

Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelayanan Prima

Increasing Customer Loyalty Through Excellent Service

Rani Farnida Telaumbanua & Enik Rahayu*

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 2025-03-15; Disetujui: 2025-03-23; Dipublish: 2025-06-23

*Corresponding Email: enikrahayu@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pelayanan yang memengaruhi loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawa serta strategi yang diterapkan oleh manajemen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Fokus utama penelitian adalah hubungan antara pelayanan prima dan loyalitas pelanggan, termasuk kendala yang dihadapi serta upaya perbaikannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, mengacu pada teori kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan strategi pelayanan prima. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelanggan, karyawan, dan manajemen, serta observasi langsung terhadap sistem pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keramahan staf, kecepatan layanan, dan ketersediaan produk merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Strategi manajerial seperti pelatihan karyawan, sistem antrian yang efisien, dan layanan keluhan pelanggan terbukti efektif meningkatkan kepuasan. Kendala seperti lonjakan pelanggan pada jam sibuk, keterbatasan stok, dan variasi keterampilan karyawan masih menjadi tantangan yang perlu dikelola secara berkelanjutan. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan pentingnya pemantauan berkala terhadap kualitas pelayanan dan evaluasi sistem yang telah diterapkan guna menjaga kepuasan pelanggan. Penelitian ini menyarankan agar studi selanjutnya dapat menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas, serta menguji efektivitas strategi pelayanan melalui pendekatan kuantitatif. Dengan demikian, pelayanan prima yang konsisten dan inovatif diyakini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat daya saing Kampoeng Djawa di industri ritel.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan; Pelayanan Prima; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This article aims to analyze service factors that influence customer loyalty in Kampoeng Djawa and strategies implemented by management in improving customer satisfaction. The main focus of the study is the relationship between excellent service and customer loyalty, including the obstacles faced and efforts to improve them. This study uses a qualitative approach with a case study, referring to the theory of customer satisfaction, customer loyalty, and excellent service strategies. Data were collected through in-depth interviews with customers, employees, and management, as well as direct observation of the service system. The results of the study indicate that staff friendliness, speed of service, and product availability are the main factors in building customer loyalty. Managerial strategies such as employee training, efficient queuing systems, and customer complaint services have proven effective in increasing satisfaction. Obstacles such as a surge of customers during peak hours, limited stock, and variations in employee skills are still challenges that need to be managed sustainably. The practical implications of these findings indicate the importance of regular monitoring of service quality and evaluation of the systems that have been implemented in order to maintain customer satisfaction. This study suggests that further studies can explore other factors that influence loyalty, as well as test the effectiveness of service strategies through a quantitative approach. Thus, consistent and innovative excellent service is believed to be able to increase customer loyalty while strengthening Kampoeng Djawa's competitiveness in the retail industry.

Keywords: Customer Loyalty; Excellent Service; Customer Satisfaction.

How to Cite: Rani Farnida Telaumbanua & Enik Rahayu. (2025). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Pelayanan Prima. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (1): 119-131.

PENDAHULUAN

Dalam industri ritel oleh-oleh, menjaga loyalitas pelanggan merupakan faktor utama dalam keberlanjutan usaha. Salah satu cara efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah melalui pelayanan prima yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Djawa di Bawen, Semarang, sebagai salah satu destinasi wisata belanja, memiliki tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Amelia & Widayanto, 2019). Studi oleh (Firatmadi, 2017) menegaskan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan. Demikian pula, penelitian oleh (Muhammad Supriyanto, 2019) menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, penelitian oleh (Chusnah & Syukhul, 2022) mengungkapkan bahwa pelayanan prima, lokasi strategis, dan kepuasan pelanggan berkontribusi secara positif terhadap loyalitas pelanggan. (Hidayati et al., 2023) juga menyatakan bahwa kombinasi harga, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan di sektor transportasi. Dalam konteks industri perhotelan, penelitian (Hendriyaldi, 2024) menunjukkan bahwa pelayanan prima dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan di hotel berbintang.

Lebih lanjut, penelitian oleh (Kartikasari & Syafitri, 2016) menegaskan efektivitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas. Penelitian oleh Guritno et al. (2023) juga mendukung temuan tersebut, dengan menyatakan bahwa marketing mix dan pelayanan prima berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, yang berdampak pada daya tarik wisata.

Penelitian oleh (Rufliansah & Daryanto Seno, 2020) menyoroti bahwa pelayanan prima tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan. Demikian pula, penelitian oleh (Kotler, 2014) menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang konsisten dan inovatif mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. (Hasan, 2018) juga menekankan bahwa dimensi kualitas pelayanan, seperti keandalan dan responsivitas, berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Dalam lingkup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penelitian (Rahayu, 2024) menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berujung pada loyalitas pelanggan. Studi lain oleh (Lina Nur Liasari & Enik Rahayu, 2023) juga mengangkat strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor makanan.

(Yonata et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dan kepuasan pelanggan berperan dalam membangun loyalitas pelanggan di sektor logistik. Selain itu, penelitian oleh (Falakh, 2016) memperkenalkan model SERVQUAL, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan persepsi mereka terhadap suatu merek atau bisnis.

Namun, meskipun banyak penelitian yang membahas hubungan antara pelayanan prima dan loyalitas pelanggan, masih sedikit yang secara spesifik mengkaji bagaimana pelayanan prima di pusat oleh-oleh dapat membangun loyalitas pelanggan dalam konteks kompetisi yang semakin ketat di industri ritel. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan menganalisis bagaimana pelayanan prima dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Djawa, Bawen, Semarang.

Penelitian ini penting karena dapat memberikan wawasan praktis bagi manajemen Kampoeng Djawa dalam meningkatkan daya saing mereka di industri yang sangat bergantung pada loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan pelayanan yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami bagaimana pelayanan prima dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Djawa, Bawen, Semarang (Moleong, 2007). Metode ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman pelanggan, strategi pelayanan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni memilih individu yang memiliki pemahaman mendalam terkait topik penelitian. Informan yang diwawancarai meliputi (Bungin, 2019):

Tabel 1. Informan penelitian

No	Kategori Informan	Jumlah	Kriteria Informan
1	Pelanggan Tetap	3 orang	Sering berbelanja di Kampoeng Djawa Memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan pelayanan di pusat oleh-oleh
2	Manajemen/Pemilik Usaha	1 orang	Pemilik atau manajer Kampoeng Djawa Memahami strategi pelayanan prima yang diterapkan
3	Karyawan Bagian Pelayanan	3 orang	Kasir, pramuniaga, atau staf yang berinteraksi langsung dengan pelanggan Memiliki pengalaman dalam melayani pelanggan serta memahami keluhan dan harapan mereka

Data dikumpulkan melalui beberapa metode berikut:

1. Wawancara mendalam dengan pelanggan, manajemen, dan karyawan.
2. Observasi langsung terhadap interaksi antara pelanggan dan karyawan.
3. Dokumentasi berupa catatan layanan pelanggan, testimoni pelanggan, dan data kepuasan pelanggan.

Berikut adalah beberapa pertanyaan utama yang akan diajukan kepada setiap kategori informan:

A. Untuk Pelanggan:

1. Apa alasan Anda memilih Kampoeng Djawa sebagai tempat membeli oleh-oleh?
2. Bagaimana pengalaman Anda dalam berbelanja di Kampoeng Djawa?
3. Bagaimana Anda menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan?
4. Faktor apa yang membuat Anda kembali berbelanja di sini?
5. Apakah ada kendala atau pengalaman kurang menyenangkan terkait pelayanan?
6. Apa yang bisa ditingkatkan dalam pelayanan Kampoeng Djawa agar lebih baik?

B. Untuk Manajemen/Pemilik Usaha:

1. Strategi apa yang diterapkan untuk memberikan pelayanan prima kepada pelanggan?
2. Bagaimana manajemen memastikan bahwa seluruh karyawan memberikan pelayanan yang optimal?
3. Apa tantangan terbesar dalam menjaga kepuasan pelanggan di Kampoeng Djawa?
4. Bagaimana Kampoeng Djawa menangani keluhan pelanggan?
5. Apakah ada program khusus yang diterapkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan?

C. Untuk Karyawan:

1. Bagaimana Anda melayani pelanggan di Kampoeng Djawa?
2. Apa yang menurut Anda menjadi keunggulan pelayanan Kampoeng Djawa dibandingkan tempat lain?
3. Apa kendala yang sering dihadapi dalam melayani pelanggan?
4. Bagaimana pelatihan atau arahan yang diberikan oleh manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
5. Apa yang bisa dilakukan agar pelanggan lebih puas dan tetap loyal terhadap Kampoeng Djawa?

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik, dengan langkah-langkah berikut:

1. Memilih dan menyaring informasi yang relevan dari hasil wawancara dan observasi.
2. Mengelompokkan jawaban informan ke dalam tema-tema seperti faktor pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas.
3. Memahami pola dan hubungan antar variabel berdasarkan data yang telah dikategorikan.
4. Menarik kesimpulan dan memberikan rekomendasi terkait strategi peningkatan loyalitas pelanggan melalui pelayanan prima.

Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi (Firman, 2018), yaitu:

1. membandingkan data dari pelanggan, karyawan, dan manajemen.
2. menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.
3. membandingkan temuan penelitian dengan teori dan penelitian sebelumnya terkait loyalitas pelanggan dan pelayanan prima.

Metode kualitatif dalam penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai peran pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawa. Dengan wawancara mendalam, observasi, dan analisis tematik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola usaha dalam meningkatkan daya saing melalui pelayanan yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pelayanan prima di Pusat Oleh-Oleh Kampoeng Djawa dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan metode tematik. Hasil penelitian ini dibagi menjadi beberapa temuan utama yang berkaitan dengan faktor pelayanan, strategi pelayanan prima, kendala dalam pelayanan, serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor Pelayanan yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan tetap Kampoeng Djawa, terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Keramahan Staf
 - 1) Pelanggan merasa nyaman dan dihargai ketika berinteraksi dengan staf yang ramah.
 - 2) Staf yang selalu tersenyum, sopan, dan siap membantu meningkatkan pengalaman belanja pelanggan.
2. Kecepatan Layanan
 - 1) Proses transaksi yang cepat dan efisien menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan.
 - 2) Pelanggan menginginkan pelayanan yang tidak berbelit-belit, terutama saat antrean panjang.
3. Ketersediaan Produk
 - 1) Beragamnya pilihan produk yang selalu tersedia sesuai kebutuhan pelanggan menjadi daya tarik utama.
 - 2) Konsistensi dalam stok barang membuat pelanggan merasa yakin untuk kembali berbelanja.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap aspek pelayanan tersebut, berikut adalah hasil survei yang dilakukan terhadap responden:

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan di Kampoeng Djawa

NO	Aspek Pelayanan	Sangat Puas (%)	Puas (%)	Cukup Puas (%)	Kurang Puas (%)
1	Keramahan Staf	65	25	10	0
2	Kecepatan Layanan	50	30	15	5
3	Ketersediaan Produk	55	35	10	0

Sumber: Data Wawancara dan Observasi Penelitian, 2024

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Keramahan staf mendapatkan tingkat kepuasan tertinggi, dengan 65% pelanggan menyatakan sangat puas dan 25% puas. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi yang baik antara staf dan pelanggan memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan.



2. Kecepatan layanan memiliki kepuasan cukup tinggi, dengan 50% pelanggan sangat puas dan 30% puas. Namun, terdapat 5% pelanggan yang merasa kurang puas, yang kemungkinan disebabkan oleh antrean panjang saat jam sibuk.
3. Ketersediaan produk juga mendapatkan penilaian positif, dengan 55% pelanggan merasa sangat puas dan 35% puas. Tidak adanya pelanggan yang merasa kurang puas menunjukkan bahwa Kampoeng Djawa berhasil menjaga ketersediaan produknya dengan baik.

Hasil ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang prima, terutama dalam hal keramahan staf, kecepatan layanan, dan ketersediaan produk, merupakan faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawa. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diperlukan strategi pelayanan yang lebih baik, seperti peningkatan efisiensi layanan dan optimalisasi manajemen stok.

Strategi Pelayanan Prima yang Diterapkan oleh Manajemen

Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, manajemen Kampoeng Djawa telah menerapkan berbagai strategi pelayanan prima yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Strategi yang diterapkan meliputi:

1. Pelatihan Karyawan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Manajemen secara rutin mengadakan pelatihan bagi karyawan, terutama bagi staf yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Pelatihan ini mencakup:

- 1) Pelatihan keterampilan komunikasi, agar karyawan dapat berinteraksi dengan pelanggan secara ramah, sopan, dan profesional.
- 2) Pelatihan dalam menangani keluhan pelanggan, sehingga karyawan dapat merespons keluhan dengan solusi yang tepat tanpa menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan lain.
- 3) Pelatihan product knowledge, agar karyawan dapat memberikan informasi yang akurat terkait produk yang dijual, membantu pelanggan dalam memilih produk sesuai kebutuhan mereka.

Pelatihan ini memastikan bahwa setiap karyawan mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan informatif, yang menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

2. Penerapan Sistem Antrean yang Efisien

Salah satu kendala yang sering dihadapi dalam pusat oleh-oleh adalah **antrean panjang**, terutama pada saat musim liburan atau akhir pekan. Untuk mengatasi hal ini, manajemen Kampoeng Djawa telah menerapkan langkah-langkah berikut:

- 1) Menambah jumlah kasir pada jam-jam sibuk, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama saat melakukan transaksi.
- 2) Menggunakan sistem antrean digital, di mana pelanggan dapat mengambil nomor antrean dan menunggu giliran mereka tanpa harus berdiri lama dalam antrean fisik.
- 3) Mengoptimalkan sistem pembayaran non-tunai, agar transaksi lebih cepat dan mengurangi waktu tunggu pelanggan di kasir.

Dengan sistem antrean yang lebih cepat dan efisien, pengalaman pelanggan menjadi lebih nyaman, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan kemungkinan mereka untuk kembali berbelanja di Kampoeng Djawa.

Penyediaan Layanan Keluhan Pelanggan yang Responsif

Manajemen menyadari bahwa setiap bisnis pasti menghadapi keluhan pelanggan, baik yang berkaitan dengan produk, pelayanan, maupun sistem transaksi. Oleh karena itu, Kampoeng Djawa telah mengembangkan sistem penanganan keluhan pelanggan yang lebih efektif, di antaranya:

1. Menyediakan kotak saran dan kritik di dalam toko, agar pelanggan dapat menyampaikan masukan mereka secara langsung.
2. Membuka layanan keluhan melalui media sosial dan WhatsApp, sehingga pelanggan dapat melaporkan permasalahan mereka dengan cepat tanpa harus datang langsung ke toko.
3. Menerapkan kebijakan penyelesaian keluhan dalam waktu maksimal 24 jam, untuk memastikan pelanggan mendapatkan solusi yang cepat dan meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi bisnis.

Sistem ini terbukti membantu dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Dengan adanya penanganan keluhan yang cepat dan responsif, pelanggan merasa lebih dihargai dan cenderung tetap setia berbelanja di Kampoeng Djawa.

Efektivitas Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi pelayanan prima yang diterapkan oleh manajemen terbukti memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa indikator keberhasilannya:

- 1) Sebagian besar pelanggan menyatakan puas terhadap keramahan dan pelayanan staf, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1 sebelumnya.
- 2) Pengurangan waktu antrean di kasir, yang meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.
- 3) Keluhan pelanggan dapat diselesaikan lebih cepat, sehingga mengurangi risiko pelanggan berpindah ke toko lain.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Kampoeng Djawa tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang, yang menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing di industri pusat oleh-oleh.

Kendala dalam Pelayanan dan Upaya Perbaikannya

Dalam upaya memberikan pelayanan prima, Kampoeng Djawa menghadapi beberapa kendala operasional yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan, ditemukan tiga kendala utama yang sering terjadi, yaitu lonjakan pelanggan pada jam sibuk, ketersediaan stok produk, serta perbedaan keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan.

Berikut adalah tabel kendala dalam pelayanan beserta dampaknya bagi pelanggan dan upaya perbaikan yang dilakukan oleh manajemen:

Tabel 3. Kendala dalam Pelayanan dan Upaya Perbaikannya

No	Kendala dalam Pelayanan	Dampak yang Dirasakan Pelanggan	Upaya Perbaikan
1	Lonjakan pelanggan pada jam sibuk	Antrean panjang dan waktu tunggu lama, yang menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan.	• Menambah staf dan kasir di jam-jam sibuk. • Menerapkan sistem antrean digital untuk mengatur giliran pelanggan dengan lebih baik.
2	Stok produk terkadang habis	Pelanggan merasa kecewa karena tidak mendapatkan produk yang diinginkan, yang dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas mereka.	• Mengoptimalkan sistem pemantauan stok secara real-time untuk menghindari kehabisan produk. • Menjalinkan kerja sama lebih erat dengan pemasok agar distribusi produk lebih lancar.
3	Variasi keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan	Pelayanan yang kurang konsisten, di mana sebagian karyawan memberikan layanan lebih baik dibanding yang lain, sehingga pengalaman pelanggan menjadi tidak seragam.	• Mengadakan pelatihan rutin bagi seluruh karyawan. • Melakukan evaluasi kinerja secara berkala untuk memastikan kualitas pelayanan yang konsisten.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Karyawan, 2024

Pembahasan Kendala dan Solusi yang Diterapkan

1. Lonjakan Pelanggan pada Jam Sibuk

Pada waktu tertentu, terutama saat akhir pekan, musim liburan, atau jam makan siang, jumlah pelanggan yang datang meningkat drastis. Hal ini menyebabkan antrean panjang di kasir dan waktu tunggu yang lama, yang bisa menurunkan kenyamanan pelanggan.

Solusi yang Diterapkan:



- a. Menambah jumlah kasir dan staf pelayanan pada jam-jam sibuk untuk mempercepat transaksi dan mengurangi antrean.
- b. Menerapkan sistem antrean digital, di mana pelanggan bisa mengambil nomor antrean secara otomatis dan mendapatkan pemberitahuan saat giliran mereka tiba. Hal ini membantu mengurangi kerumunan di area kasir.
- c. Meningkatkan efisiensi sistem pembayaran, misalnya dengan memperbanyak metode pembayaran digital (QRIS, e-wallet, kartu debit/kredit) agar transaksi lebih cepat.

Dengan adanya perbaikan ini, pelanggan dapat menikmati proses transaksi yang lebih cepat dan nyaman, sehingga risiko kehilangan pelanggan akibat waktu tunggu yang lama dapat diminimalkan.

2. Stok Produk yang Terkadang Habis

Beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa produk tertentu sering kali kehabisan stok, terutama produk yang paling diminati. Hal ini menyebabkan kekecewaan pelanggan dan bisa membuat mereka mencari alternatif di tempat lain.

Solusi yang Diterapkan:

- a. Meningkatkan sistem pemantauan stok secara real-time, sehingga stok produk bisa dikontrol dengan lebih baik dan dapat segera diisi ulang sebelum habis.
- b. Membangun kerja sama lebih erat dengan pemasok, sehingga distribusi produk bisa dilakukan dengan lebih cepat dan lancar.
- c. Menyesuaikan jumlah stok dengan pola permintaan, terutama pada musim liburan atau saat ada promo tertentu.

Dengan sistem pemantauan stok yang lebih baik, pelanggan bisa mendapatkan produk yang mereka inginkan tanpa khawatir kehabisan stok, sehingga tingkat kepuasan mereka meningkat.

3. Variasi Keterampilan Karyawan dalam Melayani Pelanggan

Tidak semua karyawan memiliki keterampilan pelayanan yang sama. Beberapa karyawan lebih ramah dan cekatan dalam melayani pelanggan, sementara yang lain masih kurang terampil dalam berkomunikasi atau menangani keluhan pelanggan. Hal ini menyebabkan pelayanan yang tidak konsisten dan bisa mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Solusi yang Diterapkan:

- a. Pelatihan Pelayanan Pelanggan Secara Berkala: Semua karyawan mengikuti pelatihan secara rutin untuk memastikan standar pelayanan yang seragam, terutama dalam hal keramahan, etika melayani, dan penanganan keluhan.
- b. Evaluasi dan Monitoring Kinerja: Manajemen melakukan evaluasi kinerja karyawan secara berkala berdasarkan feedback pelanggan, observasi langsung, dan hasil penjualan. Karyawan dengan performa baik diberi penghargaan, sementara yang belum mencapai standar diberikan pelatihan tambahan.
- c. Sistem Buddy atau Mentoring: Karyawan baru atau yang belum terampil didampingi oleh karyawan senior untuk mempercepat proses adaptasi dan peningkatan keterampilan pelayanan.

Dengan pelatihan dan evaluasi yang dilakukan secara rutin, standar pelayanan menjadi lebih konsisten, sehingga pengalaman pelanggan tetap positif setiap kali mereka berkunjung ke Kampoeng Djawa. Meskipun terdapat beberapa kendala dalam pelayanan, manajemen Kampoeng Djawa telah mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dengan meningkatkan jumlah staf pada jam sibuk, memperbaiki sistem pemantauan stok, serta memberikan pelatihan rutin kepada karyawan, kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan.

Perbaikan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan, sehingga Kampoeng Djawa tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.

4. Dampak Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang prima berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawa. Pelanggan yang merasa puas dengan

keramahan staf, kecepatan layanan, serta ketersediaan produk cenderung tetap setia dan melakukan pembelian berulang.

Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu frekuensi kunjungan pelanggan, rekomendasi kepada orang lain, dan tingkat retensi pelanggan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing indikator:

a. Frekuensi Kunjungan Pelanggan

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, ditemukan bahwa mayoritas pelanggan tetap melakukan pembelian lebih dari tiga kali dalam sebulan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan mendorong mereka untuk terus berbelanja di Kampoeng Djawa dibandingkan mencari alternatif di tempat lain.

b. Faktor yang Mempengaruhi:

- 1) Kualitas layanan yang baik, terutama keramahan staf dan kecepatan transaksi, menciptakan pengalaman positif yang membuat pelanggan nyaman untuk kembali berbelanja.
- 2) Ketersediaan produk yang lengkap, sehingga pelanggan tidak perlu mencari produk di tempat lain.

Semakin sering pelanggan melakukan pembelian ulang, semakin tinggi tingkat loyalitas mereka terhadap Kampoeng Djawa. Frekuensi kunjungan yang tinggi juga menandakan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan.

Salah satu indikator utama loyalitas pelanggan adalah kemauan mereka untuk merekomendasikan Kampoeng Djawa kepada orang lain. Dari hasil survei dan wawancara, ditemukan bahwa 80% pelanggan menyatakan mereka telah merekomendasikan Kampoeng Djawa kepada keluarga dan teman.

c. Faktor yang Mendorong Rekomendasi:

- 1) Pelayanan yang ramah dan memuaskan, sehingga pelanggan merasa nyaman untuk membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain.
- 2) Kepercayaan terhadap kualitas produk dan harga yang kompetitif, yang membuat pelanggan yakin bahwa Kampoeng Djawa adalah pilihan terbaik untuk direkomendasikan.
- 3) Pengalaman belanja yang menyenangkan, terutama karena pelayanan cepat dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Ketika pelanggan merekomendasikan Kampoeng Djawa kepada orang lain, mereka secara tidak langsung berperan sebagai brand ambassador. Hal ini tidak hanya meningkatkan basis pelanggan baru tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan lama, karena mereka merasa bangga telah berbagi pengalaman positif dengan orang lain.

d. Tingkat Retensi Pelanggan

Retensi pelanggan mengacu pada kemampuan bisnis dalam mempertahankan pelanggan agar terus berbelanja dalam jangka panjang. Dari wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa pelanggan yang puas dengan pelayanan lebih cenderung kembali berbelanja di Kampoeng Djawa dibandingkan mencari alternatif lain.

4. Faktor yang Mempengaruhi

- a. Hubungan baik antara pelanggan dan staf, di mana pelanggan merasa dihargai dan diingat oleh staf Kampoeng Djawa.
- b. Kemudahan dalam berbelanja, termasuk antrean yang lebih cepat dan pelayanan yang efisien.
- c. Kepercayaan terhadap kualitas layanan dan produk, yang mencegah pelanggan berpindah ke pesaing.

Pelanggan yang puas dengan pelayanan lebih kecil kemungkinan beralih ke kompetitor. Dengan tingkat retensi yang tinggi, Kampoeng Djawa dapat menjaga stabilitas penjualan dan meningkatkan nilai pelanggan dalam jangka panjang. Strategi manajemen seperti pelatihan karyawan, penerapan sistem antrean digital, dan layanan keluhan yang responsif terbukti efektif meningkatkan kepuasan pelanggan.

Namun, Kampoeng Djawa juga menghadapi kendala operasional, seperti lonjakan pelanggan, stok habis, dan variasi keterampilan karyawan. Dengan upaya perbaikan yang terstruktur dan berkelanjutan, kendala ini berhasil diminimalkan.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat pentingnya pelayanan prima sebagai kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di sektor ritel oleh-oleh. Kampoeng Djawa dapat terus mengembangkan strategi pelayanan berbasis kebutuhan pelanggan agar tetap kompetitif di tengah persaingan industri yang semakin dinamis.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima yang diterapkan di Kampoeng Djawa memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan meliputi keramahan staf, kecepatan layanan, dan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Strategi pelayanan yang diterapkan manajemen, seperti pelatihan karyawan, sistem antrean yang efisien, serta layanan keluhan pelanggan, terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, antara lain lonjakan pelanggan pada jam sibuk, keterbatasan stok produk, dan variasi keterampilan karyawan. Manajemen telah melakukan berbagai upaya perbaikan, termasuk penambahan staf, optimalisasi sistem pemantauan stok, serta pelatihan rutin untuk meningkatkan kompetensi karyawan. Namun, diperlukan upaya lanjutan untuk memastikan ketersediaan produk selama periode padat pengunjung dan menjaga konsistensi kualitas layanan di seluruh lini operasional.

Dampak dari pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan terlihat dari tingginya frekuensi kunjungan pelanggan, tingkat rekomendasi yang tinggi kepada orang lain, serta tingkat retensi pelanggan yang kuat. Oleh karena itu, Kampoeng Djawa disarankan untuk terus melakukan pemantauan rutin terhadap kualitas pelayanan dan mengevaluasi efektivitas sistem yang telah diterapkan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Upaya peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan tidak hanya akan memperkuat loyalitas pelanggan, tetapi juga meningkatkan daya saing Kampoeng Djawa di industri ritel.

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti persepsi nilai, pengalaman pelanggan secara keseluruhan, serta pengaruh media sosial terhadap keputusan konsumen. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menguji lebih dalam efektivitas berbagai strategi pelayanan yang diterapkan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, S. L., & Widayanto, W. (2019). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Pt. Nasmoco Pemuda Semarang Bagian Servis). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 242–251. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26330>
- Bungin, B. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Chusnah, & Syukhul, M. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Karyawan PT. Binajasa Abadi Karya). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 166–181.
- Falakh. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Bintang Tawangmangu*.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Pelita Air Service). *Journal of Business Studies*, 2(2), 80–105.
- Firman. (2018). Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–14.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService). *Perspektif*, 16(1), 1–6.
- Hendriyadi. (2024). Pengaruh pelayanan prima dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada industri perhotelan berbintang di Kota Jambi. *Jambi, Universitas*, 19(1), 114–124.
- Hidayati, W., Hidayatullah Elmas, M. S., & Nafis, R. W. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX.



- JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 1(3), 391–400. <https://doi.org/10.51747/jumad.v1i3.1398>
- Kartikasari, D., & Syafitri, D. A. (2016). Efektivitas Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–5. <https://p2m.polibatam.ac.id/wp-content/uploads/2016/09/13-Dwi-Pengaruh-Pelayanan-Prima-thd-Kepuasan-Pelanggan-yang-Berdampak-pada-Loyalitas.pdf>
- Kotler, P. dan K. L. K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*.
- Lina Nur Liasari, & Enik Rahayu. (2023). Marketing Strategy For Getuk Eco Products To Msmes In Magelang City. *International Conference on Digital Advance Tourism, Management and Technology*, 1(1), 335–341. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i1.76>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Muhammad Supriyanto. (2019). Service Excellence, Dampak Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 3(1), 16–22. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v3i1.462>
- Rahayu, A. J. P. A. E. (2024). *PELANGGAN UMKM DI HOTEL GRAND MERCURE MALANG*. 8(2), 1814–1823.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Yonata, H., Setiawan, P., Santamoko, R., Ilham, D., & Asdiany, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Satria Antaran Prima. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 11(2), 2502–2514. <https://doi.org/10.47927/jikb.v11i2.14>

