

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis ritel merupakan suatu keseluruhan aktivitas bisnis terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada masyarakat sebagai pelaku konsumen untuk penggunaan yang bersifat individu sebagai kebutuhan pribadi maupun keluarga.

Perkembangan industri ritel dalam beberapa tahun terakhir berkembang sangat pesat. Industri retail berkembang seiring dengan perubahan yang terjadi pada masyarakat dengan adanya perubahan perekonomian dan teknologi, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan konsumen yang bervariasi. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan gaya hidup belanja dari pasar tradisional ke ritel modern yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja.

Menurut (Winarti, 2009) Perkembangan bisnis ritel modern ini dapat dilihat dari peningkatan omzet sekitar RP. 49 triliun pada tahun 2006, meningkat menjadi 120 triliun pada tahun 2011 sedangkan pada tahun 2012, pertumbuhan ritel diperkirakan masih sama, yaitu 10-15% atau mencapai 138 triliun. Jumlah pendapatan terbesar merupakan kontribusi dari hypermarket kemudian disusul oleh supermarket dan minimarket.

Pasar global dan persaingan usaha yang semakin kompetitif ini membawa dampak yang besar dalam membawa hubungan antara perusahaan dan pelanggannya. Hal ini mengakibatkan tuntutan pelanggan kini menjadi semakin besar, sehingga pelanggan lebih memilih produk atau jasa yang dapat memberikan nilai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang paling tinggi.

Kepuasan bersifat sesaat dan tidak pernah statis. Manusia selalu menuntut lebih, sehingga tidak heran jika manusia (pelanggan) selalu ingin mencoba yang baru untuk memenuhi kepuasannya. Hukum klasik tentang kepuasan pelanggan menyebutkan bahwa kepuasan (*satisfaction*) tercipta apabila harapan (*expectation*) sama dengan kenyataan (*reality*) atau memenuhi harapan. Bila kenyataan yang diterima lebih rendah dari harapan, pelanggan akan kecewa (*dissatisfaction*), begitu

pula sebaliknya apabila kenyataan di atas harapan, pelanggan akan sangat puas (*delight*).

Menurut (Winarti, 2009) Salah satu unsur penting dalam kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan akan semakin meningkat seiring dengan semakin tingginya kualitas suatu produk atau jasa. Komitmen akan kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan merupakan salah satu faktor utama untuk mendorong keberhasilan suatu bisnis, terutama pada industri jasa. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena berhasil atau tidaknya suatu industri jasa sangat tergantung dari penilaian pelanggan, maka hal ini merupakan suatu yang sangat penting untuk memperhatikan kepuasan dari pelanggan. Tetapi, saat ini tidak hanya kualitas yang dibutuhkan untuk dapat mempertahankan pelanggan. Perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan nilai tambah pada produk atau jasa yang ditawarkannya. Dimana nilai tambah tersebut berada diatas standar dari harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan.

PT. Lion Super Indo merupakan salah satu supermarket yang ada di Indonesia yang beroperasi dalam bidang ritel. PT. Lion Super Indo menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang berkualitas tinggi, lengkap, harga yang kompetitif, dan lokasi yang mudah dijangkau. PT. Lion Super Indo didirikan pada tahun 1997 dan berpusat di Jakarta, Indonesia. Kini Super Indo sudah memiliki gerai 136\* gerai yang tersebar di 18 kota besar di Indonesia dan didukung lebih dari 7000\* karyawan terlatih. Perusahaan beroperasi sebagai anak usaha dari Delhaize Group, perusahaan yang berpusat di Belgium.

Untuk sebuah bisnis dalam bidang ritel, kepuasan konsumen sangatlah penting sekali untuk bisa bertahan hidup. Untuk itu diperlukan studi mendalam tentang hal ini, dimana nantinya dapat memberikan input positif bagi sebuah perusahaan ritel mengenai hal-hal apa saja yang dapat mewujudkan terciptanya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan sebelumnya, yaitu dengan mendengarkan keluhan langsung dari pelanggan, wawancara pada karyawan bagian kasir, dan wawancara kepada 30 pelanggan mengenai pendapat mereka tentang

pelayanan yang diberikan PT. Lion Super Indo Siliwangi Semarang. Terdapat 19 responden yang mengatakan masih belum puas terhadap beberapa pelayanan yang diberikan oleh Super Indo Siliwangi Semarang, rata-rata ketidakpuasan tersebut dari segi pemasangan label promo yang tidak sesuai, kesesuaian label dengan display produk dan harganya dan lain-lain sehingga harapan pelanggan terkadang tidak terpenuhi karena kenyataan yang diterima. PT. Lion Super Indo sebagai salah satu supermarket dalam bisnis ritel di Indonesia perlu menganalisis lebih jauh mengenai kualitas pelayanan yang ada di PT. Lion Super Indo Siliwangi agar tidak ada gap antara manajemen dan *customer*, sehingga keinginan *customer* terpenuhi dan kepuasan *customer* dapat meningkat. Analisis ini penting untuk memastikan bahwa strategi pelayanan yang di jalankan PT. Lion Super Ondo Siliwangi tepat dan dapat benar-benar memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga PT. Lion Super Indo Siliwangi dapat meningkatkan kualitasnya.

Menurut (Kotler, 1996), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan bagaimana kinerja produk atau jasa yang di rasakan atau diterima dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan kinerja yang diharapkan (*expectated performance*). Oleh karenanya evaluasi maupun perbaikan kualitas produk jasa menjadi sangat penting dilakukan jika perusahaan ingin tetap eksis dimata pelanggannya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan diperlukan Metode analisis kualitas jasa pelayanan. Untuk melakukan evaluasi dapat digunakan metoda Servqual sedangkan untuk perbaikan-perbaikan kualitas jasa pelayanan dapat digunakan analisa dengan *Quality Function Deployment (QFD)*

Penerapan Metode Servqual dalam pengukuran kesenjangan adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelebihan pada industry jasa. Dengan metode ini kita dapat mengetahui kesenjangan (*Gap*) yang terjadi antara persepsi pelanggan dengan harapan/keinginan pelanggan dengan menempatkannya dalam dimensi pelayanan, yakni: Daya bukti fisik, Dimensi Keandalan, Dimensi daya tanggap, Dimensi jaminan, dan Dimensi Empati.

Metode *Servqual* digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan kesuksesan layanan yang diberikan perusahaan sedangkan Metode *QFD* lebih menjamin pelayanan jasa yang akan diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Metode *QFD* digunakan untuk menyusun strategi baru untuk memberikan layanan terbaik bagi konsumen. Data diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada customer.

Oleh karena itu, pada penelitian ini penyusun akan melakukan penelitian kualitas pelayanan dengan menggunakan Metode *Servqual* dan *Quality Function Deployment* pada PT. Lion Super Indo Siliwangi. Penelitian ini penting dilakukan agar bisa segera mengimplementasikan strategi perbaikan guna peningkatan kualitas layanan PT. Lion Super Indo Siliwangi dimasa mendatang. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas pada sistem perusahaan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan PT. LSI SWI kepada pelanggan?
2. Apakah ada variable yang memiliki gap antara persepsi dengan harapan pelanggan PT. LSI SWI?
3. Berapa atribut layanan yang berada pada kategori kritis (prioritas utama) dengan menggunakan diagram Kartesius?
4. Bagaimana rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan PT. LSI SWI berdasarkan prioritas utama pada metode QFD yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan terlebih dahulu?

## **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya masalah serta agar dalam prorses penulisan peneliti dapat terarah maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di PT. Lion Super Indo Siliwangi Semarang.
2. Data yang diambil adalah data kuisisioner untuk konsumen PT. LSI SWI.

3. Menggunakan *Servqual* Gap 5
4. Perhitungan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *SPSS* 24.
5. Pada HOQ tidak menyertakan kompetitor karena perusahaan tidak mengizinkan adanya data dari pihak luar, fokus pada masalah internal.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengidentifikasi bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT. LSI SWI.
2. Untuk mengetahui gap antara persepsi dan harapan pelanggan yang ada di PT. LSI SWI.
3. Untuk mengetahui atribut layanan yang kritis.
4. Untuk mengetahui atribut layanan yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan terlebih dahulu guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan PT. LSI SWI.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat utama dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan wawasan kepada mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu – ilmu Teknik Industri pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah dengan Metode *Servqual* dan *QFD* pelayanan yang selama ini diberikan oleh PT. Lion Super Indo Siliwangi sesuai dengan harapan pelanggan atau belum.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pihak perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengambil langkah-langkah dan kebijaksanaan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir ini dibagi dalam beberapa bab, yaitu :

### Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir

### Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah Tugas Akhir dan untuk merumuskan hipotesis apabila memang diperlukan dari berbagai referensi yang dijadikan landasan pada kegiatan penelitian yang dilakukan.

### Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi uraian rinci tentang desain, metoda atau pendekatan yang digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian untuk mencapai tujuan penelitian.

### Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang data hasil penelitian yang dilakukan di PT. Lion Super Indo Siliwangi Semarang dari pengumpulan data yang berupa data mentah pada kuesioner lalu data diolah dengan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas, menghitung gap pada setiap variabel atribut layanan, plotting data pada diagram kartesius dan membangun model *house of quality* analisa serta pembahasan tentang hasil yang diperoleh berupa penjelasan teoritik baik secara kualitatif dan atau kualitatif.

### Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang dibuat berdasarkan pengalaman, kesulitan, kesalahan, temuan baru yang belum diteliti dan berbagai kemungkinan ke arah penelitian berikutnya.