

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia bisnis terus meningkat seiring berjalannya waktu, yang ditandai dengan bertumbuhnya beragam usaha di berbagai sektor. Ini menciptakan persaingan yang ketat di antara para pengusaha, yang harus berjuang untuk bertahan dalam setiap situasi. Karena perusahaan yang gagal mengikuti perkembangan lingkungan bisnisnya akan mengalami kemunduran. Oleh karena itu, diperlukan strategi dan pemikiran yang matang agar perusahaan bisa tetap stabil dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹

Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan layanan yang berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Sebagai seorang pengusaha, penting untuk memahami cara-cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan perhatian terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini memungkinkan produsen untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka kemungkinan besar akan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.²

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi dari kepuasan pelanggan terhadap hasil kinerja pelayanan yang diberikan. Ini merupakan faktor krusial yang harus

¹ Saprijal Makmur, “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S Mart Swalayan Pasir Pengairan)*”, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol.3. No 1, 2015, h.41

² Dr. Teddy Chandra dkk, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty* : Tinjauan Teoritis (Malang : CV. IRDH, 2020), h.60

diperhatikan oleh perusahaan guna memperoleh loyalitas dari pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diubah, dan setiap perubahan bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Proses perubahan ini melibatkan berbagai langkah, seperti survei atau observasi terhadap pelanggan, termasuk menerima pendapat dan saran mengenai layanan yang diberikan.

Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa kriteria, seperti ketepatan waktu, akurasi, sikap sopan santun, dan kemudahan akses dalam mendapatkan pelayanan. Zeithaml et al. menambahkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas melalui penjualan berulang, rekomendasi positif dari mulut ke mulut, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan.³

Sedangkan menurut Philip Kotler, ada beragam metode atau cara perusahaan untuk mengetahui penilaian konsumen yakni komentar melalui kuisisioner, komentar secara langsung, komentar melalui media dan komentar dari mulut ke mulut. Kotler dan Keller juga menjelaskan bahwa terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), berwujud (*Tangibles*).⁴

³ Dr. Khamdan Rifa'I, " *Membangun Loyalitas Pelanggan*" (Jember : Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2019), 30

⁴ K Ratu Syifa Nabila Khansa, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen*", Jurnal STEI Ekonomi, Vol. XX, No. XX (Jakarta, 2020), 2

Loyalitas adalah kesetiaan, konsisten terhadap sesuatu, loyalitas pelanggan mengacu pada kesetiiaannya seseorang terhadap suatu perihal objek yang mempunyai sebuah peranan penting dalam suatu perusahaan atau organisasi bisnis. Menurut Mowen dan Minor, loyalitas diartikan sebagai situasi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap merek, berkomitmen terhadap merek dan berniat untuk terus membeli secara terus menerus.

Loyalitas pelanggan mencakup komponen dan komponen perilaku pelanggan, komponen ini merupakan pemikiran seperti niat untuk membeli lebih banyak produk atau jasa dari perusahaan yang sama, ketersediaan untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, dan menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan dengan menolak beralih ke pesaing lain.⁵

Menurut Kotler dan Keller, loyalitas pelanggan merupakan komitmen untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa meski adanya pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Adapun indikator loyalitas pelanggan yaitu kesetiaan terhadap pembelian produk (*Repeat*), ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (*Retention*), merefrensikan secara total resistensi perusahaan (*Referalls*).⁶

Kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat membuat berbagai usaha berkembang pesat sehingga berdampak pada gaya berbelanja masyarakat. Dimana masyarakat yang sebelumnya berbelanja di pasar tradisional, seiring

⁵⁵ Ahmad Mardalis dkk, “*Meraih Loyalitas Pelanggan*”, Vol. 9, No.2, Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis (Surakarta: 2020), 112

⁶ Srisusilawati, “*Loyalitas Pelanggan*”, (Bandung: Group. CV. Widina Media Utama: 2023). 2

berjalannya waktu berubah lebih suka berbelanja di pasar modern seperti swalayan. Dalam hal ini suatu bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan manusia sehari-hari.

Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil bisa di minimalkan risikonya dan dioptimalkan keuntungannya.⁷ Terdapat berbagai tantangan untuk mencapai keberhasilan perusahaan maka dari itu perusahaan dituntut untuk bekerja dengan baik menggunakan sumber daya yang dapat diterima oleh pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan yakni kualitas pelayanan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.⁸

Swalayan merupakan sarana pemasaran produk perusahaan yaitu dengan menyediakan beraneka macam jenis produk dari berbagai perusahaan, swalayan dapat disebut sebagai perusahaan karena melakukan kegiatan penjualan produk yang beraneka macam dan pelayanan terhadap konsumen dengan menyediakan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan penjualan secara optimal.

Menurut Triyono, swalayan merupakan tempat jual beli para konsumen dengan menyediakan barang lengkap dengan konsep melayani sendiri.

⁷ Buchari Alma Dan Donni Juni priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan nilai danPraktik Syariah Dalam Bisnis Ketemporer*, (Bandung:Alfabeta, 2014), 110

⁸ Peter J. Paul dan Jerry C. Olson, *Cunsumer Behaviour Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran, terjemahan Damos sihombing, Edisi 4, Jakarta,204*

Kebutuhan meningkat menyebabkan permintaan konsumen yang beragam, baik mengenai kenyamanan, kelengkapan barang dan harga yang bersaing, maupun kemudahan lainnya.⁹ Banyak swalayan yang berdiri di kota besar maupun kota kecil salah satunya di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

Tabel 1.1
Daftar Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

No	Nama Swalayan	Tahun	Lokasi
1.	Berkah Mandiri Swalayan	1980	Jalan Besi Melati, Kec. Mojo, Kab. Kediri
2.	Swalayan R <i>Mart</i>	2013	Jalan Ngasem, Tamban, Ploso, Kec. Mojo, Kab. Kediri
3.	Swalayan Putri Cahya	2015	Jalan Raya Mojo, Tambi Bendo, Kec. Mojo, Kab. Kediri
4.	Latansa Minimarket	2017	Jalan Raya Sukoanyar, Kec. Mojo, Kab. Kediri
5.	Grosir & Swalayan Surya	2018	Jalan Raya Petok, Kec. Mojo, Kab. Kediri
6.	Swalayan D & D <i>Mart</i>	2019	Jalan Raya Mojo, Melati, Kec. Mojo, Kab. Kediri
7.	Firdaus <i>Mart</i>	2023	Jalan Raya Sukoanyar, Sukoanyar, Kec. Mojo, Kab. Kediri

Sumber Data : Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri¹⁰

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, terdapat tujuh swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Berkah Mandiri Swalayan berdiri sejak tahun 1980 dan berlokasi di Jalan Besi Melati, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Swalayan R *Mart* didirikan pada tahun 2013 dan berlokasi di Jalan Ngasem, Tamban, Ploso, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Sementara itu, Swalayan Putri Cahya didirikan pada tahun 2015 dan berlokasi di Jalan Raya Mojo, Tambi Bendo, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Latansa *Minimarket* didirikan pada tahun 2017 dan berlokasi di Jalan Raya

⁹ Universitas Muhammadiyah Surakarta, "Latar Belakang Swalayan", Perpustakaan Universitas Islam Riau https://eprints.ums.ac.id/16706/2/Bab_1.pdf, di akses pada tanggal 26 Januari 2024

¹⁰ Observasi dan wawancara Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri 26 Januari 2024

Sukoanyar, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Terdapat juga Grosir & Swalayan Surya yang berdiri pada tahun 2018 di Jalan Raya Petok, Kec. Mojo, Kab. Kediri. Swalayan D&D *Mart* didirikan tahun 2019 di Jalan Raya Mojo, Melati, Kec. Mojo, Kab. Kediri, dan Firdaus *Mart* pada tahun 2023 di Jalan Raya Sukoanyar, Kec. Mojo, Kab. Kediri.

Dari data tersebut, empat dari tujuh swalayan telah berdiri sejak tahun lebih awal dengan lokasi yang berdekatan, menunjukkan persaingan yang semakin ketat di antara mereka. Ini termasuk Berkah Mandiri Swalayan (berdiri sejak 1980), Swalayan R *Mart* (berdiri sejak 2013), Swalayan Putri Cahya (berdiri sejak 2015), dan Latansa *Minimarket* (berdiri sejak 2017). Selama proses observasi dan wawancara, peneliti mengamati secara langsung kondisi, suasana, dan kinerja swalayan tersebut. Dari keempat swalayan di Kecamatan Mojo tersebut, terlihat perbedaan yang dapat diperbandingkan:

Tabel 1.2
**Perbandingan Berkah Mandiri Swalayan, Swalayan R *Mart*,
Swalayan Putri Cahya, dan Latansa *Minimarket*
di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri**

Keterangan	Berkah Mandiri Swalayan	R <i>Mart</i>	Swalayan Putri Cahya	Latansa <i>Mini Market</i>
Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> - Penampilan rapi dengan menggunakan seragam saat melayani pelanggan. - Kesiapan dalam pelayanan - Ketepatan sesuai permintaan konsumen. - Dilengkapi dengan 18 CCTV yang memantau aktifitas swalayan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penampilan rapi dengan memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen. - Tepat waktu dalam pelayanan. - Tempat parkir luas. - Bangunan gedung yang luas dengan 4 CCTV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan sesuai permintaan konsumen. - Tempat parkir yang tidak begitu luas. - Dilengkapi dengan 2 CCTV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan sesuai dengan permintaan konsumen dengan baik. - Bangunan tidak begitu luas. - Dilengkapi dengan 3 CCTV.

	<ul style="list-style-type: none"> - Bangunan dan tempat parkir luas. - Tersedianya tempat ibadah. 			
Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan seperti mengambil barang jika pelanggan membutuhkan. - Merekomendasikan produk kepada pelanggan yang memerlukan bantuan dalam memilih barang. - Menyediakan tempat duduk untuk pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Merespons permintaan pelanggan seperti mengambil barang yang berada di atas rak. - Membantu pelanggan memasukkan barang di kendaraan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan cepat dan tanggap, terutama saat pembayaran di kasir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan dengan daya tanggap - Pembayaran cepat. - Membantu pelanggan memasukkan barang di kendaraan.
Kepastian dan Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi kepastian dan jaminan pelayanan yang baik. - Memberikan ganti rugi jika barang rusak atau pelanggan tidak menerima struk pembayaran. - Komplain maksimal 2 hari setelah kesalahan input barang saat pembayaran disertai bukti struk. - Memberikan hadiah menjelang hari raya idul fitri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjamin produk yang rusak jika sudah dibeli. - Barang yang salah input dalam struk pembayaran tidak dapat ditukar jika tidak dikomplain pada hari yang sama. 	<ul style="list-style-type: none"> - Barang yang salah input dalam struk pembayaran tidak dapat ditukar jika tidak dikomplain pada hari yang sama. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan kepastian pelayanan untuk pelanggan - Barang salah input dalam struk pembayaran tidak dapat ditukar selain pada hari itu, harus berupa barang, bukan uang.
Empati	<ul style="list-style-type: none"> - Bersikap ramah, murah senyum, dan sopan santun kepada pelanggan tanpa memandang status sosial. - Memberikan perhatian dan hadiah kepada pelanggan menjelang hari raya idul fitri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan tambahan dan perhatian lebih pada pelanggan jika dibutuhkan. - Bersikap ramah dan sopan santun. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan empati sepenuhnya pada pelanggan, terutama saat membutuhkan bantuan mengemas barang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperhatikan dengan sopan saat bertatap muka dengan pelanggan dan sopan santun dalam melayani.

Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan kebersihan, kerapian, dan kelengkapan produk. - Fasilitas yang memadai. - Lokasi yang strategis. - Jumlah karyawan yang cukup. - Layanan <i>delivery order</i> melalui <i>WhatsApp</i> dengan syarat minimal pembelian Rp. 250.000 dan jarak maksimal 10 km. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan tempat yang memadai, kebersihan, kerapian, dan kelengkapan produk. - Tempat parkir yang luas. - Jumlah karyawan yang mencukupi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat yang tidak terlalu luas, penerangan kurang memadai, dan kelengkapan produk yang lebih terbatas. - Layanan <i>delivery order</i> melalui <i>WhatsApp</i> dengan syarat minimal pembelian Rp. 300.000 dan jarak maksimal 5 km. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempatnya tidak begitu besar sehingga barang yang dijual tidak terlalu banyak. - Memiliki 4 karyawan.
-------------	--	---	--	--

Sumber : Observasi dan wawancara swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.¹¹

Berdasarkan tabel 1.2, terdapat perbedaan yang mencolok dalam hal keandalan, responsif, jaminan, empati, dan bukti fisik sebagai indikator kualitas pelayanan yang diberikan oleh empat swalayan tersebut. Melalui hasil observasi, pengamatan, dan wawancara, terlihat bahwa Berkah Mandiri Swalayan unggul dalam beberapa aspek, seperti lokasi strategis, luas tempat parkir, ketersediaan SDM, dan fasilitas yang disediakan.

Berkah Mandiri Swalayan dilengkapi dengan 18 CCTV untuk pengawasan, sehingga pelanggan dapat berbelanja dengan aman dan nyaman tanpa khawatir akan keamanan dan keadaan kendaraan mereka yang diparkir. Tempat parkir luas tersedia untuk mobil dan motor, dengan layanan responsif dan sopan. Pelanggan juga dapat melakukan pemesanan online melalui *WhatsApp* dengan menghubungi nomor Admin 081946665081, dengan nilai

¹¹ Observasi dan wawancara Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, Tanggal Sabtu 27 Januari 2024

pemesanan minimal Rp. 250.000 dan jarak maksimal pengantaran 10 km. Komplain juga dapat disampaikan melalui *WhatsApp* di nomor yang sama, atau langsung datang ke Berkah Mandiri Swalayan dengan membawa struk pembelian, dengan batas waktu maksimal 2 hari. Selain itu, menjelang Hari Raya Idul Fitri, Berkah Mandiri Swalayan memberikan bingkisan kepada pelanggan tetap.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, menjadi fokus utama. Awalnya berdiri sebagai toko kelontong biasa tanpa nama pada tahun 1980 oleh Bapak H. Ahmad Jarkoni dan Ibu Hj. Suyati, Berkah Mandiri Swalayan berkembang pesat karena menyediakan produk lengkap dengan harga terjangkau dan dilengkapi dengan fasilitas pelayanan yang memadai. Pada tahun 2012, toko kelontong tersebut diberi nama Berkah Mandiri Swalayan oleh orang tua Ibu Luluk Yundiana, S.Mat., kemudian usaha ini dilanjutkan oleh suami istri, Bapak M. Syaifudin Zuhri, S.E. dan Ibu Luluk Yundiana, S.Mat.

Berkah Mandiri Swalayan memiliki 9 (sembilan) karyawan dengan melayani kebutuhan masyarakat secara menyeluruh sehingga terus menyediakan produk yang lengkap untuk konsumen terutama konsumen kelas menengah ke bawah. Saat ini, Berkah Mandiri Swalayan telah berkembang dengan punya tiga cabang swalayan. Cabang pertama di Jalan Raya Mojo, 01/04, Besi Melati, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Cabang kedua di Jalan Raya Kedawung 01/01, Mojo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Lalu cabang ketiga berada di Jalan Raya Mojo No. 116, Ploso, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Dengan

adanya tiga cabang ini, Berkah Mandiri Swalayan semakin meraih lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai wilayah.

Visi dan Misi Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri yaitu kepuasan pelanggan menjadi prioritas paling utama dan mencari laba keuntungan, berusaha menjadi sebuah swalayan lokal dalam wilayah untuk dapat bersaing dengan kompetitif dalam merebut, menarik, dan mempertahankan konsumen, menjadi swalayan yang bersifat unggul dari segi kualitas pelayanan dengan memuaskan pelanggan, mengembangkan inovasi pelayanan, dalam bekerja menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan keadilan agar terciptanya pembelian secara berulang atau yang disebut loyalitas.¹²

Beberapa keluhan dari pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan, Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, termasuk ketidakterediaan label harga dan lambatnya layanan di kasir. Hal ini telah menimbulkan ketidakpuasan bagi sebagian konsumen. Upaya peningkatan kualitas layanan di Berkah Mandiri Swalayan meliputi inovasi dan fokus pada peningkatan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, namun masih terdapat keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan menanggapi keluhan, pelanggan dapat mengirimkan keluhan, kritik, atau saran melalui WhatsApp ke nomor 081946665081 atau langsung ke Berkah Mandiri

¹² Luluk Yundiana, Wakil Manager Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, Tanggal Sabtu 27 Januari 2024

Swalayan.

Berikut adalah tabel yang memperlihatkan data keluhan pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, dari tahun 2019 hingga 2023.

Tabel 1.3
Jumlah Komplain Pelayanan Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri pada Tahun 2019- 2023

Tahun	Jumlah Komplain	Jenis Keluhan
2019	89	Tempat kurang luas, barang kurang lengkap
2020	64	Pelayanan di kasir lama, pelayanan kurang ramah, penataan produk kurang rapi
2021	58	Tidak ada label harga, barang kurang lengkap
2022	41	Beberapa barang tidak ada label harga, pelayanan di kasir lama
2023	33	Beberapa barang tidak ada label harga, pelayanan di kasir lama

Sumber Data : Buku komplain dari tahun 2019 sampai 2023 Swalayan Berkah Mandiri di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

Berdasarkan tabel 1.3, diketahui bahwa pada tahun 2019 terdapat 89 keluhan pelanggan mengenai swalayan yang kurang luas dan kurang lengkapnya barang yang dijual. Pada tahun 2020, jumlah keluhan menurun menjadi 64 dengan jenis keluhan seperti layanan kasir yang lambat, pelayanan yang kurang ramah, dan penataan produk yang kurang rapi. Pada tahun 2021, jumlah keluhan kembali menurun menjadi 58 dengan keluhan utama tentang tidak adanya label harga dan kurang lengkapnya barang yang dijual.

Pada tahun 2022 jumlah komplain menurun 41 dengan keluhan beberapa barang tidak ada label harga dan pelayanan di kasir lama. Pada tahun 2023 juga terdapat komplain yang sama namun jumlah komplain cenderung berkurang 33 sehingga telah terjadi penurunan jumlah komplain dengan keluhan beberapa

barang tidak ada label harga dan pelayanan di kasir lambat. Dalam menghadapi komplain pelanggan Berkah Mandiri Swalayan terus berusaha mengevaluasi, memperbaharui sistem pelayanan sehingga terus dikunjungi dan menjadi tempat berbelanja bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Berkah Mandiri Swalayan terus berupaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan dengan baik.¹³

Peneliti juga mewawancarai beberapa pelanggan mengenai kualitas pelayanan di Berkah Mandiri Swalayan. Pelanggan menyatakan bahwa selain harga barang yang murah dan kelengkapan barang yang dijual, fasilitas yang disediakan juga memadai. Namun, banyaknya pembeli membuat layanan di kasir menjadi lambat dan beberapa barang tidak memiliki label harga. Meskipun demikian, saat pelanggan kembali berbelanja, label harga sudah dipasang sehingga mereka lebih mudah melihat harga sebelum membeli.

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa ketika Berkah Mandiri Swalayan menerima keluhan, mereka segera melakukan perbaikan dan peningkatan agar pelanggan merasa puas saat berbelanja.¹⁴ Dari hasil observasi peneliti, meskipun masih ada keluhan tentang layanan, omzet penjualan Berkah Mandiri Swalayan terus meningkat setiap tahun, seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Jumlah Omzet Penjualan Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Tahun 2019- 2023

No	Tahun	Omzet Penjualan (Rp)
1.	2019	Rp. 292.921.175
2.	2020	Rp. 8.722.986.572
3.	2021	Rp. 9.462.771.736

¹³ M. Syaifudin Zuhri, Manager di Berkah Mandiri Swalayan, Tanggal 27 Januari 2024

¹⁴ Siti Khotimah, Pelanggan Berkah Mandiri Swalayan, Tanggal 27 Januari 2024

4.	2022	Rp. 10.478.450.829
5.	2023	Rp. 12.150.813.726

Sumber Data : Buku Tahunan Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri¹⁵

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, bisa diketahui bahwa Berkah Mandiri Swalayan terus berupaya meningkatkan pendapatannya. Salah satu upayanya yakni pada tahun 2020, mereka memperkenalkan layanan *delivery order* untuk memfasilitasi belanja pelanggan, yang menghasilkan peningkatan pendapatan yang signifikan, mencapai 8M. Pendapatan dari tahun 2021 hingga 2023 terus meningkat dan stabil, menurut buku tahunan yang diamati, meskipun ada keluhan dari pelanggan, tetapi mereka masih berbelanja secara teratur di Berkah Mandiri Swalayan.¹⁶ Untuk memahami tingkat intensitas pembelian di swalayan ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan Wakil Manager di Berkah Mandiri Swalayan untuk melihat data pembelian pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa:

Tabel 1.5
Jumlah Kunjungan Pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan
Tahun 2019- 2023

Tahun	Jumlah Pembeli
2019	19.306
2020	188.090
2021	265.207
2022	300.440
2023	346.512

Sumber Data : Data Wawancara dan Diolah Peneliti¹⁷

Berdasarkan Tabel 1.5, dalam Laporan Kasir Berkah Mandiri Swalayan, diketahui bahwa jumlah pelanggan yang melakukan pembelian pada tahun 2019

¹⁵ Buku Tahunan Swalayan Berkah Mandiri, Tanggal 27 Januari 2024

¹⁶ M. Syaifudin Zuhri, Pemilik Berkah Mandiri Swalayan, Tanggal 27 Januari 2024

¹⁷ Luluk Yundiana, Wakil Manager Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, Tanggal Sabtu 27 Januari 2024

hanya sebanyak 19.306 orang. Hal ini disebabkan oleh wabah COVID-19 yang mengakibatkan pembatasan aktivitas di luar rumah dan penurunan perekonomian, sehingga pendapatan masyarakat berkurang dan daya beli menurun. Pada tahun 2020, pandemi mulai stabil sehingga perekonomian kembali berjalan normal dan aktivitas belanja meningkat, dengan jumlah pembelian mencapai peningkatan drastis menjadi 188.090 orang.

Dari tahun 2021 hingga 2023, perekonomian semakin stabil sehingga angka pembelian juga mulai stabil dan bahkan meningkat setiap tahunnya. Jika dilihat dari data tersebut, meningkatnya intensitas pembelian oleh pelanggan menunjukkan bahwa Berkah Mandiri Swalayan memiliki kualitas pelayanan yang baik. Hal ini juga dibuktikan dengan data wawancara yang menunjukkan tingginya intensitas pembelian ulang oleh pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

Tabel 1.6
Data Intensitas Pembelian di Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

Intensitas Pembelian	Pelanggan
Beli 1 kali	11 orang
Beli > 1 kali	29 orang
Jumlah	40 orang

Sumber data : Observasi awal penelitian dengan pelanggan Berkah Mandiri Swalayan¹⁸

Berdasarkan tabel 1.6 di atas, peneliti mewawancarai 40 responden dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan yang melakukan pembelian hanya sekali sebanyak 11 orang, sedangkan pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari satu kali sebanyak 29 orang, jika dilihat dari

¹⁸ Observasi dan wawancara dengan pelanggan Berkah Mandiri Swalayan pada 27 Januari 2024

data tersebut, pelanggan yang melakukan intensitas pembelian lebih dari satu kali atau melakukan pembelian ulang lebih banyak berarti dapat dikatakan bahwa mereka memiliki sikap loyalitas.

Menurut Kotler, loyalitas pelanggan adalah ketika seseorang melakukan pembelian ulang pada merek tertentu, dan indikator loyalitas pelanggan dilihat dari intensitas pembelian secara berkelanjutan, bukan dari seberapa banyak mereka membeli dalam satu waktu.¹⁹ Berdasarkan teori tersebut, peneliti mengukur tingkat loyalitas pelanggan berdasarkan produk yang dibeli secara berulang kali. Indikator pelanggan yang loyal dapat diketahui dari intensitas pembelian ulangnya di Berkah Mandiri Swalayan, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

Dalam pandangan Islam, praktik bisnis tidak hanya menekankan pada penjualan produk berkualitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tetapi juga pada proses komunikasi yang terus berkelanjutan melalui pemasaran produk yang membangun hubungan dengan pelanggan atau disebut loyalitas pelanggan. Dalam QS. Az-Zalzalah ayat 7 dan 8, disebutkan:

نَمَلْ اَنْتُمْ لِمَعِي ذَقْرَ اَرِيْخْ هَرِي (v) نَمُو لِمَعِي اَنْتُمْ لِ ذَا رَشَقْرَ هَرِي (٨).

Artinya: "Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji *dzarra*, dia akan melihat balasannya (7). Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji *dzarra*, niscaya akan melihat balasannya pula (8)."²⁰

Ayat ini menjelaskan bahwa setiap muslim harus memiliki etika bisnis yang benar. Pemahaman mengenai kepuasan, promosi, layanan, dan loyalitas terhadap pelanggan menjadi indikator kesadaran akan pengawasan dari Sang

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 34.

²⁰ Hidayatulloh, *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*, 817.

Maha Pencipta. Tidak boleh ada kecurangan atau kelalaian dalam memberikan pelayanan guna terjalinnya hubungan yang baik dengan pelanggan. Setiap aktivitas sekecil apa pun harus dilakukan dengan niat yang baik, sehingga seorang pebisnis yang baik adalah seorang pelaku bisnis yang bertaqwa.²¹

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, Berkah Mandiri Swalayan merupakan swalayan yang menyediakan berbagai produk lengkap dengan fasilitas pelayanan yang memadai, sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Berkah Mandiri Swalayan dan bagaimana kualitas tersebut dapat membentuk loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji lebih dalam dengan mengangkat judul **“Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Berkah

²¹ Haykal Garin Wiryada, “Kepuasan, Promosi, Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen”, Journal Ayah dan Hadits Ekonomi”(Yogyakarta:2023), Vol.1 No. 3, 4

Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas, maka dapat dirumuskan tujuan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan kualitas pelayanan pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.
3. Untuk menjelaskan peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan dapat menjadi kontribusi ilmiah bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca secara umum, baik dalam ranah ilmu teori maupun praktek. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan khususnya pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Selain itu, dapat meningkatkan pemahaman

dalam meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan realitas di lapangan khususnya di Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

b. Bagi Pemilik Berkah Mandiri Swalayan

Dari penelitian ini, diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan guna memperoleh loyalitas dari pelanggan khususnya Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

c. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan melakukan penelitian di bidang yang sama.

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, mahasiswa IAIN Kediri khususnya, mengenai peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan untuk dijadikan referensi penelitian di tingkat selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian penulis memiliki beberapa perbedaan dan kesamaan sebagai berikut:

1. Skripsi Aris Mardiyono dengan judul “Determinasi Faktor- Faktor Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan “ADA” Siliwangi Di Semarang.”²²

²² Aris Mardiyono, “*Determinasi Faktor- Faktor Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan “ADA”*”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dalam penciptaan maupun menjaga loyalitas pelanggan pada pasar swalayan ADA Siliwangi di Semarang. Kepercayaan pelanggan dapat menciptakan komitmen pelanggan terhadap perusahaan. Terlebih kualitas pelayanan menjadi pilar utama dari pemasaran jasa dan sukses perusahaan, sehingga secara konsep sinergitas ke tiga variabel ini memberikan kontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, termasuk penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan salah satu variabel pembahasan tentang loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sekarang adalah lokasi penelitian yang peneliti lakukan di Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, penelitian terdahulu membahas mengenai determinasi faktor-faktor loyalitas pelanggan pada swalayan sedangkan penelitian ini membahas mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Berkah Mandiri Swalayan.

2. Skripsi Endang Tjahjaningsih, Diana Yunita Sari dengan judul “Peranan Kepuasan pelanggan Sebagai Mediasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”.²³

Hasil penelitian menghasilkan citra perusahaan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan selanjutnya citra

Siliwangi Di Semarang”. 2015

²³ Endang Tjahjaningsih, Diana Yunita Sari, “ *Peranan Kepuasan pelanggan Sebagai Mediasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”. 2019

perusahaan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian terbukti adanya citra perusahaan dan persepsi harga citra memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas dengan mediasi oleh kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa melalui citra perusahaan dan persepsi harga mampu menciptakan kepuasan yang akhirnya akan membentuk loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, termasuk penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan salah satu variabel pembahasan tentang loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sekarang adalah lokasi penelitian di Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, penelitian terdahulu membahas peranan kepuasan pelanggan sebagai mediasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sedangkan penelitian ini membahas peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sekarang adalah lokasi penelitian di Berkah Mandiri Swalayan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

3. Ni Putu Siwi Pratiwi, Dewa Nyoman Benni Kusyana, dengan judul “Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Ritel dengan Store Image dan Kepuasan Pelanggan”.²⁴

Hasil penelitian membuktikan store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan,

²⁴ Ni Putu Siwi Pratiwi, Dewa Nyoman Benni Kusyana, “*Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Ritel dengan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan*”. 2023

kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan memediasi pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, termasuk penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan salah satu variabel pembahasan tentang loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu membahas meningkatkan loyalitas pelanggan toko ritel dengan store atmosphere dan kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini membahas mengenai peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

4. Liling Lenlioni, dengan judul “Usaha- Usaha Swalayan R&B Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggannya Pasca Pandemi COVID-19”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa R&B Self-Service tetap eksis dan mampu bertahan ditengah persaingan memperebutkan pelanggan pasca pandemi Covid-19. Strategi yang diterapkan Swalayan R&B untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pasca Covid 19 adalah pelayanan terbaik dan sikap ramah, menyenangkan dan memuaskan terhadap konsumen, kualitas barang terjamin, harga terjangkau, dan fleksibilitas pembayaran baik tunai maupun non tunai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi ilmiah yang dapat disampaikan kepada mahasiswa sebagai intelektual dan calon wirausaha muda sebagai penggerak perekonomian di masa depan.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian

sebelumnya, termasuk penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan salah satu variabel pembahasan tentang loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu membahas Usaha- Usaha Swalayan R&B Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggannya Pasca Pandemi COVID-19 sedangkan penelitian ini membahas mengenai peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

5. Ana Qurotulaini, dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Swalayan Johar Rejotangan Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Menurut Prespektif Ekonomi Islam”.²⁵

Hasil penelitiannya yaitu pada produk, harga, promosi, pelayanan, serta fasilitas fisik. Menurut Pandangan Ekonomi Islam dengan hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh swalayan Johar sudah sesuai dengan karakteristik yang terdapat pada *syariah marketing* yaitu konsep ketuhanan, etis, realistis, dan humanitas.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, termasuk penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan salah satu variabel pembahasan tentang loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu membahas analisis strategi pemasaran swalayan johar rejotangan dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan menurut prespektif ekonomi islam sedangkan penelitian ini membahas mengenai peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan di

²⁵Ana Qurotulaini, “Analisis Strategi Pemasaran Swalayan Johar Rejotangan Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan Menurut Prespektif Ekonomi Islam”(Tulungagung:2022)

Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.