

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor konstruksi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang positif. Pembangunan berbagai infrastruktur, kawasan permukiman, gedung perkantoran, pusat perdagangan, hingga fasilitas umum terus mengalami peningkatan sebagai bagian dari upaya mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan tersebut turut meningkatkan kebutuhan terhadap berbagai material bangunan yang digunakan dalam proses pembangunan maupun renovasi. Kondisi ini memberikan peluang bagi pelaku usaha di bidang perdagangan bahan bangunan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Peran sektor konstruksi terhadap perekonomian nasional dapat dilihat dari besarnya kontribusi sektor tersebut terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data mengenai kontribusi lapangan usaha terhadap PDB Indonesia pada Triwulan IV Tahun 2024 disajikan pada Gambar 1.1 berikut.

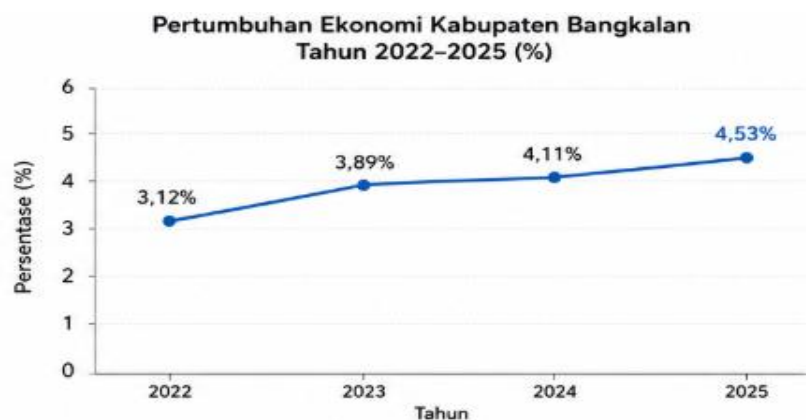


Sumber: Badan Pusat Statistik, Indikator Konstruksi Triwulan IV-2024.

Gambar 1.1 Indikator Konstruksi Triwulan IV-2024

Berdasarkan Gambar 1.1, sektor konstruksi memberikan kontribusi sebesar 10,43% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada Triwulan IV Tahun 2024. Kontribusi tersebut menempatkan sektor konstruksi pada urutan keempat dalam struktur perekonomian nasional setelah industri pengolahan, perdagangan besar dan eceran, serta sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor konstruksi masih menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung aktivitas perekonomian di Indonesia.

Perkembangan sektor konstruksi pada tingkat nasional juga diikuti oleh kondisi perekonomian di Kabupaten Bangkalan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan (2025), pertumbuhan ekonomi daerah menunjukkan kecenderungan meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut.



Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan, 2025

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bangkalan

Berdasarkan Gambar 1.2, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bangkalan mengalami peningkatan secara bertahap selama periode 2022–2025. Pada tahun

2022 pertumbuhan ekonomi tercatat sebesar 3,12%, kemudian meningkat menjadi 3,89% pada tahun 2023, 4,11% pada tahun 2024, dan mencapai 4,53% pada tahun 2025. Tren tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Kabupaten Bangkalan terus berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan ekonomi tersebut berpotensi meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap berbagai material bangunan, termasuk keramik, yang digunakan untuk pembangunan maupun renovasi bangunan. Meningkatnya kebutuhan tersebut juga diikuti dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang bergerak di bidang perdagangan bahan bangunan. Akibatnya, persaingan antar toko menjadi semakin kompetitif sehingga setiap perusahaan dituntut mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam memilih tempat berbelanja, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan jenis produk yang tersedia, tetapi juga kualitas pelayanan yang diterima selama proses pembelian. Pelayanan yang cepat, sikap karyawan yang ramah, kemudahan memperoleh informasi produk, serta kepastian ketersediaan barang menjadi beberapa hal yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan Pranata et al. (2019) juga menjelaskan bahwa perkembangan sektor ritel mendorong meningkatnya harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan pembahasan pada kualitas layanan dan ketersediaan barang karena kedua faktor tersebut diperkirakan berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut kemudian dianalisis pada UD Istana Keramik Kabupaten Bangkalan

untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

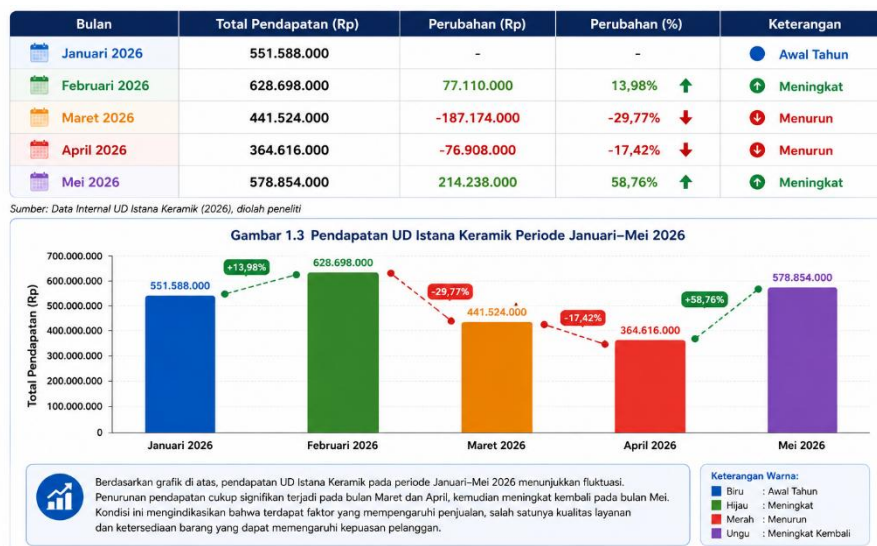
Berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa toko yang menjual produk keramik di Kabupaten Bangkalan. Keberadaan toko-toko tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki berbagai pilihan tempat untuk memperoleh produk keramik sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu berupaya memberikan pelayanan yang baik serta menjaga ketersediaan barang agar mampu memenuhi harapan pelanggan dan tetap menjadi pilihan konsumen. Sebagai gambaran mengenai keberadaan usaha penjualan keramik di Kabupaten Bangkalan, peneliti menyusun data beberapa toko keramik yang tersebar di wilayah tersebut. Data tersebut disajikan pada Tabel 1.1.

NO	NAMA TOKO	ALAMAT	KECAMATAN
1	Toko Bhakti <u>Langgeng Makmur</u>	Jl. <u>Trunojoyo No. 28, Pejagan</u>	<u>Bangkalan</u>
2	Toko Dua Jaya	Jl. Kamal-Kalianget, <u>Bungor, Tanah Merah Dajah</u>	Tanah Merah
3	Anda Keramik <u>Bangkalan</u>	Jl. <u>Trunojoyo No. 62, Pejagan</u>	<u>Bangkalan</u>
4	Toko Ramayana	Jl. Sultan Abd. <u>Kadirun, Demangan Barat, Demangan</u>	<u>Bangkalan</u>
5	Toko <u>Keramik</u>	Jl. KH. Mohamad Kholil, <u>Kemayoran</u>	<u>Bangkalan</u>
6	Toko <u>Keramik Genteng Al-Khossim</u>	Jl. Raya Lapangan No. 66, <u>Laok Tambak, Prancak</u>	<u>Sepulu</u>
7	Toko <u>Keramik Indah</u>	Jl. <u>Trunojoyo, Dajahjarad, Banyu Ajuh</u>	Kamal
8	Toko <u>Keramik Dua Putra Jaya</u>	Jl. Raya Bancaran, <u>Sumur Kembang, Pejagan</u>	<u>Bangkalan</u>
9	AILA JAYA Keramik	Jl. Raya Patemon, Poter Selatan, Poter	Tanah Merah
10	Toko Keramik	Jl. Raya Tanah Merah, <u>Jengkok Laok, Tanah Merah Dajah</u>	Tanah Merah

Sumber : Google Maps, diolah oleh peneliti (2026)

Tabel 1.1 Daftar Toko keramik di Kabupaten Bangkalan

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa usaha penjualan keramik di Kabupaten Bangkalan tidak hanya dijalankan oleh satu pelaku usaha, tetapi juga oleh beberapa toko lain yang tersebar di berbagai wilayah. Keberadaan toko-toko tersebut memberikan alternatif bagi konsumen dalam menentukan tempat berbelanja. Dalam situasi seperti ini, setiap toko perlu memberikan pelayanan yang baik dan memastikan ketersediaan barang agar tetap menjadi pilihan pelanggan. Untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi penjualan pada objek penelitian, peneliti menggunakan data total pendapatan UD Istana Keramik selama periode Januari–Mei 2026. Data tersebut digunakan sebagai informasi awal untuk melihat perkembangan penjualan yang terjadi pada perusahaan selama periode penelitian. Penyajian data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3.



Sumber: Data Internal UD Istana Keramik (2026), diolah peneliti.

Gambar 1. 2 Total pendapatan UD Istana Keramik

UD Istana Keramik dipilih sebagai objek penelitian karena usaha ini bergerak pada bidang penjualan material bangunan khususnya keramik yang

secara langsung berkaitan dengan meningkatnya aktivitas pembangunan dan renovasi di masyarakat. Selain itu, pembelian keramik memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan barang konsumsi sehari-hari karena biasanya dilakukan secara terencana, dalam jumlah relatif besar, serta membutuhkan pertimbangan yang lebih matang terkait kualitas produk, pelayanan, dan ketersediaan barang. Kondisi tersebut menjadikan kepuasan pelanggan sebagai faktor penting bagi UD Istana Keramik untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen sekaligus menjaga keberlangsungan usaha. Menurut Pelanggan (2022), pelanggan cenderung lebih sensitif terhadap kualitas interaksi pelayanan dan kepastian ketersediaan barang. Kualitas layanan dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan keramahan atau kecepatan melayani, tetapi juga mencakup keandalan informasi, ketanggapan dalam membantu kebutuhan pelanggan, jaminan atas transaksi, empati, dan bukti fisik pelayanan Taylor, (2024). Sementara itu, menurut Bramasta & Ikram, (2023) ketersediaan barang tidak sekadar berarti ada atau tidak ada stok, melainkan juga mencakup variasi jenis, kelengkapan merek, kecukupan stok, dan kemudahan pelanggan memperoleh produk yang sesuai kebutuhan. Jika salah satu dari dua faktor tersebut tidak terpenuhi, pelanggan berpotensi mengalami hambatan dalam proses pembelian, menunda transaksi, bahkan beralih ke toko lain.

Berdasarkan penelitian Sari et al. (2024), tingkat kepuasan pelanggan pada sektor ritel dipengaruhi oleh kualitas pelayanan serta kelengkapan produk yang tersedia. Sementara itu, Bramasta dan Ikram (2023) menjelaskan bahwa tersedianya barang sesuai kebutuhan konsumen memberikan kontribusi

terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan karena konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan pada waktu yang tepat. dalam konteks UD Istana Keramik, persoalan ini menjadi semakin penting karena keputusan pembelian pelanggan sangat mungkin dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan dan kepastian ketersediaan stok pada saat transaksi berlangsung.

Kajian terdahulu lebih banyak membahas faktor-faktor yang menentukan kepuasan pelanggan, di antaranya mutu layanan yang diberikan serta ketersediaan produk bagi konsumen. Akan tetapi, mayoritas penelitian tersebut dilakukan pada lingkungan usaha ritel secara umum. Penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi dan Tiorida (2024) terhadap 230 konsumen ritel tradisional nanostore di Kabupaten Subang mengungkapkan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan mutu layanan cenderung diikuti oleh meningkatnya kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian Sari et al. (2024), kualitas pelayanan maupun kelengkapan produk memberikan kontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan menggunakan indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu, aspek kelengkapan produk meliputi variasi jenis, pilihan merek, jumlah stok yang tersedia, serta kelengkapan produk. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Zendrato dan Dewi (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen apabila dianalisis secara terpisah. Sebaliknya, kelengkapan produk terbukti memengaruhi kepuasan

konsumen. Meskipun demikian, ketika kedua variabel dianalisis secara bersama-sama, keduanya memberikan pengaruh yang signifikan. Menurut Prasanthi dan Noval (2025), kemampuan toko dalam menjaga ketersediaan produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan ritel. Produk yang selalu tersedia sesuai kebutuhan konsumen mampu membangun pengalaman berbelanja yang lebih baik sekaligus meningkatkan citra positif toko. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas layanan dan ketersediaan barang memang penting, tetapi kekuatan pengaruhnya dapat berbeda menurut jenis usaha dan karakteristik pelanggan.

Meskipun penelitian terdahulu telah memberikan dasar yang kuat, masih terdapat beberapa keterbatasan yang membuka ruang bagi penelitian lanjutan. Pertama, sebagian besar studi sebelumnya dilakukan pada ritel tradisional, swalayan, dan toko pakaian, sehingga hasilnya belum tentu sepenuhnya relevan untuk usaha perdagangan bahan bangunan seperti toko keramik. Karakteristik produk keramik berbeda dengan produk ritel harian karena pembeliannya lebih bersifat fungsional, bernilai lebih besar, dan sering membutuhkan ketersediaan stok yang konsisten dalam jumlah tertentu. Kedua, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kelengkapan produk, sedangkan penelitian ini menggunakan ketersediaan barang. Pemilihan variabel tersebut didasarkan pada kondisi usaha penjualan keramik yang menuntut tersedianya stok sesuai kebutuhan pelanggan. Bagi usaha perdagangan bahan bangunan, ketersediaan barang menjadi hal yang penting karena pelanggan umumnya menginginkan produk dapat langsung diperoleh tanpa harus menunggu proses pengadaan

kembali. Ketiga, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan temuan yang belum konsisten.

Mulyadi dan Tiorida (2024) serta Sari et al. (2024) menyimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Di sisi lain, Zendrato dan Dewi (2024) memperoleh hasil yang berbeda, yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kelengkapan produk justru memberikan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan masih perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada objek penelitian yang memiliki karakteristik berbeda, seperti usaha penjualan keramik. Keempat, hingga saat ini, kajian yang berfokus pada toko keramik di Kabupaten Bangkalan sebagai objek penelitian masih relatif sedikit sehingga topik tersebut masih layak untuk diteliti. Sehingga, penelitian ini penting untuk melengkapi keterbatasan studi sebelumnya dengan menghadirkan bukti empiris pada sektor perdagangan bahan bangunan, khususnya pada UD Istana Keramik di Kabupaten Bangkalan, sehingga dapat menjelaskan peran kualitas layanan dan ketersediaan barang dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan serta ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan di UD Istana Keramik Kabupaten Bangkalan melalui pengujian parsial. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen pemasaran, terutama pada pembahasan

kualitas layanan, ketersediaan barang, dan kepuasan pelanggan dalam konteks ritel bahan bangunan yang selama ini masih relatif kurang mendapat perhatian dibanding sektor jasa dan ritel konsumsi harian. Penelitian ini juga berpotensi memperjelas posisi ketersediaan barang sebagai variabel penting dalam usaha perdagangan produk, seperti keramik, yang menuntut kepastian stok lebih tinggi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi UD Istana Keramik untuk menentukan prioritas perbaikan layanan, memperkuat pengelolaan persediaan, dan menyusun strategi pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, penelitian ini merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Istana Keramik di Kabupaten Bangkalan?
2. Apakah ketersediaan barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada UD Istana Keramik di Kabupaten Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan

pelanggan pada UD Istana Keramik di Kabupaten Bangkalan.

2. Untuk menganalisis pengaruh ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan pada UD Istana Keramik di Kabupaten Bangkalan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah bukti empiris yang berkaitan dengan kajian manajemen pemasaran, terutama mengenai kualitas layanan, ketersediaan barang, dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas referensi ilmiah yang membahas keterkaitan antarvariabel tersebut pada usaha ritel bahan bangunan. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu acuan oleh peneliti berikutnya untuk mengembangkan kajian sejenis pada variabel, objek, maupun ruang lingkup penelitian yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh UD Istana Keramik sebagai salah satu sumber informasi dalam mengevaluasi

serta menyempurnakan kualitas pelayanan dan pengelolaan ketersediaan barang. Temuan penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai peran kedua aspek tersebut dalam membentuk kepuasan pelanggan. Informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar penyusunan kebijakan maupun strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen, baik dalam peningkatan pelayanan maupun pengelolaan persediaan. Melalui upaya tersebut, perusahaan diharapkan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik sehingga kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan.

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh manajemen UD Istana Keramik sebagai sumber informasi dalam menyempurnakan kualitas layanan dan pengelolaan ketersediaan barang. Temuan yang diperoleh juga dapat menjadi dasar dalam menentukan langkah-langkah yang lebih tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris dalam kajian manajemen pemasaran, terutama yang membahas kualitas layanan, ketersediaan barang, serta kepuasan pelanggan pada sektor ritel bahan bangunan.

c. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan

konsumen mengenai aspek-aspek yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan ketika menentukan tempat pembelian yang sesuai dengan kebutuhan dan konsumen.