

**STRATEGI PELAYANAN PADA INDUSTRI RITEL DALAM  
MEMPERTAHANKAN KESETIAAN PELANGGAN**  
**(Studi Pada Pengusaha Ritel Modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur)**

**Pipit Afifah<sup>1</sup>**

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

[Avivahpipit@gmail.com](mailto:Avivahpipit@gmail.com)

**Abstract**

Every retail entrepreneur in East Lampung is required to be able to satisfy customer aspects by assessing the desires, needs and expectations of customers to the market. The strategy carried out by modern retailers is the fact that customers who are not satisfied for the goods or services they have consumed will look for suppliers of goods or services from the other companies. The problems faced in this modern retail business are strategies to attract customers who are used in the modern retail industry of Alfamart and Indomaret still use the same system, by way of maximal service, because it must be in accordance with the wishes of consumers. We must be able to be friendly to attract customers, so that customers are able to survive in all of these retail industries.

**Keywords:** *Service Strategy, Customer Loyalty*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman dan globalisasi itu mengakibatkan keberadaan ritel modern semakin merusak dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan pola berbelanja dimasyarakat. Perubahan pola berbelanja ini dipengaruhi oleh faktor-faktor yang secara tidak langsung berhubungan tetapi memiliki pengaruh yaitu lingkungan social. Industri yang marak di Indonesia adalah yaitu minimarket. Hampir (*pelanggan*) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu disetiap sudut kota maupun desa ada minimarket yang dikembangkan oleh masyarakat secara mandiri atau seorang pengusaha besar. Pada penelitian Hortaçsu dan Syverson (2015), tentang evolusi industri ritel yang sedang berlangsung di Amerika, menunjukkan bahwa selama

jangka waktu 60 tahun dari tahun 1954 sampai dengan tahun 2014, nilai tambah sektor ritel terus mengalami penurunan dari 8.7% menjadi dibawah 6% saat tahun 2014. Ritel modern jenis minimarket waralaba juga berdampak pada ritel tradisional dikarenakan seorang pengecer besar mempunyai kelebihan antara harga yang kompetitif, pelayanan kenyamanan dalam berbelanja serta sistem distribusi yang lebih baik, sedangkan ritel tradisional diindonesia juga masih bermasalah dengan internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasaranapasar yang sangat minim. Sebagaimana Perpres No. 112/2007 tentang penataan dan pembinaan, pembelanjaan dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada pasal 1 ayat 12 yang tentang peraturan zona, yang diharapkan mampu melindungi pedagang tradisional. Begitu juga halnya yang terdapat dalam undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil dalam

pasal 8 bahwa pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya akan persaingan dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan.

### **Teori Pelayanan**

Menurut Gronroos dalam Tjiptono (2014) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktifitas intangible yang biasa (*namun tidak harus selalu*) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Moenir, pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*Intangible*). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan. Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana

Berdasarkan uraian diatas, maka pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus

dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan. Pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman.

### **Teori Kesetiaan Pelanggan**

Menurut Wati dan Nugraha (2016) merupakan loyalitas konsumen pada sebuah toko merupakan satu-satunya faktor yang paling penting atas kesuksesan strategi pemasaran dan keberlangsungan hidup toko yang bersangkutan. Loyalitas telah digunakan sebagai ukuran keberhasilan dalam strategi pemaan keputusan saat hendak memilih maupun mengembangkan loyalitas terhadap suatu produk atau jasa tertentu).

Menurut Kotler (2009) loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan ketika pelanggan merasa puas setelah melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila produk yang dipilih melebihi harapan pelanggan atau setidaknya sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan akan terjadi apabila produk yang dipilih tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan.

Dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan tersebut harus memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

- a. Perhatian (*Caring*), perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan maupun masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Sebagaimana pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi

- ulang dengan perusahaan. Pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan yang loyal.
- b. Kepercayaan (*Trust*), kepercayaan tumbuh dalam proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam membina hubungan dengan pelanggan, yaitu dengan segala jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus memiliki kualitas dan kesempurnaan, sebagaimana dijanjikan, sehingga pelanggan tidak merasa tertipu, atau kecewa., yang mana hal ini dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke produk pesaing.
  - c. Perlindungan (*Length of Patronage*), perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada kepelanggannya baik berupa kualitas produk, pelayanan, complain atau layanan purna jual.
  - d. Kepuasan akumulatif (*Overall Satisfaction*), keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau *study kasus* (*case study*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif (Arikunto:2013) Penelitian ini termasuk dalam bidang penelitian sosial, yaitu penelitian yang obyeknya berupa gejala atau fenomena social, baik di bidang politik, ekonomi, pendidikan, agama maupun hukum dan sebagainya. Penelitian

ini bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Deskriptif analisis ini dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya.

### Populasi dan Sample

Populasi adalah semua individu untuk semua kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sample itu hendak digeneralisasikan. Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian. Jumlah populasi yang akan diteliti yaitu 40 pengusaha ritel Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur. Dikatakan pelanggan setia karena seseorang itu merupakan konsisten atau tidak berpindah pindah tempat dalam berbelanja. Adapun populasinya berjumlah 180 orang terhitung mulai tahun 2018-2019. Berdasarkan populasi yang kurang dari 100 orang maka sampel dalam penelitian ini adalah semua jumlah populasi yang ada sebanyak 40 pengusaha ritel Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur, dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja dan telah sesuai dengan semua persyaratan sampel yang akan diperlukan.

Pengambilan sampel ini harus didasarkan atas ciri-ciri, sifa-sifat, atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok. Misalkan di Lampung Timur, peneliti akan melihat gambaran strategi mempertahankan kesetiaan pelanggan dan pelayanan pada pengusaha ritel, berarti sample tidak bisa secara acak karena tidak setiap pengusaha ritel Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur menggunakan strategi yang sama.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun respon yang terlihat di masyarakat terhadap ritel modern sumber Alfaria Trijaya Tbk ini dalam mempertahankan pelanggan dalam penjualannya kurang baik. Dilihat dari hasil penelitian dari bab sebelumnya, yakni sebagian customer (*pelanggan*) ada yang merasa nyaman pas saat diwawancarai oleh peneliti dan sisanya sebagian merasa dirugikan atas pihak karyawan dan Ritel Modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur yang mengakibatkan strategi untuk mempertahankan pelanggan.

Adapun strategi yang digunakan oleh Ritel Modern Sumber Alfaria Triajaya Tbk di Lampung Timur untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan adalah:

1. Pemilihan lokasi yang sangat dijangkau oleh masyarakat yakni ritel modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Lampung Timur, tempatnya yang stretegis.
2. Promo harga dan produk (*item*) ritel Modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Lampung Timur melakukan promo harga melalui media cetak dan elektronik dan menyediakan harga yang kompetitif dan dengan adanya diskon, mengenai produk tersebut yakni memiliki kualitas yang sangat baik.
3. Pembukaann sebagai tempat pembelanjaan, Sumber Alfaria Trijaya Tbk dalam 18 jam, yakni ritel modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk di lampung Timur system kerjanya part time atau dengan pergantian karyawan. Adapun penjelasanya Sif 1 jam Pukul 07.00-18.00 dan sif 2 dari Pukul 14.00-22.00 Wib.
4. Kemudahan pembayaran secara tidak tunai merupakan pelanggan bisa melakukan melalui pembayaran menggunakan kartu kredit/Atm.

5. Adanya fasilitas anggaran kartu anggota, afamart menyediakan fasilitas kartu Ponta, karna mempermudah customer (*pelanggan*) untuk mendapatkan bonus belanja atau potongan harga.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh ritel modern sumber Alfaria Traijaya Tbk di Lampung Timur untuk mempertahankan pelanggan dan pelayanan masyarakat dilihat dengan:

1. Pemilihan lokasi yang dapat dijangkau oleh masyarakat secara strategis, promo harga dan produk, Melayani customer (*pelanggan*) dengan ramah tamah.
2. Adapun dari segi strategi seluruhnya belum mengacu (*belum sesuai*) dengan Ekonomi Islam seperti bayaran yang diatagih merupakan penipuan yang dilihat dari system ekonomi islam tidak sesuai dengan bisnis secara islam karena seharusnya menumbuhkan sikap jujur . Sebagaimana harga yang ditentukan bisa berbeda dengan dilain tempat atau dilebel daftar itu juga merupakan system yang ketidakjujuran mengenai harga yang sebenarnya yang harus dibayar oleh konsumennya. Seperti keterangan-keterangan para pelanggan yang sudah terlanjur berbelanja di ritel modern sumber alfaria trijaya tbk di Lampung Timur dari beberapa mengaku mendapat ketidakjujuran dan tidak transparan penjual mengenai harga .

### Saran

1. Bagi pengusaha ritel modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Lampung Timur dianjurkan untuk terus menjaga dan meningkatkan pelayanan, terutama pelayanan saat customer berbelanja. Karena belum memenuhi harapan customer (*pelanggan*) sehingga lebih

ditingkatkan lagi. Selain itu, diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan guna meningkatkan kesetiaan pelanggan atau minat beli. Sehingga dapat menjaga kesetiaan pelanggan, apabila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan merasa setia dalam berbelanja di ritel modern sumber Alfaria Trijaya Tbk di Lampung Timur tersebut.

2. Untuk Pemerintah hendaknya memberikan perhatian yang lebih kepada para pengusaha Ritel modern sumber Alfaria Triajya Tbk Di lampung Timur agar pengusaha ini menjadi lebih sejahtera. Dengan kontrol strategi dan pelayanannya yang memihak customer akan lebih bersemangat untuk berbelanja lebih banyak lagi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2013.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Hortaçsu, Ali & Chad Syverson.2015.*The Ongoing Evolution Of US Retail: A Format Tug-Of War*. Journal Of Economic Perspectives Volume 29
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Susilawati, Wati. dan Nugraha, Didit Aditia. 2016 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Ritel Dan Atmofir Gerai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Yomart Wanaraja 2 Garut*, Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 15.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset