *Petshop* Clara Cleo.

**Tabel 1.2**
Jenis Pelayanan *Petshop* Clara Cleo

| No | Jenis Pelayanan |
|---|---|
| 1 | *Massage* |
| 2 | *Grooming* |
| 3 | *Cutting* |
| 4 | *Coloring* |
| 5 | *Pet hotel* |
| 6 | *Breeding* |
| 7 | Layanan antar jemput |
| 8 | Layanan online berupa saran, pengetahuan dan layanan perawatan hewan |

*Sumber: Manajemen Petshop Clara Cleo, 2023.*

Table 2 di atas memberikan informasi jenis pelayanan yang diberikan oleh *petshop* Clara Cleo kepada konsumen, yang dalam pelaksanaanya didukung oleh standard operasional prosedur (SOP). Dimana semua pelayanan yang diberikan tersebut, merupakan upaya manajemen *petshop* Clara Cleo dalam memberikan kenyamanan dan rasa puas bagi konsumennya. Namun sayangnya hingga saat ini masih saja ada konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan, dimana hal ini tampak daftar keluhan konsumen *petshop* Clara Cleo sebagai berikut:

**Tabel 1.3**
Daftar Keluhan Konsumen *Petshop* Clara Cleo

| No | Daftar Keluhan Konsumen |
|---|---|
| 1 | Area parkir yang kurang aman |
| 2 | Terbatasnya jumlah karyawan, sehingga membuat pelayanan menjadi lambat akibat antrian yang panjang. |
| 3 | Karyawan dipersepsikan kurang ramah |
| 4 | Ruang tunggu yang kurang nyaman dan berbau tidak sedap |
| 5 | Karyawan kurang dapat diandalkan dalam menangani keluhan konsumen. |

*Sumber: Manajemen Petshop Clara Cleo, 2023.*

Daftar keluhan konsumen seperti yang disajikan pada Table 1.3 di atas sejalan dengan hasil survey awal yang dilakukan melalui 5 pernyataan yang mewakili dimensi kualitas pelayanan, yang ditujukan pada 20 orang responden yang memberikan jawaban tidak atas pernyataan yang diajukan, hal ini secara tidak langsung menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Petshop* Clara Cleo saat ini belumlah sesuai dengan harapan konsumen. Adapun hasil suvey awal kualitas pelayanan pada *Petshop* Clara Cleo dirangkum pada table berikut:

**Tabel 1.4**
Rangkuman Survey Awal Kualitas Pelayanan
*Petshop* Clara Cleo Kota Jambi

| No. | Indikator | Pilihan | | | | N |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Ya | % | Tidak | % | |
| 1 | Karyawan Petshop Clara Cleo senantiasa berpenampilan yang rapi | 9 | 45 | 11 | 55 | **20** |
| 2 | Adanya ketulusan yang lemah lembut karyawan Petshop Clara Cleo dalam menangani hewan peliharaan. | 8 | 40 | 12 | 60 | **20** |
| 3 | Karyawan Petshop Clara Cleo mampu bertindak cepat dalam penanganan keluhan konsumen. | 6 | 30 | 14 | 70 | **20** |
| 4 | Karyawan Petshop Clara Cleo mampu memberikan sikap yang baik dan ramah kepada konsumen. | 8 | 40 | 12 | 60 | **20** |

| No. | Indikator | Pilihan | | | | N |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Ya | % | Tidak | % | |
| 5 | Adanya kemampuan karyawan Petshop Clara Cleo dalam menyampaikan informasi kepada konsumennya. | 9 | 45 | 11 | 55 | **20** |
| **Rata-Rata** | | **8** | **40** | **12** | **60** | **20** |

*Sumber: Survey awal penelitian, 2023.*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan di ketahui bahwa sebagian besar konsumen menjawab tidak atas pernyataan yang di ajukan yakni sebesar 60 persen, dan 40 persen menjawab ya atau menyetujui pernyataan yang diajukan. Hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Petshop* Clara Cleo saat ini belumlah sesuai dengan harapan konsumen, sehingga membuat konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan. Sebagaimana pendapat Schnoor dalam Engkur (2018:3), pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada konsumen yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut sehingga akan tercipta konsumen baru. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan para konsumennya.

Apalagi saat ini pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan dan kepuasan semakin baik, sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka konsumen tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Konsumen yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain konsumen yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang. Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi konsumen (Janet dalam Tjiptono, 2014:297).

Untuk itu perusahaan harus mampu memahami prilaku konsumen dan memberikan kualitas pelayanan yang tepat sesuai yang diinginkan. Kualitas pelayanan yang baik dimata konsumen sangat penting peranannya dalam menarik konsumen agar menjadi konsumen tetap dan membantu terjadinya interaksi yang harmonis antara konsumen dan perusahaan sehingga akan menciptakan kepuasan konsumen.

Sanka (2012:3) menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Zafar *et al* (2012:93) juga menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Menurut Bedi dalam Ming *et al* (2010:352) pengiriman layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan konsumen. Penelitian tersebut sejalan dengan Naeem dan Saif (2009:99) yang menemukan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil dari kualitas pelayanan. Aldlaigan dan Buttle dalam Ladhari *et al* (2011:224) mengidentifikasi

ada korelasi yang positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan secara keseluruhan.

Saat ini Clara Cleo memiliki lebih dari 300 konsumen yang telah bergabung dengan Clara Cleo dari tahun 2005 hingga saat ini. Pencapaian ini merupakan wujud dari loyalitas para konsumen Clara Cleo dan anggota komunitas Jambi Cat Lover Community (JCC). Sebagai wujud dari terimakasih Clara Cleo terhadap para konsumen dan anggota komunitasnya, Clara Cleo memberikan diskon 10% - 20% kepada setiap konsumennya untuk setiap produk atau *service* yang digunakan.

Clara Cleo telah memiliki website dan media sosial sejak tahun 2010 untuk memberikan informasi berupa saran, pengetahuan, dan layanan perawatan hewan, sebagai langkah untuk membangun citra yang kuat di pasar. Berikut adalah diagram perbandingan jumlah konsumen antara Clara Cleo dengan *petshop* lainnya:

**Tabel 1.5**
Jumlah Konsumen Tahun 2018-2022

| No | Petshop | Jumlah Konsumen Per Tahun | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1 | Clara Cleo | 250 | 263 | 311 | 281 | 302 |
| 2 | ABC Petshop | 215 | 216 | 200 | 239 | 260 |
| 3 | Glory Petshop | 200 | 247 | 278 | 315 | 341 |

*Sumber: Survey (2023)*

Berdasarkan data jumlah konsumen Tahun 2018-2022 yang ditunjukkan pada Tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen Clara Cleo secara keseluruhan meningkat dari tahun 2018 hingga 2022, begitu pula dengan dua competitor lainnya yang ada di Kota Jambi yaitu ABC Petshop dan Glory

Petshop. Bila dilihat lagi dari tabel 1 di atas tampak bahwa Clara Cleo sempat mengungguli dua kompetitornya dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021, baik dari jumlah konsumennya maupun dari tingkat market sharenya. Dimana pada tahun 2021 Glory Petshop justru mengungguli market share di bandingkan Clara Cleo dan ABC Petshop, begitu pula yang terjadi pada tahun 2022.

Turunnya jumlah konsumen pada Clara Cleo tentu telah menjadi permasalahan tersendiri bagi manajemen Clara Cleo, mengingat perkembangan pasar saat ini yang semakin pesat, dan hal ini tentu saja memerlukan sebuah inovasi dalam memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen, agar konsumen tidak beralih ke produk lain. Mereka perlu mengambil suatu cara untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada dengan memanfaatkan atribut faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen misalnya memanfaatkan kualitas pelayanan agar konsumen yang sudah ada tidak mudah beralih ke produk lain yang sejenis. Berangkat dari fenomena yang telah dikemukakan, maka menimbulkan ketertarikan untuk mengangkat tema ini menjadi suatu kajian empirik dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Petshop* Clara Cleo Kota Jambi".**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, adapun indentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Jumlah konsumen Petshop Clara Cleo mengalami fluktuasi cenderung meningkat selama 5 tahun terakhir.
2. Masih terdapat keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, diantaranya yaitu area parkir yang sempit; karyawan dipersepsikan kurang ramah; ruang tunggu yang kurang nyaman dan berbau tidak sedap; Karyawan kurang dapat diandalkan dalam menangani keluhan konsumen; serta penanganan dan perawatan peliharaan yang lama.
3. Terbatasnya jumlah karyawan, sehingga membuat pelayanan menjadi lambat akibat antrian yang panjang.
4. Terjadinya penurunan jumlah konsumen Clara Cleo pada tahun 2021 dan tahun 2022 jika dibandingkan dari tahun 2020.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen *petshop* Clara Cleo Kota Jambi?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *petshop* Clara Cleo Kota Jambi?

## 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk memperoleh gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen *petshop* Clara Cleo Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan komsumen *petshop* Clara Cleo Kota Jambi.

## 1.5. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi kepentingan praktis dan akademis sebagai berikut:

### 1.5.1. Dari segi Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

   Memberikan kontribusi bagi peneliti di bidang ilmu pemasaran dan dapat menambah pengalaman mempraktekkan segala bentuk teori pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Dapat memperluas wawasan penulis tentang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.

3. Bagi Pihak Lain

   Sebagai bahan pertimbangan yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

### 1.5.2. Dari segi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperluas pemahan mengenai teori kualitas kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen. Serta diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi dan sumber informasi, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya.