

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu membuat banyak perubahan dan perkembangan pada saat ini, seperti halnya perkembangan bisnis dari bermacam-macam industri, pada era globalisasi ini semakin banyak bisnis yang beraneka ragam mulai dari kuliner hingga bisnis jasa. Karena ekonomi masyarakat meningkat mengakibatkan meningkat pula kebutuhan. Semakin sibuknya masyarakat yang bekerja demi mencapai cita-cita yang mereka inginkan maka semakin sedikit juga waktu untuk berkumpul dengan teman.

Maka dari itu banyak masyarakat yang memilih memelihara hewan peliharaan di rumah. Memelihara hewan diyakini dapat memberikan kepuasan tersendiri dan dapat meredakan stress untuk si pemilik. Selain itu, tingkat kepedulian yang semakin tinggi dengan hewan membuat masyarakat lebih menyayangi dan memiliki keinginan untuk merawatnya.

Menurut KBBN, Jakarta, (2016) Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah hewan peliharaan yang cukup tinggi. Pangsa pasar hewan peliharaan di Indonesia mencapai 15,6% di Asia Tenggara. Meningkatnya jumlah hewan peliharaan ini mendorong pengembangan layanan profesional, meningkatnya permintaan kebutuhan hewan peliharaan serta industri dan bisnis yang terkait di dalamnya. Indonesia dinilai sebagai pasar potensial terhadap pertumbuhan sektor hewan peliharaan. Pertumbuhan hewan peliharaan di Indonesia diperkirakan akan mencapai 7,1% hingga 2020.

Seperti yang kita ketahui dalam memelihara hewan tentunya harus disertai dengan menunjang segala macam kebutuhan hewan tersebut diantaranya yaitu makanan dan pemeliharaan kesehatan. Terlebih lagi adanya perlindungan hewan saat ini sudah terdapat dalam undang-undang pasal 33 Nomor 18 Tahun 2009 tentang peternakan dan kesehatan hewan.

Melihat peluang tersebut maka bisnis *pet shop* di zaman modern ini dapat memiliki potensi pasar yang luas. Di kota Bandung pun sudah banyak bisnis *pet shop* sehingga para pemilik hewan peliharaan dapat dengan mudah menemukan kebutuhan bagi hewan peliharaannya. Dikutip dari kerjausaha.com *Pet Shop* atau toko hewan adalah tempat untuk penjualan, penitipan, perawatan, dan pembelian barang-barang kebutuhan hewan kesayangan. Usaha *Pet Shop* tersebut merupakan pusat pelayanan untuk binatang-binatang piaraan, seperti anjing, kucing, burung, ular, kadal, kelinci, dan binatang-binatang lain yang dijadikan sebagai teman oleh sang majikan.

Usaha *pet shop* termasuk usaha yang bergerak dibidang penyediaan barang dan jasa. Barang seperti ketersediaan makanan, kandang, perlengkapan hewan, sedangkan jasa seperti *pet grooming* yaitu merawat dan memelihara penampilan dan kesehatan hewan.

Namun karena banyak nya *pet shop* di kota Bandung yang harus membuat para masyarakat yang memiliki hewan peliharaan untuk lebih detail mencari informasi mengenai *pet shop* tersebut karena banyak nya kualitas pelayanan yang kurang prima sehingga dapat berdampak buruk bagi hewan peliharaan.

Avelix Pet Shop merupakan *Pet shop* atau toko hewan yang berada di jalan Ciganitri utara no. 21 Bandung.. *Avelix pet shop* menyediakan berbagai keperluan hewan seperti makanan, pasir hewan, kandang, dan juga *grooming* dan *cat hotel* atau penitipan kucing. Banyak nya *pet shop* di daerah tersebut membuat meningkat nya pesaing *Avelix*, maka *Avelix* harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat berdampak pada Loyalitas Konsumen. Berikut data penjualan *Avelix pet shop*:

Tabel 1.1
Data Penjualan Avelix pet shop

No	Bulan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Januari	8.000.000	5.000.000	3.800.000
2	Februari	7.500.000	4.300.000	2.300.000
3	Maret	4.300.000	7.100.000	5.000.000
4	April	4.500.000	3.000.000	3.200.000
5	Mei	7.000.000	2.800.000	1.000.000
6	Juni	4.100.000	5.000.000	1.200.000
7	Juli	2.000.000	3.300.000	4.700.000
8	Agustus	8.000.000	1.100.000	850.000
9	September	7.500.000	8.700.000	3.000.000
10	Oktober	5.600.000	2.000.000	1.200.000
11	November	1.500.000	1.900.000	3.500.000
12	Desember	3.000.000	800.000	950.000
	Total	63.000.000	45.000.000	31.700.000

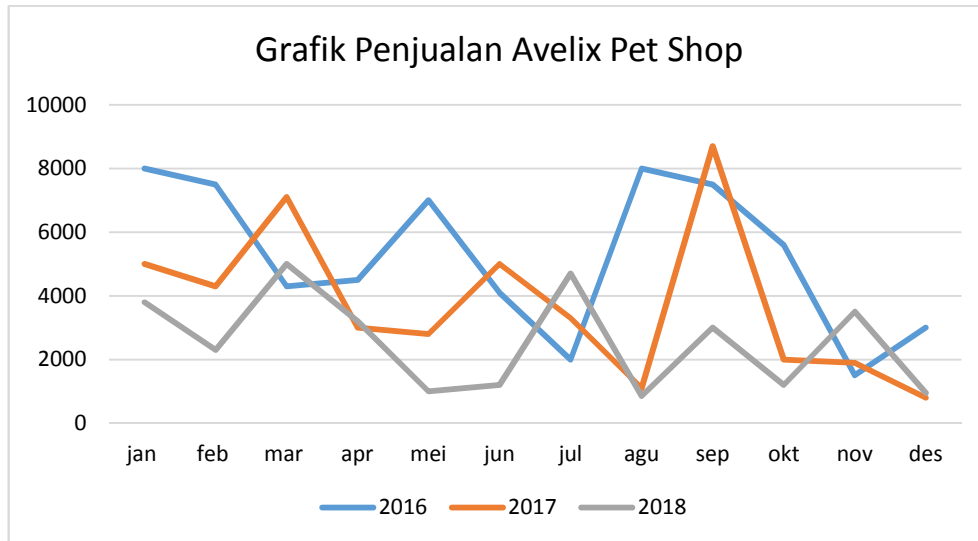
Sumber : Internal Avelix pet shop

Berdasarkan tabel dan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat penjualan tertinggi ada pada bulan September tahun 2017 sebesar 8.700.000, penjualan terendah pada bulan Desember tahun 2017 yaitu 800.000. Terjadi penurunan yang fluktuatif di setiap bulan nya, dapat dilihat dari total penjualan mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2016 hingga 2018.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan penurunan penjualan dapat diakibatkan kurangnya promosi penjualan. Promosi penjualan yang menarik melalui iklan dan adanya potongan harga menjadi faktor pendukung dalam penurunan penjualan yang terjadi di tahun 2017.

Penurunan penjualan terjadi kembali pada tahun 2018 menjadi sebesar 31.700.000. Penurunan ini disebabkan karena Avelix pet shop tidak memberikan informasi yang jelas mengenai barang dan jasa yang diperjualkan sehingga sebagian konsumen sulit untuk mencari informasi melalui iklan di media cetak maupun media sosial.

Dapat dilihat pada gambar 1.1 terlihat jelas bahwa terjadi penurunan penjualan yang fluktuatif pada tahun 2016 hingga 2018 pada Avelix *pet shop*.



Gambar 1.1

Data Penjualan Avelix Pet Shop

Penurunan penjualan Avelix *pet shop* meminimalisir kekurangannya dengan segi pemasaran promosi penjualan agar penjualan dapat meningkat lagi. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:501) promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Menurut Grewal dan Levy (2014:572) promosi adalah insentif khusus atau program untuk mendorong konsumen untuk membeli produk atau pelayanan biasanya digunakan bersama dengan iklan atau program penjualan langsung. Dapat disimpulkan bahwa *sales promotion* adalah cara agar pelanggan terdorong untuk membeli produk atau jasa.

Usaha pet shop merupakan usaha yang sudah banyak diminati para konsumen karena kebutuhan hewan peliharaan yang hampir sama dibutuhkannya dengan kebutuhan manusia. Maka dari itu Avelix pet shop harus memiliki inovasi baru untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan promosi penjualan dan kualitas pelayanan yang lebih kompetitif

dibanding dengan pesaing. Hal itu berguna untuk meningkatkan keputusan konsumen.

Menurut **Kotler dan Keller (2010)** menyatakan *customer loyalty* adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan untuk meningkatkan dan mendorong konsumen untuk membeli produk atau jasa maka dibutuhkan kepuasan konsumen tersebut. Sehingga konsumen memiliki antusiasme untuk membeli atau bahkan menjadi pelanggan tetap. Oleh sebab itu perusahaan harus memberikan kinerja yang sesuai dengan ekspektasi konsumen agar mereka puas. Penulis mencoba untuk mencari informasi kepada 30 responden yang pernah membeli barang atau jasa di Avelix pet shop.

Tabel 1.2
Pra Survey 30 Responden
Avelix Pet Shop
2019

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
Sales promotion (X1)			
Diskon			
1	Adanya diskon 20% jika pembelian di atas 100.000	70%	30%
2	Diskon yang di tawari Avelix pet shop menarik	33%	67%
Kupon			
3	Hadiah yang di tawarkan Avelix pet shop menarik	58%	42%
4	Avelix pet shop memberikan penawaran dalam bentuk kupon/voucher	69%	31%

Iklan			
5	Penyajian iklan melalui media cetak dan internet sangat membantu	45%	55%
6	Merasakan kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai Avelix pet shop melalui iklan	35%	65%

Sumber : Data primer diolah, Juni 2019

Berdasarkan data hasil pra survey diatas sebesar 67% konsumen tidak setuju dengan diskon yang di tawari Avelix pet shop menarik, yang artinya diskon yang di berikan pet shop lain lebih menarik, sebesar 55% tidak setuju bahwa penyajian iklan melalui media cetak dan internet sangat membantu yang artinya sebagian konsumen beranggapan bahwa penyajian iklan melalui media cetak dan internet yang dibuat oleh Avelix pet shop tidak membantu, sesuai dengan jawaban konsumen bahwa sebanyak 65% konsumen tidak setuju jika merasakan kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai Avelix pet shop melalui iklan, yang artinya iklan yang dibuat oleh Avelix *pet shop* kurang jelas yang membuat sebagian konsumen kesusahan untuk mencerna informasi tersebut.

Hal ini sejalan dengan jumlah penjualan yang setiap tahun menurun, karena diduga diakibatkan oleh kurang nya *sales promotion* pada Avelix *pet shop*. Tetapi tidak hanya faktor *sales promotion* saja yang berdampak pada penurunan penjualan, kualitas pelayanan pun dapat menjadi faktor kurang nya loyalitas konsumen yang mengakibatkan menurun nya penjualan

Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh **Delgado dan Munuera (2001)** mengemukakan bahwa ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (good value), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitas kepada penyedia barang dan jasa.

Tabel 1.3
Pra Survey 30 Responden
Avelix Pet Shop
2019

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
Kualitas Pelayanan(X2)			
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
1	Penampilan karyawan rapi dan profesional	70%	30%
2	Fasilitas di Avelix pet shop (Rak, Meja, AC) dalam keadaan baik	36%	64%
Empati (<i>Emphaty</i>)			
3	Ketersediaan karyawan dalam menanggapi keluhan	55%	45%
4	Karyawan ramah membantu konsumen	41%	59%
Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
5	Karyawan memiliki pengetahuan produk	60%	40%
6	Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	43%	57%
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
7	Avelix pet shop memberikan jaminan gratis jika pembelian tidak diberikan struk	55%	45%
8	Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)	33%	67%

Sumber : Data primer diolah, Juni 2019

Berdasarkan data hasil pra survey diatas sebesar 64% konsumen tidak setuju dengan fasilitas di Avelix pet shop (Rak, Meja, AC) dalam keadaan baik, yang artinya sebagian konsumen tidak melihat fasilitas yang ada di Avelix pet shop dalam keadaan baik, sebesar 59% konsumen tidak setuju dengan Karyawan ramah membantu konsumen, yang artinya karyawan pet shop lain lebih ramah untuk membantu konsumen, sebesar 57% konsumen tidak setuju dengan Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, artinya konsumen beranggapan bahwa karyawan Avelix pet shop lambat dalam melayani konsumen. Hal ini sejalan dengan jawaban konsumen yang 67% beranggapan bahwa Karyawan tidak dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)

Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dengan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan mampu memenuhi keinginan pelanggan. Maka jika kualitas pelayanan sudah baik keinginan atau harapan pelanggan pun sudah terpenuhi maka seharusnya pelanggan menjadi loyal dan berdampak pada peningkatan penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil dua faktor yaitu *sales promotion* dan kualitas pelayanan. Oleh sebab itu peneliti akan mengadakan penelitian dan mengambil judul “PENGARUH *SALES PROMOTION* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN AVELIX *PET SHOP*”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemampanan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian

1. Seberapa besar pengaruh *Sales Promotion* terhadap loyalitas Konsumen *Avelix pet shop*?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Konsumen *Avelix pet shop*?
3. Seberapa besar pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen *Avelix pet shop*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini disusun agar tidak terjadi penyimpangan dari tujuan penelitian. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan dengan konsumen *Avelix pet shop* Bandung sebagai responden

1.4 Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan karya ilmiah ini penulis melaksanakan penelitian pada *Avelix pet shop* Ciganitri utara no. 21 Bandung.