

Kepuasan dan Loyalitas Pedagang Pasar Beringharjo atas Kualitas Pelayanan Perpanjangan Kartu Bukti Pedagang/Kartu Identitas Pedagang di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta

Melda Eka Kusniati^{a)}, Istyakara Muslichah

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311058@students.uii.ac.id

ABSTRACT

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. 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. 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 magang 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 menyebarluaskan pengalaman positif dalam melakukan perpanjangan Kartu Bukti Pedagang dan Kartu Identitas Pedagang di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

PENDAHULUAN

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta No. 127 Tahun 2020 tentang Pembentukan, Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, Dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pada Dinas Perdagangan merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah dalam urusan perdagangan. 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.



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.

Sesuai dengan hal tersebut, secara detail permasalahan pada pelaksanaan pelayanan KBP/KIP disampaikan sebagai berikut:

1. Kurang perhatian dari pedagang, lalai dan suka menyepelkan. Sehingga terjadi penumpukkan perpanjangan KBP/KIP yang menyebabkan distribusi KBP/KIP baru terlambat.
2. Terdapat banyak berkas pedagang yang mengajukan perpanjangan KBP/KIP tidak lengkap. Sehingga membuat proses pelayanan terhambat.
3. Inovasi Sistem Layanan Praktis Pedagang Pasar Rakyat "SIMPATIK PASAR" masih dalam pengembangan dan belum bisa di akses pedagang, Sehingga masih menggunakan pelayanan perpanjangan secara manual melalui SIM Pasar.

Tjiptono and Chandra (2012) mengemukakan bahwa untuk memuaskan pelanggan, produk yang disediakan oleh organisasi harus berkualitas tinggi. Foster (2008) mengemukakan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat tergantung pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai dan terus menerus berusaha untuk meningkatkannya. Mengenai pentingnya menjaga loyalitas pelanggan, perusahaan memiliki beberapa keunggulan strategis. 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.

Pendahuluan harus mencakup gambaran dari keseluruhan naskah penelitian tugas akhir. Kira-kira mencakup hal-hal berikut: latar singkat perusahaan, cerita fenomena atau kesenjangan manajerial yang diangkat, rangkaian variabel yang dianalisis dan bagaimana tinjauan teoritis rangkaian variabel tersebut kaitannya dengan literatur atau penelitian-penelitian terdahulu (jika ada), tujuan spesifik dari disorotnya permasalahan atau kesenjangan tersebut, dan manfaat teoritis ataupun manajerial yang akan bisa didapatkan dari dianalisisnya permasalahan atau kesenjangan tersebut.

KAJIAN LITERATUR

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).

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 and Chandra (2016)

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 and 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.

Loyalitas Konsumen

Greemler and Brown dalam Kheng, Mahamad and Ramayah (2010) memberikan pengertian mengenai loyalitas sebagai tingkat dimana pelanggan 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. Menurut Oliver (1999), Agar kepuasan mempengaruhi loyalitas, kepuasan yang sering atau kumulatif diperlukan sehingga episode kepuasan individu menjadi teragregasi atau tercampur. Akan tetapi, seperti yang akan diutarakan di sini, lebih dari ini diperlukan agar loyalitas yang teguh dapat terjadi. Konsumen mungkin memerlukan perpindahan ke bidang konseptual yang berbeda kemungkinan besar, yang akan melampaui kepuasan.

Kerangka Kerja



Gambar 1. Kerangka Kerja

METODE

Laporan magang ini menggunakan jenis metode kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta yang saat ini memiliki KBP/KIP aktif dan juga observasi yang dilakukan di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta selama magang. Hasil wawancara yang dilakukan akan dianalisis menggunakan analisis konten.

Unit Analisis pada penelitian ini yaitu pedagang Pasar Beringharjo Yogyakarta yang sampai saat ini masih berjualan di Pasar Beringharjo Yogyakarta dan memiliki KBP/KIP yang masih aktif. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan 10 (sepuluh) pedagang yang berjualan di Pasar Beringharjo Yogyakarta dan memiliki KBP/KIP yang masih aktif. Dari 10 (sepuluh) pedagang terdiri dari pedagang Beringharjo Barat, Beringharjo Tengah dan Beringharjo Timur.

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah pada saat kegiatan magang berlangsung. Kegiatan magang ini dilakukan di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dan di tempatkan 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.

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.

Tabel 1. 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

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 and Marsh (2006) analisis konten merupakan sebuah metode yang dapat digunakan pada kualitatif atau kuantitatif untuk menganalisis secara sistematis dokumentasi tertulis, verbal, atau visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan

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.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden yaitu pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta yang memiliki KBP/KIP aktif menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta sudah melakukan pelayanan dengan baik. Kualitas pelayanan yang diberikan dengan setulus hati dan sesuai dengan prosedur-prosedur yang ada. Dalam variabel kualitas pelayanan terdapat 5 indikator yang mengacu pada kutipan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988) yaitu : Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik. Indikator ini dijadikan pertanyaan wawancara yaitu: Fasilitas fisik dan kelengkapan, kemampuan pelayanan, pelayanan cepat, kesan kenyamanan dan perhatian dan empati. Akan tetapi di variabel tersebut terdapat satu indikator yang membuat mayoritas responden tidak setuju. Hal ini perlu diperhatikan dan bisa menjadi evaluasi bagi instansi.

Tabel 2. 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

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 menyatakan 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, Zeithaml dan Berry (1988) yaitu: Keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik.

Kepuasan 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. Ketidaksesuaian 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.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden yaitu pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta yang memiliki KBP/KIP aktif menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta sudah memberikan pelayanan yang terbaik. Dalam variabel kepuasan konsumen ini terdapat 4 indikator yang mengacu pada Tjiptono (2008) yaitu: Kepuasan terhadap harga, kepuasan terhadap layanan, kepuasan terhadap promosi dan kepuasan terhadap produk. Indikator ini dijadikan sebagai pertanyaan wawancara yaitu: Tidak dipungut biaya, kepuasan dalam pelayanan, pemberitahuan dan pengumuman dan desain dan ketahanan KBP/KIP. Akan tetapi, di variabel tersebut masih terdapat 1 indikator yang memiliki total rendah diantara 4 indikator yaitu terdapat pada desain dan ketahanan KBP/KIP. Hal ini perlu diperhatikan lagi karena akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam proses perpanjangan KBP/KIP.

Tabel 3. Analisis Konten Kepuasan Konsumen

Variabel	Deskripsi	Responden										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Tidak dipungut biaya	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
	Kepuasan dalam pelayanan	√	√		√		√	√	√	√	√	8

Variabel	Deskripsi	Responden										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kepuasan Konsumen	Pemberitahuan dan Pengumuman (Radio pasar dsb)		√	√	√	√	√	√	√	√	√	9
	Desain dan Ketahanan KBP/KIP		√					√	√	√	√	6

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 and 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. Adapun jika mengacu pada Tjiptono (2008) terdapat 4 indikator kepuasan konsumen yaitu: Kepuasan terhadap harga, Kepuasan terhadap layanan, Kepuasan terhadap promosi dan Kepuasan terhadap produk.

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.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden yaitu pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta yang memiliki KBP/KIP aktif menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta sudah memberikan pelayanan dengan baik. Dalam variabel loyalitas konsumen terdapat 3 indikator yang mengacu pada Sheth and 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. Indikator ini dijadikan pertanyaan wawancara yaitu: Bersedia mengikuti peraturan, bersedia memperpanjang KBP/KIP 15 hari sebelum habis dan tidak ada rencana pindah pasar. Akan tetapi di variabel tersebut terdapat satu indikator yang membuat 1 responden tidak setuju yaitu pada tidak ada rencana pindah pasar.

Tabel 4. 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

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 and Brown dalam (Kheng, Mahamad and Ramayah, 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.

KETERBATASAN & IMPLIKASI MANAJERIAL

Dalam penelitian magang ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami, yaitu:

1. Dalam penelitian ini mayoritas responden adalah pedagang yang berusia 50 keatas. Sehingga dalam proses pengambilan data harus dilakukan secara cermat dan teliti.
2. Dalam pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara langsung dengan responden, sehingga beberapa responden merasa belum siap menjawab pertanyaan yang diajukan dan mayoritas yang ada di tempat bukan yang bersangkutan melainkan anaknya.

Adapun implikasi manajerial yang diperoleh dari penelitian magang ini adalah:

1. Bagi penelitian selanjutnya yang serupa diharapkan dapat mengumpulkan banyak informasi dari proses wawancara. Supaya responden siap diwawancarai sebaiknya diberikan surat izin penelitian pada hari sebelumnya. Harapannya supaya responden yang diwawancarai sesuai dengan target yang di harapkan.
2. Bagi instansi diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Harapannya supaya pedagang di Pasar Beringharjo merasakan kepuasan dan loyalitas yang nantinya akan memberikan efek positif bagi instansi.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari data hasil laporan pelaksanaan magang dengan menggunakan teknik kualitatif yang telah dilakukan di Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan bahwa 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.

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. Ketidaksesuaian 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.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- Foster, B. (2008) "Manajemen Ritel," *Bandung: Alfabeta*.
- Kheng, L. L., Mahamad, O. and Ramayah, T. (2010) "The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia," *International journal of marketing studies*, 2(2), pp. 57-66.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Oliver, R. L. (1999) "Whence consumer loyalty?," *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1) pp. 33-44..
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. (1988) "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Spring 1988*, 64(1), pp. 12-40.
- Ratnasari, R. T. and Aksa, M. H. (2011) "*Manajemen Pemasaran Jasa*," Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sheth, J.N. and Mittal B. (2004) *Customer behavior: A managerial perspective*. Thomson/South-Western Mason, Ohio.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Service Quality*. Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa (Service Marketing)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi II Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Westbrook, R. A. and Reilly, M. D. (1983) "Value-Percept Disparity: an Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction," *NA - Advances in Consumer Research*, 10, pp. 251-261.
- White, M. D. and Marsh, E. E. (2006) "Content analysis: A flexible methodology," *Library trends*, 55(1), pp. 22-45.