

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi wisata terkenal di Indonesia. Berdasarkan data BPS provinsi Bali sebagaimana dilihat pada Gambar 1.1, kunjungan wisatawan ke Bali pada bulan Agustus 2024 mencapai 616.641. Pertumbuhan wisata yang semakin meningkat tentunya akan berdampak pada industri kreatif pariwisata seperti jasa penginapan yang semakin banyak dibangun dengan ciri khas masing-masing, daya tarik kuliner yang memiliki cita rasa yang beragam dan unik, dan pusat perbelanjaan modern maupun tradisionalnya. Banyaknya pusat perbelanjaan ini terjadi karena kegiatan berbelanja adalah kegiatan yang paling disukai oleh wisatawan saat berkunjung ke Bali, dimana wisatawan akan membeli oleh-oleh sebagai buah tangan atau kenang-kenangan sebagai bukti perjalanan mereka ke Bali.



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Wisman

(Sumber: BPS.go.id, 2024)

Melihat perkembangan jumlah wisatawan tersebut menyebabkan banyak tempat oleh-oleh seperti pasar seni tradisional yang terletak di lokasi strategis, menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Di pasar seni ini, pengunjung dapat membeli berbagai cinderamata khas Bali yang dibuat oleh pengrajin lokal. Selain itu, mereka juga bisa menemukan lukisan, tas anyaman, keranjang anyaman, kaos, kain pantai, dan berbagai barang lainnya yang cocok untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Kekurangan dari pasar seni tradisional adalah kurang bersih dan nyaman, jam operasional yang tidak menentu dan sering kali tutup, kurangnya fasilitas modern seperti sistem pembayaran non tunai, dan harga produk yang tidak tetap. Nyatanya saat ini konsumen lebih memilih ke tempat oleh-oleh modern karena kemudahan akses konsumen dalam mendapatkan produk, pasar modern memiliki tata ruang yang lebih nyaman dan tertata, pasar modern menyediakan produk dengan harga yang terjangkau, dan memiliki alat pembayaran non tunai.

Banyaknya konsumen yang mulai beralih dari pasar seni tradisional ke toko oleh-oleh modern menyebabkan munculnya berbagai pilihan toko untuk membeli buah tangan khas Bali seperti toko Erlangga di Denpasar, yang menjadi pelopor toko oleh-oleh modern di Bali. Di sini, pengunjung dapat menemukan berbagai kebutuhan busana khas Bali, termasuk pakaian untuk ke pantai, pura, batik serta aksesoris dan barang kerajinan khas Bali lainnya. Terdapat juga Joger Bali, yang menjadi salah satu lokasi untuk mencari oleh-oleh berupa kaos dengan tulisan yang unik. Toko kaos Joger terkenal berkat keunikan kalimat-kalimat lucu yang terdapat di setiap kaos yang mereka produksi. Setiap kaos memiliki kalimat lucu yang khas dan jarang ditemukan di produk dari daerah lain. Selain itu hadir juga The Keranjang Bali yang menjadi salah satu destinasi belanja wisatawan di Bali. The

Keranjang mengusung tema "Bali dalam satu keranjang," yang dimana menggabungkan budaya, hiburan, dan edukasi khas Bali dalam satu lokasi. Sejak didirikan pada tahun 2019, The Keranjang Bali menawarkan suasana belanja yang baru dengan arsitektur menarik dan berbagai pengalaman seru untuk membeli oleh-oleh.

Dilansir dari artikel berita online Kumparan yang diakses pada tanggal 1 September 2024, Krisna Oleh-Oleh Bali merupakan pusat oleh-oleh terbesar dan terlengkap di Asia Tenggara yang kepopulerannya tentu tidak terlepas dari sejarah yang panjang, sehingga dari banyaknya toko oleh-oleh yang ada di Bali Krisna menjadi toko yang banyak peminat dan dikunjungi. Krisna Oleh-Oleh Bali merupakan bagian dari PT Krisna Nusantara Grup yang telah berdiri pada tanggal 16 Mei 2007 di Denpasar. Latar belakang berdirinya toko ini karena inspirasi dari banyaknya peminat pada kaos yang dijual pada konveksinya. Usahanya sudah berkembang pesat bahkan melebihi target diharapkan, yang membuat pemilik memulai mendirikan *outlet* berikutnya di setiap daerah mulai dari Krisna Nusa Indah, Krisna Nusa Kambangan, Krisna Sunset Road, Rama Krisna Tuban, Krisna Singaraja, Krisna Samasta, Krisna Surabaya, Krisna Desa Wisata Blangsinga dan Krisna Bypass.

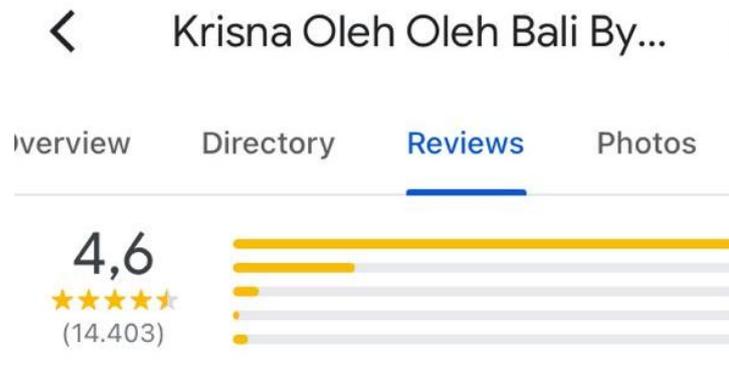
Krisna Bypass yang berlokasi di Jl. Bypass Ngurah Rai, Kuta. Krisna Bypass menawarkan berbagai macam produk yang bisa dijadikan oleh-oleh, seperti aksesoris, busana khas Bali, tas anyaman, sandal dan camilan seperti aneka kacang, pie susu, bakpia, dengan harga yang terjangkau mulai dari Rp 10.000 hingga Rp 1.000.000 pastinya dapat bersaing dan tidak perlu tawar menawar. Dengan berbagai macam produk UMKM yang memang berkualitas dan terjamin higienisnya. Tidak

hanya dinilai lengkap saja, Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai juga memiliki fasilitas yang memadai. Beberapa diantaranya, seperti mudah dijangkau oleh wisatawan karena dekat dengan bandara dan obyek wisata, areal parkir yang luas untuk menunjang kemudahan dalam berbelanja, memiliki tempat yang nyaman karena area toko yang luas dan memiliki area *rooftop* dengan *pool bar*.

Pengunjung Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai jika dilihat dari tampak luar memang terlihat banyak, namun kenyataan yang ada di lapangan mulai dari Bulan Juli hingga September Tingkat kunjungan wisatawannya mengalami fluktuasi. Hal ini didapatkan langsung dari data perusahaan, dimana pada data tersebut bulan Juli banyak pengunjung ke Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai sebanyak 129.474, Agustus sebanyak 112.356 pengunjung, dan pada bulan September sebanyak 115.852 pengunjung, maka dari itu dapat dinyatakan untuk jumlah pengunjung mengalami fluktuasi. Fluktuasi ini juga disebabkan karena data pengunjung wisatawan mancanegara yang juga berfluktuasi sehingga berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai.

Berdasarkan dari observasi awal yang telah dilakukan terhadap 20 orang konsumen yang berkunjung ke Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai, diperoleh delapan orang konsumen menyatakan bahwa sudah mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa citra perusahaan Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai sudah baik. 12 orang konsumen menyatakan hal sebaliknya yakni, merasa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan karena pengetahuan karyawan mengenai produk masih kurang baik serta pelayanan yang dilakukan oleh karyawan belum memenuhi *Standard Operating Procedure (SOP)*. Tidak hanya pada kualitas pelayanan saja,

namun dari segi citra perusahaan 12 orang konsumen merasa citra perusahaan masih kurang baik.



Gambar 1.2 *Rating dan Reviews*

(Sumber: Google Maps, 2024)

Hal ini dapat dibuktikan pada Gambar 1.2, melalui *rating* dan juga *reviews* menunjukkan penilaian 4,6 bintang pada Google Maps hal ini berarti citra perusahaan sudah baik namun, rata-rata pengunjung yang memberikan *rating* dan *reviews* berkomentar bahwa masih ada kekurangan pada citra perusahaan yaitu perlakuan dari tukang parkir yang tidak ramah, kendaraan yang keluar masuk ke Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai membuat terjadinya kemacetan, dan pengemasan untuk produk yang akan dikirimkan ke konsumen luar daerah masih kurang baik sehingga menyebabkan produk sampai dengan keadaan rusak. Dari observasi awal ini, diduga bahwa penyebab kepuasan seorang konsumen berasal dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

Jika dihubungkan dengan kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2016). Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan

pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum. Penting bagi para pelaku pasar dan mereka yang bertanggung jawab terhadap pelayanan konsumen untuk memiliki suatu apresiasi yang solid mengenai kebutuhan-kebutuhan dan harapan-harapan konsumen. Sebuah perusahaan bisa menghasilkan kepuasan konsumen dengan cara memenuhi harapan. Ketika konsumen berinteraksi dengan para pelaku bisnis, mereka mempunyai harapan-harapan tentang beberapa aspek dari interaksi tersebut dan juga tentang apa yang ditransaksikan. Faktor terpenting agar konsumen tetap membeli di sebuah toko dan tidak memilih toko lainnya, yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik bertujuan agar konsumen merasa puas setelah berbelanja di Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai. Menurut Parasuraman *et al.* (1988), terdapat lima indikator utama dalam kepuasan konsumen, indikator inilah yang digunakan untuk mengukur kualitas dari layanan dan tentunya secara tidak langsung juga berhubungan dengan kepuasan konsumen. Lima indikator tersebut, yaitu *tangible* (Berwujud), *reliability* (Keandalan), *responsiveness* (Daya Tanggap), *assurance* (Jaminan) dan *empathy* (Empati), di Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan *standar operasional prosedur* karena kurangnya pengetahuan karyawan terhadap produk yang ditawarkan, karyawan lambat dalam merespon kebutuhan atau permintaan dari konsumen, dan karyawan tidak mampu memberikan rasa percaya atau jaminan kepada konsumen terkait keterampilan pengetahuan serta kompetensi yang dimiliki.

Citra perusahaan merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk mempengaruhi persepsi mereka terhadap apa yang ditawarkan dan akan memiliki dampak terhadap perilaku pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016). Hal ini terbukti dari melonjaknya wisatawan yang datang ke Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai untuk membeli buah tangan berupa camilan, pakaian, dan pernak-pernik khas Bali. Beberapa hal yang juga dilakukan untuk membentuk citra perusahaan yang baik dimata konsumen yaitu dengan melakukan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) berupa kegiatan yang berhubungan dengan kelestarian lingkungan maupun Masyarakat, menggelar event budaya bertajuk Saba Festival Blangsinga 2024 di Krisna Oleh-Oleh Blangsinga, memberdayakan UMKM sebagai pemasok produk yang ditawarkan, dan mengadakan kegiatan ulang tahun perusahaan berupa acara hiburan kepada masyarakat umum. Dalam hal ini nyatanya banyak pihak yang diuntungkan dan menjadikan citra perusahaan Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai positif.

Penelitian dari Sari *et al.* (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, begitu juga dengan penelitian dari Aswati *et al.* (2022) yang mendapatkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman di Kota Bandung. Berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahmandika *et al.* (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Latoki *et al.* (2023) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Hypermart Palu Grand Mall Kota Palu. Sedangkan

menurut Atmanegara *et al.* (2019) hasil penelitiannya menunjukkan tidak terdapat pengaruh dari citra perusahaan terhadap kepuasan Hotel Ijen View Bondowoso.

Berdasarkan uraian sebelumnya, variabel yang dipilih dalam penelitian ini antara lain adalah pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai variabel bebas, serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Variabel diatas dipilih didasari pada penelitian sebelumnya yang memberikan pengaruh kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai, serta penelitian terdahulu yang relevan dan memiliki hasil yang inkonsistensi untuk kemudian dicari lebih dalam dan dimaksud untuk menguji kembali mengenai variabel tersebut. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Krisna Oleh-Oleh Khas Bali”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mulai dari Bulan Juli hingga September tahun 2024.
2. Terjadinya fluktuasi pada jumlah pengunjung Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai mulai dari Bulan Juli hingga September tahun 2024.
3. Terjadinya dugaan bahwa jumlah pengunjung Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai yang merasa puas lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengunjung yang merasa tidak puas.

4. Adanya *rating* dan *reviews* dari konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai mengenai kurang baiknya citra perusahaan melalui aplikasi Google Maps.
5. Adanya kesenjangan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memfokuskan pada masalah kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai pada tahun 2024, fenomena masalah terjadi di perusahaan Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai yang juga melibatkan konsumen, serta permasalahan mengenai variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Dengan memperhatikan pembatasan-pembatasan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik dan mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai?

3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai.
2. Menguji pengaruh kualitas pelayanan perusahaan terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai.
3. Menguji pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang topik yang sama, baik di Indonesia maupun di luar negeri.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memberikan panduan bagi Krisna Oleh-Oleh Bypass Ngurah Rai dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui meningkatkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan daya saing bisnis dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

