

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Qlaf Grade adalah toko mainan gundam yang berada di Kota Surabaya. Tepatnya di Jalan Pagesangan Baru III No. 12 Surabaya. Toko Qlaf Grade didirikan pada awal tahun 2018 . Qlaf Grade menjual berbagai macam gundam mulai dari tipe grade yang paling kecil (SD) hingga yang paling besar (PG). Selain menjual gundam , Qlaf Grade juga menjual berbagai peralatan untuk merakit dan *me-repaint* gundam. Omzet penjualan Qlaf Grade pada tahun 2018 dan 2019 dapat mencapai sekitar 100 sampai 250 juta dalam satu bulan. Qlaf Grade menjual Gundam Play atau Gunpla. Gunpla adalah model kit plastik yang diproduksi oleh Bandai yang sesuai dengan gambaran robot yang ada diberbagai komik, film, ataupun video game. Gunpla biasanya dimainkan dengan cara dirakit. Merakit gundam merupakan suatu tantangan tersendiri bagi mereka sehingga setelah mereka melihat hasil jadinya mereka akan mendapatkan kepuasan tersendiri secara batin.

Gunpla adalah mainan yang diimpor dari Jepang, mainan ini memiliki kualitas dan desain yang baik dan juga lebih menarik daripada mainan yang diimpor dari negara lain meskipun harga dan kualitas masih tetap bersaing. (Putra, 2019). Karena banyaknya pecinta gunpla dan komunitasnya di Kota Surabaya, banyak pula toko mainan dan hobi di Kota Surabaya yang menjual berbagai macam jenis gunpla selain action figure lainnya. Toko-toko tersebut merupakan surga bagi mereka untuk berburu gunpla yang mereka inginkan. Dari beberapa toko yang menjual gunpla, salah satu toko gundam yang ada di Surabaya ini adalah Qlaf Grade Surabaya.

Berdirinya Qlaf Grade karena melihat potensi bahwa para pecinta Gundam membutuhkan tempat untuk mereka saling bertukar pikiran, sehingga mereka membuat komunitas untuk menaungi hobi mereka. Di berbagai daerah di Indonesia tersebar berbagai komunitas-komunitas pecinta Gundam. Ada juga komunitas pecinta gundam terbesar di Surabaya yaitu, Arek Gundam Surabaya atau bisa disingkat dengan AGS, komunitas yang berdiri sejak 10 Mei 2013 ini, memiliki visi untuk merangkul teman-teman pecinta Gundam di Surabaya dan Sekitarnya, dan Misi untuk memperkenalkan Gundam, khususnya Gunpla, pada warga Surabaya dan sekitarnya, serta berusaha untuk bisa membawa kreasi anggota-nya mengikuti event Gunpla Se-dunia, Gunpla Builders World Cup, atau yang lebih dikenal sebagai GBWC. ([www.akibanation.com](http://www.akibanation.com)).

Qlaf Grade pada perkembangannya menggunakan metode online, pembeli lebih banyak melakukan pembelian melalui online dikarenakan lebih praktis dan tidak perlu berpergian keluar rumah. Penjualan gundam di Qlaf Grade tidak hanya di daerah Surabaya saja namun sudah menjangkau penjualan di seluruh Indonesia bahkan di Luar Negeri khususnya di Asia Tenggara. Di tahun 2020 ini , selama pandemi penjualan gundam di Qlaf Grade mengalami peningkatan yang sangat pesat dikarenakan selama pandemi orang lebih banyak melakukan kegiatan dirumah sehingga mereka menghabiskan waktunya untuk melakukan hobi mereka. Salah satunya yaitu merakit gundam. Sebelum merakit gundam biasanya mereka akan mencari tahu lewat internet dan media sosial cara merakit dan *me-repaint* gundam . Maka, dari situ dibentuklah komunitas Qlaf Clan. Komunitas Qlaf Clan adalah komunitas yang dibuat oleh Qlaf Grade. Dalam komunitas tersebut orang-orang dapat mencari tahu ataupun berdiskusi mengenai seputar model kit gundam. Qlaf

Grade biasanya memberikan informasi mengenai model kit gundam tersebut melalui konten.

Dalam konten pada Qlaf Grade memuat berbagai informasi mengenai produk gundam, grade gundam, harga gundam, cara perawatan, cara merakit gundam, peralatan apa saja yang dibutuhkan dalam merakit gundam, bahan apa saja yang dibutuhkan untuk me-*repaint* gundam dan lain sebagainya. Semua hal mengenai model kit dibahas dalam konten tersebut. Sehingga memudahkan pelanggan dalam membeli barang yang mereka inginkan. Karena untuk menarik pelanggan harus mampu menyajikan dan menawarkan sesuatu yang tidak hanya menarik perhatian pelanggan, tetapi juga membantu serta menghibur pelanggan agar tetap menggunakan produk dan melakukan pembelian secara berulang setelah melihat review produk yang dibuat dalam konten Qlaf Grade.

Untuk mengantisipasi hal yang tidak diinginkan maka Qlaf Grade perlu menciptakan hambatan-hambatan yang dapat mengikat pelanggan agar tidak beralih ke produk pesaing. Batasan-batasan ini disebut dengan *Switching Barrier*. Menurut Ranaweera dan Prabhu (Margarena, 2020), *Switching Barrier* adalah penghalang berpindah konsumen melalui sumber daya dan kesempatan atau pembatas tindakan agar tidak pindah. Menciptakan *switching barrier* adalah strategi yang tepat bagi perusahaan yang ingin mempertahankan pelanggan. *Switching Barrier* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi customer retention selain kepuasan dan kepercayaan. Dengan kata lain, *Switching Barrier* merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan penyedia jasa yang telah dipilih sebelumnya dan tidak berpindah ke penyedia jasa lainnya. Untuk itu, setiap perusahaan juga harus membangun

hambatan-hambatan agar para pelanggan tidak berpindah pada produk lain dan melakukan pembelian secara berulang .

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan harus berusaha menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Namun perusahaan perlu menyadari bahwa sikap loyal kepada pelanggan tidak cukup untuk menjamin kelancaran perusahaan. Perusahaan tidak selalu mencari pelanggan yang baru, tetapi juga berupaya untuk mempertahankan pelanggan yang lama. Lebih baik mempertahankan pelanggan yang sudah beberapa kali menggunakan produk dengan membuat suatu hambatan berpindah daripada harus mencari pelanggan yang baru.

Dengan adanya *Content Marketing* dan *Switching barrier* maka pelanggan akan enggan untuk berpindah ke produk lain dan melakukan pembelian dalam frekuensi yang terus menerus dalam jangka waktu yang panjang atau biasa disebut dengan *Customer Retention*. Menurut Buttle Mempertahankan pelanggan berarti mempertahankan pelanggan atau mengupayakan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan demi kelangsungan hidup perusahaan melalui profitabilitas. Hal inilah yang disebut customer retention (Margarena, 2020). *Customer Retention* memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap profit. Peningkatan retensi yang terjadi akan mengakibatkan adanya peningkatan pada profit. Retensi terjadi karena adanya hubungan yang terjalin dengan baik antara perusahaan dengan pelanggan, bukan karena adanya keterpaksaan dari pelanggan. Menurut Tamulienė (Nabilla, 2020) yang mendefinisikan retensi pelanggan sebagai salah satu tujuan utama dalam hubungan pemasaran serta persepsi dan penerapan retensi pelanggan secara signifikan bernilai bagi perusahaan.

Customer Retention yaitu pengukuran terhadap perusahaan dalam mempertahankan hubungannya dengan pelanggan lama.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah data secara nyata bahwa betapa banyak keunikan yang ada dalam berbisnis pada saat ini serta memberikan pengalaman tentang bagaimana cara informasi berpindah dari satu pikiran ke pikiran lain. Selain untuk masyarakat, penelitian yang di lakukan juga akan berguna bagi peneliti selanjutnya yang mungkin dimasa depan mengenai dunia perdagangan Model Kit Gundam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *Content Marketing* dan *Switching Barrier* Terhadap *Customer Retention* pada Model Kit Gundam di masyarakat.

Dari penjelasan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil Judul "**Pengaruh *Content Marketing* dan *Switching Barrier* terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya**".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Retention* secara parsial pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh *Switching Barrier* terhadap *Cutsomer Retention* secara parsial pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh *Content Marketing* dan *Switching Barrier* secara simultan terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Switching Barrier* terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content Marketing* dan *Switching Barrier* terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Tempat Penelitian  
Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan masukan dan informasi dalam bisnis penjualan Model Kit Gundam terutama dalam membentuk dan membangun *Customer Retention* melalui *Content Marketing* dan *Switching Barrier*.
2. Bagi Universitas  
Manfaat Bagi Universitas yaitu dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi koleksi penelitian untuk Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bagi pihak lain  
Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, pertimbangan dan menambah wawasan baruterutama bagi yang berminat melakukan penelitian

yang terkait dengan materi penelitian agar dapat dikembangkan lagi oleh peneliti selanjutnya.