

KEPUASAN DAN LOYALITAS PEDAGANG PASAR BERINGHARJO ATAS KUALITAS PELAYANAN PERPANJANGAN KARTU BUKTI PEDAGANG/KARTU IDENTITAS PEDAGANG DI DINAS PERDAGANGAN KOTA YOGYAKARTA

Melda Eka Kusniati¹, Istyakara Muslichah., S.E., MBA.²

Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

18311058@students.uui.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan dan loyalitas Pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan Kartu Bukti Pedagang dan Kartu Identitas Pedagang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan analisis konten. Wawancara dilakukan dengan 10 responden yaitu pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta yang memiliki Kartu Bukti Pedagang dan Kartu Identitas Pedagang yang masih aktif. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan perpanjangan Kartu Bukti Pedagang dan Kartu Identitas Pedagang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pedagang di Pasar Beringharjo. Pedagang yang puas dan loyal terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta sangat berharga dan dapat berpotensi untuk menyebarkan pengalaman positif dalam melakukan perpanjangan Kartu Bukti Pedagang dan Kartu Identitas Pedagang di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Inovasi Produk, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the satisfaction and loyalty of Beringharjo Market Traders in Yogyakarta to the quality of service provided by the Yogyakarta City Trade Office in the process of extending the Merchant Evidence Card and Trader Identity Card. The research method used in this study uses observation, interviews and content analysis. Interviews were conducted with 10 respondents, namely Beringharjo Market traders in Yogyakarta who have a Merchant Evidence Card and an active Trader Identity Card. The results of this study indicate that the service quality of the extension of the Merchant Evidence Card and Merchant Identity Card affects the satisfaction and loyalty of traders at Beringharjo Market. Merchants who are satisfied and loyal to the quality of service provided by the Yogyakarta City Trade Office are very valuable and have the potential to spread positive experiences in extending the Merchant Evidence Card and Trader Identity Card at the Yogyakarta City Trade Office.

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

Pendahuluan

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan otonomi dan tugas pembantuan di bidang Perdagangan serta pengelolaan pasar rakyat di Kota Yogyakarta salah satunya adalah Pasar Beringharjo. Pasar Beringharjo terletak di selatan Malioboro dan berada di pusat Kota Yogyakarta yaitu di Jalan Margo Mulyo No.16, Ngupasan, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pedagang di Pasar Beringharjo harus mempunyai Kartu Bukti Pedagang (KBP)/Kartu Identitas Pedagang (KIP), begitu juga dengan Pasar Rakyat lainnya yang ada di Kota Yogyakarta. KBP/KIP harus diperhatikan oleh pedagang pasar yang sudah tercatat sebagai pedagang pasar rakyat terutama yang perlu diperhatikan adalah masa berlakunya KBP/KIP. Masa berlakunya KBP adalah 3 (tiga) tahun dan dapat diperpanjang dan masa berlakunya KIP adalah 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang. Permohonan perpanjangan KBP dan KIP wajib diajukan selambat-lambatnya 15 (lima belas) hari sebelum masa berlakunya berakhir. Jika masa berlaku KBP/KIP akan segera berakhir, maka pedagang harus segera melakukan perpanjangan KBP/KIP sesuai dengan prosedur Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Berdasarkan fenomena permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendalami bagaimana proses pelayanan perpanjangan KBP/KIP serta apa yang dapat digali dari pelayanan perpanjangan KBP/KIP di Pasar Beringharjo Kota Yogyakarta. selain itu, peneliti ingin mengetahui sejauh mana kepuasan dan loyalitas para pedagang yang menggunakan layanan perpanjangan KBP/KIP yang diberikan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Kajian Pustaka

a. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kotler (2002) menjelaskan bahwa ada hubungan erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan dan juga akan mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kualitas pada jasa harus dilakukan mulai dari kebutuhan-kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2000).

Sebagai pihak yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi jasa, pelanggan akan menilai tingkat kualitas jasa di sebuah perusahaan tersebut. Akan tetapi, jasa memiliki karakteristik yang bervariasi, hal ini menyebabkan kinerjanya sering tidak konsisten yang akan menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat intrinsik (*output* dan penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur-unsur pelengkap jasa) yang dimana isyarat-isyarat ini dijadikan sebagai acuan atau pedoman untuk mengevaluasi kualitas jasa. Tentu saja ini memiliki konsekuensi yaitu jasa yang sama dapat dinilai secara berlainan pada konsumen yang berbeda (Tjiptono, 2014).

b. Kepuasan Konsumen

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memiliki dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut gethok tular positif.

Westbrook & Reilly (1983) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi atau keyakinan terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai atau kebutuhan, keinginan dan hasrat setiap individual (Tjiptono, 2014).

c. Loyalitas Konsumen

Menurut Sheth & Mittal (2004), loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen dari pelanggan pada suatu merek, toko, atau pemasok, yang berdasarkan dari sikap yang sangat positif dan terlihat di dalam pembelian ulang secara konsisten. Loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa didefinisikan oleh Bendapudi & Berry (1997), merupakan bagian dari respon yang terikat erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya terlihat dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.

Loyalitas pelanggan merupakan efek jangka panjang dari kepuasan pelanggan. Sampai batas tertentu, kepuasan membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah hasil yang dirasakan dari kinerja nilai produk atau layanan. Makin tinggi

suatu kinerja nilai suatu produk, makin besar kemungkinan pelanggan menjadi puas dan cenderung menjadi pelanggan yang loyal (Siwantara, 2011). Dalam modifikasi definisi Oliver (1997, p. 392), untuk memasukkan tindakan mengkonsumsi, loyalitas digambarkan di sini sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk/layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama atau rangkaian merek yang sama, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku beralih.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Observasi

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah pada saat kegiatan magang berlangsung. Kegiatan magang ini dilakukan di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dan ditempatkan di Bidang Pembinaan dan Penataan Lahan dengan jam kerja pukul 07.30 - 15.30 WIB. Selama magang, peneliti memiliki tanggungjawab untuk membantu proses perpanjangan KBP/KIP seperti melakukan rekap data pedagang yang melakukan perpanjangan KBP/KIP dan mempersiapkan KBP/KIP yang siap diserahkan ke UPT.

Pada observasi ini dilakukan dengan cara melakukan sebuah pengamatan pada pedagang Pasar Beringharjo yang sedang melakukan perpanjangan KBP/KIP di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hasil yang didapatkan pada observasi penelitian ini akan dituangkan pada dokumen tertulis yang bisa menjadi sumber data primer pada laporan ini.

Wawancara

Pada pelaksanaan wawancara terhadap pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta dilakukan di Pasar Beringharjo Barat, Beringharjo Tengah dan Beringharjo Timur untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai perpanjangan KBP/KIP di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Sebelum wawancara dilakukan, peneliti sudah mengajukan surat izin penelitian kepada Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dan telah disetujui. Sehingga dalam proses wawancara berjalan dengan baik karena sudah memiliki izin kepada Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan responden. Wawancara dengan cara tatap muka ini akan memungkinkan dalam mendapatkan informasi yang lebih luas.

Data Responden

No.	Nama	Komponen Dagang	Lama menjadi pedagang
1.	Ibu Yayuk	Kios	22 Tahun
2.	Ibu Ida	Los	9 Tahun
3.	Ibu Yuni	Lapak	3 Tahun
4.	Ibu Sumiyati	Kios	29 Tahun
5.	Pak Hadi	Los	29 Tahun
6.	Ibu Sumiyem	Los	12 Tahun
7.	Ibu Siti R	Los	10 Tahun
8.	Ibu Setyowati	Los	10 Tahun
9.	Ibu Kartimah	Kios	50 Tahun
10.	Pak Bani	Kios	30 Tahun

Analisis Konten

Dalam pengkajian penelitian ini menggunakan pendekatan teknik analisis konten. Hal ini dilakukan karena data yang digunakan pada penelitian ini membutuhkan penjelasan deskriptif dari responden. Menurut White & Marsh (2006), analisis konten merupakan sebuah metode yang dapat digunakan pada kualitatif atau kuantitatif untuk menganalisis secara sistematis dokumentasi tertulis, verbal, atau visual.

Berdasarkan dari hasil wawancara pedagang Pasar Beringharjo dan observasi selama magang, penulis mencoba membuat rangkuman dan dituangkan ke dalam Tabel Analisis Konten. Hasil yang diperoleh telah dirangkum ke dalam Tabel Analisis Konten dan telah diklasifikasikan ke dalam 3 variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta.

Pembahasan

a. Kualitas Pelayanan

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Dari hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa proses-proses perpanjangan KBP/KIP sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan. Dalam proses perpanjangan KBP/KIP sangat memerlukan sebuah ketelitian yang tinggi dikarenakan setiap kesalahan yang terjadi akan mempengaruhi kualitas pelayanannya. Alur dalam proses perpanjangan KBP/KIP selalu sesuai dengan SOP yang berlaku sehingga setiap proses perpanjangan KBP/KIP dapat diperhatikan dengan mudah. Sebelum pedagang menerima KBP/KIP terbaru, KBP/KIP tersebut sudah melewati banyak tahapan

Hasil wawancara tersebut disajikan dalam analisis konten di setiap variabelnya. Dalam variabel kualitas pelayanan masih terdapat 1 indikator yang menunjukkan hasil paling sedikit yaitu pada pelayanan cepat. Hanya terdapat 2 responden saja yang setuju dan sisanya sangat tidak setuju dengan poin tersebut. Hal ini selaras dengan proses-proses perpanjangan KBP/KIP yang mempunyai alur yang sangat panjang. Alur ini sangat memakan waktu lama yang menyebabkan proses perpanjangan KBP/KIP kurang efektif.

Pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta masih mengeluhkan pelayanan cepat yang masih belum diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hal ini sangat penting karena terdapat penelitian yang mengatakan bahwa kecepatan merupakan salah satu indikator dari kualitas pelayanan berdasarkan Tjiptono (2007), dimensi ketanggapan menunjukkan sebuah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan/jasa secara meyakinkan, cepat, akurat, andal, dan secara konsisten. Fasilitas fisik dan kelengkapan, kemampuan pelayanan, pelayanan yang cepat, kesan kenyamanan dan perhatian empati masuk ke dalam 5 dimensi utama untuk mengukur kualitas pelayanan Parasuraman, et al. (1988) yaitu: Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik.

Tabel Analisis Konten Kualitas Pelayanan

Variabel	Deskripsi	Responden										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kualitas Pelayanan	Fasilitas fisik dan kelengkapan	√	√			√		√		√		5

kemampuan pelayanan	√	√	√	√		√	√	√		√	8
pelayanan cepat		√					√				2
kesan kenyamanan		√				√	√	√	√	√	6
perhatian dan empati	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10

b. Kepuasan Konsumen

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang diharapkan nantinya kualitas yang diberikan ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dari hasil observasi yang dilakukan pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta merasakan sebuah kepuasan ketika mereka dilayani dengan sebaik mungkin. Ketika mereka merasa puas maka mereka akan senantiasa mengajak para pedagang lain untuk segera melakukan perpanjangan KBP/KIP. Hanya saja ada satu yang menyebabkan ketidakpuasan pedagang yaitu pada desain dan ketahanan KBP/KIP yang masih kurang baik sehingga pedagang perlu merawat KBP/KIP masing-masing dengan sebaik mungkin. Sebagian pedagang melakukan laminating KBP/KIP agar tetap awet dan tidak mudah rusak. Terdapat beberapa hal lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu terdapat KBP/KIP yang belum sesuai. Ketidaksihinggaan ini meliputi data yang dicetak KBP/KIP yang masih ada kekeliruan penulisan nama, alamat dan komponen dagang. Selain kekeliruan ini pas foto yang mudah lepas juga menjadi masalah yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil wawancara tersebut disajikan dalam analisis konten di setiap variabelnya. Dalam variabel kepuasan konsumen masih terdapat 1 indikator yang menunjukkan hasil paling sedikit diantara 4 indikator lainnya yaitu pada desain dan ketahanan KBP/KIP. Hanya terdapat 4 responden saja yang setuju dan sisanya sangat tidak setuju dengan poin tersebut. Hal ini selaras dengan desain dan ketahanan KBP/KIP yang masih terdapat banyak kekeliruan penulisan nama, alamat dan pas foto yang mudah lepas.

Pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta masih mengeluhkan desain dan ketahanan KBP/KIP yang masih belum diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hal ini

sangat penting karena terdapat penelitian yang mengatakan bahwa desain dan ketahanan merupakan salah satu indikator dari kepuasan konsumen berdasarkan Ratnasari dan Aksa (2011), terdapat pada 5 faktor yang perlu diperhatikan dalam melakukan penentuan pada tingkat kepuasan pelanggan, yaitu antara lain; kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Tjiptono (2008), Kepuasan terhadap harga, Kepuasan terhadap layanan, Kepuasan terhadap promosi dan Kepuasan terhadap produk.

Tabel Analisis Konten Kepuasan Konsumen

Variabel	Deskripsi	Responden										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kepuasan Konsumen	Tidak dipungut biaya	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
	Kepuasan dalam pelayanan	√	√		√		√	√	√	√	√	8
	Pemberitahuan dan pengumuman (Radio pasar dsb)		√	√	√	√	√	√	√	√	√	9
	Desain dan ketahanan KBP/KIP		√				√	√	√	√	√	6

c. Loyalitas Konsumen

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini diharapkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen inilah yang akan menciptakan loyalitas konsumen. Dari hasil observasi yang dilakukan pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta merasakan sebuah kepuasan ketika mereka dilayani dengan sebaik mungkin. Kepuasan dan loyalitas yang tinggi akan menciptakan dan memberikan gethok tular positif atau biasa disebut perkataan yang positif dari mulut ke mulut. Pedagang yang puas dan loyal pada jasa yang diberikan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta akan sangat berharga dan dapat menjadikan semacam ambasadur yang dapat berpotensi untuk menyebarkan pengalaman positif dalam melakukan perpanjangan KBP/KIP di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hal yang positif ini akan memberikan pengaruh dan citra yang positif bagi Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Hasil wawancara tersebut disajikan dalam analisis konten di setiap variabelnya. Dalam variabel loyalitas konsumen masih terdapat 1 indikator yang menunjukkan hasil kurang dari 10 diantara 3 indikator lainnya yaitu pada tidak ada rencana pindah pasar. Hanya terdapat 1 responden saja yang tidak setuju dan sisanya sangat setuju dengan indikator tersebut. Hal ini selaras dengan pedagang Pasar Beringharjo yang memiliki komponen dagang lapak. Lapak tidak memiliki ruang khusus seperti los dan kios sehingga tempat mereka berjualan bergantung pada Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta masih ada yang mengeluhkan terkait dengan indikator tidak ada rencana pindah pasar yang masih belum diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hal ini sangat penting karena terdapat penelitian yang mengatakan bahwa tidak ada rencana pindah pasar merupakan salah satu indikator dari loyalitas konsumen berdasarkan Gremler & Brown dalam Kheng, et.al, (2010), Loyalitas ini sebagai tingkat dimana pelanggan akan menunjukkan perilaku pembelian ulang dari penyelenggara jasa, memiliki sikap positif pada penyelenggara jasa, dan mempertimbangkan penggunaan hanya dari penyelenggara jasa ini ketika kebutuhan akan pelayanan ini timbul.

Tabel Analisis Konten Loyalitas Konsumen

Variabel	Deskripsi	Responden										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Loyalitas Konsumen	Bersedia mengikuti peraturan	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
	Bersedia memperpanjang KBP/KIP 15 hari sebelum habis	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
	Tidak ada rencana pindah pasar	√	√		√	√	√	√	√	√	√	9

Rekomendasi Bagi Institusi

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta telah berinovasi dalam proses perpanjangan KBP/KIP yaitu meluncurkan aplikasi Sistem Layanan Praktis Pedagang Pasar Rakyat "SIMPATIK PASAR". Aplikasi ini masih dalam proses pengembangan dan belum bisa diakses pedagang, Sehingga masih menggunakan pelayanan perpanjangan secara manual melalui SIM Pasar. Namun, dalam proses perpanjangan KBP/KIP secara manual ini belum

efektif. Proses manual ini akan membutuhkan waktu yang lama bahkan berbulan-bulan sehingga pedagang akan mendapatkan KBP/KIP dengan waktu yang lama. Dengan adanya aplikasi “SIMPATIK PASAR” diharapkan dapat menyelesaikan masalah-masalah dalam proses perpanjangan KBP/KIP yang nantinya prosesnya akan lebih cepat. Selain itu, pedagang juga akan berkembang di era digitalisasi ini dengan beradaptasi dengan teknologi-teknologi baru. Maka sangat diharapkan agar aplikasi “SIMPATIK PASAR” dapat segera digunakan untuk melakukan proses perpanjangan KBP/KIP dan diberikan tutorial cara penggunaan “SIMPATIK PASAR” agar semua pedagang dapat menggunakan dengan mudah. Aplikasi ini merupakan hal yang baru bagi pedagang pasar sehingga perlu dilakukan sosialisasi yang menyeluruh.

Kesimpulan

- 1.) Kualitas pelayanan dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah berjalan dengan baik. Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan. Alur dalam proses perpanjangan KBP/KIP selalu sesuai dengan SOP yang berlaku sehingga setiap proses perpanjangan KBP/KIP dapat diperhatikan dengan mudah. Sebelum pedagang menerima KBP/KIP terbaru, KBP/KIP tersebut sudah melewati banyak tahapan. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa Pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta masih mengeluhkan pelayanan cepat yang masih belum diberikan oleh Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Hal ini selaras dengan proses-proses perpanjangan KBP/KIP yang mempunyai alur yang sangat panjang dan sangat memakan waktu lama yang menyebabkan proses perpanjangan KBP/KIP kurang efektif.
- 2.) Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang diharapkan nantinya kualitas yang diberikan ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Hanya saja terdapat satu indikator yang menyebabkan ketidakpuasan pedagang yaitu pada desain dan ketahanan KBP/KIP yang masih kurang baik sehingga pedagang perlu merawat KBP/KIP masing-masing dengan sebaik mungkin. Sebagian pedagang melakukan laminating KBP/KIP agar tetap awet dan tidak mudah rusak. Terdapat beberapa hal lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu terdapat KBP/KIP yang belum sesuai. Ketidaksihesuaian ini meliputi data yang dicetak KBP/KIP yang masih ada kekeliruan penulisan nama, alamat dan komponen dagang. Selain kekeliruan ini pas foto yang mudah lepas juga menjadi masalah yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
- 3.) Loyalitas konsumen dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah cukup tinggi. Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dalam proses perpanjangan KBP/KIP sudah memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini diharapkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen inilah yang akan menciptakan loyalitas konsumen. Pedagang yang puas dan loyal pada jasa yang diberikan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta akan sangat berharga dan dapat berpotensi untuk menyebarluaskan pengalaman positif dalam melakukan perpanjangan KBP/KIP di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Dari hasil wawancara yang dilakukan terdapat satu indikator yang membuat satu responden

tidak setuju yaitu tidak ada rencana pindah pasar. Hal ini selaras dengan pedagang Pasar Beringharjo yang memiliki komponen dagang lapak. Lapak tidak memiliki ruang khusus seperti los dan kios sehingga tempat mereka berjualan bergantung pada Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Rekomendasi

1. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan perpanjangan KBP/KIP Dinas perdagangan Kota Yogyakarta perlu meningkatkan kualitas pelayanannya yaitu pada pelayanan dengan cepat. Dengan adanya “SIMPATIK PASAR” diharapkan akan membantu menyelesaikan permasalahan pada kualitas pelayanan tersebut. Sehingga dalam proses perpanjangan KBP/KIP kedepannya bisa lebih baik lagi dan pedagang juga akan terbiasa dengan teknologi dan inovasi baru. Setelah “SIMPATIK PASAR” bisa di akses oleh pedagang, penulis merekomendasikan agar Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dapat memberikan tutorial penggunaan aplikasi “SIMPATIK PASAR” tentunya pada proses perpanjangan KBP/KIP agar pedagang yang kurang paham mengenai teknologi merasa terbantu dan tidak merasa kesulitan. Aplikasi ini merupakan sesuatu hal yang awam dan baru di kalangan pedagang dan masyarakat. Sehingga Dinas Perdagangan juga perlu melakukan sosialisasi rutin dan merata agar “SIMPATIK PASAR” berjalan dengan lancar.
2. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta perlu meningkatkan kualitas pada desain dan ketahanan KBP/KIP. Dengan peningkatan ini diharapkan akan menciptakan kepuasan yang tinggi bagi pelayanan perpanjangan KBP/KIP di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.
3. Dalam meningkatkan loyalitas konsumen, Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini diharapkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen inilah yang akan menciptakan loyalitas konsumen. Selain itu, perlunya perhatian bagi pedagang yang memiliki komponen dagang lapak agar mereka senantiasa memiliki loyalitas terhadap pelayanan Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

الجمعة، الأستد الاندو

Daftar Pustaka

- Bendapudi, N. and L.L. Berry (1997), "Customers' motivations for maintaining relationships with service providers", *Journal of Retailing*, Vol. 73, pp. 15-37.
- Bob Foster. 2008. "*Manajemen Ritel*". Alfabeta, Bandung
- Kheng, L.L., Mahamad, O., Ramayah, T., Mosahab, R. (2010). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Study*. Vol.2, No.2, 57-66.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lovelock. 1988. *Managing Service: Marketing, Operation, and Human Resources*. London: Prentice-Hall International, Inc.
- O'Shaughnessy.1992. *Explaining Buyer Behavior*. UK: Oxford University Press.
- Oliver, R. L. (n.d.). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing Vol. 63 (Special Issue 1999)*, 33-44
- Oliver, Richard L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1994. "Reassessment of Expectations as a Comparison Standar in Measuring Service Quality: Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Vol;. 58 (January). pp. 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: An Multiple item Scale for Measuring Customers Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64 (1), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry L.L. (1988) "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 64, Spring, pp.12-40.
- Parasuraman,Zeithmal,Valarie A,Berry,Leonard A. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception And Expectation,The free Pers,A Division of Macmillan,Inc*. New York.

- Ratnasari, Ririn Tri, & Mastuti Aksa. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Schnaars, S.P. (1998), *Marketing Strategy: Customers and Competitions*, 2nd ed. New York: The Free Press.
- Setiawan, Mulyo Budi, & Ukudi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol.14, No.2, 215-227.
- Sheth, J.N., B. Mittal (2004), *Customer Behavior: A Managerial Perspective*. Mason, Ohio: South-Western.
- Siwantara, I. W. (2011). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kinerja customer relationship management (Studi pada Halo Corporate PT Telkomsel Bali). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. (3), 150–161.
- Sumardiono. (2014). *Apa Itu Homeschooling*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suzanto, B. (2011). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kota Banjar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 5(1), 28-44.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2007) *Pemasaran Jasa (Services Marketing)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Westbrook, R.A. and M.D. Reilly (1983), “Value-percept disparity: An alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction”, in Bagozzi,

R.P. and A.M. Tybout (eds.), *Advances in Consumer Research 10*. Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, pp. 256-261.

White, M.D., & Marsh, E.E. (2006). *Content analysis: A flexible methodology*. Library Trends. 55(1), 22-45

Wibowo. (2014). *Manajemen Kinerja Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Zuchdi, Darmiyati., & Afifah, Wiwiek. (2019). *Teori dan Aplikasi Penelitian: Analisis Konten, Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika*. Jakarta : Bumi Aksara

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta 2020, Tugas dan fungsi <https://perdagangan.jogjakota.go.id/page/index/gambaran-umum> (Diakses tanggal 27 Februari 2022 Pukul 15:00 WIB)

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta 2020, Visi misi <https://perdagangan.jogjakota.go.id/page/index/visi-misi> (Diakses tanggal 27 Februari 2022 Pukul 15:00 WIB)

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta, Maklumat Pelayanan <https://perdagangan.jogjakota.go.id/page/index/maklumat-pelayanan> (Diakses tanggal 27 Februari 2022 Pukul 15.00 WIB)

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta, Profil Dinas <https://perdagangan.jogjakota.go.id/> (diakses tanggal 27 Februari 2022 Pukul 15.00)

Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Laporan Kinerja Instansi Pemerintah 2020, isu strategis. https://simpelaporan.jogjakota.go.id/upload/lkip/2021_06_15_07_58_29_LKI_P_DisPerindag_2020.pdf (Diakses tanggal 1 Maret 2022 Pukul 22.00 WIB)

Google maps Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta <https://www.google.com/maps/place//data=!4m2!3m1!1s0x2e7a579fc9cfbdab:0xc442d45ee0a1211a?entry=s&sa=X&hl=id-id&ved=2ahUKEwifmYz5jKX2AhWqTGwGHYspCjEQ4kB6BAgMEAI> (diakses tanggal 10 November 2021 Pukul 11.00 WIB)

JDIH Kota Yogyakarta Perwal Nomor 13 Tahun 2010
<https://jdih.jogjakota.go.id/asset/naskah/Perwal%2013%20th%202010%20ttg%20Juklak%20Perda%20Pasar.pdf> (diakses tanggal 14 Juni 2022 Pukul 08.52)

JDIH Kota Yogyakarta, 2022 <https://hukum.jogjakota.go.id/asset/naskah/09PDY002.pdf>
(diakses tanggal 27 Februari 2022 Pukul 16:19)

Web Organisasi Jogja Kota
https://weborganisasi.jogjakota.go.id/assets/instansi/weborganisasi/files/perwal-no.-127-tahun-2020-5133_.pdf (diakses tanggal 14 Juni 2022 Pukul 08.48)

