

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman yang semakin modern, kecerdasan konsumen yang semakin meningkat dalam menentukan keinginannya terhadap suatu barang dan jasa (*smart consumer*), serta semakin berkembangnya teknologi informasi membuat persaingan dalam dunia ritel bertambah ketat dan kompleks. Dalam aktivitas sehari-hari, berbelanja merupakan suatu hal yang tidak dapat terlepas terlebih adalah berbelanja pada ritel/pengecer. Dalam hal ini ritel yang dimaksud adalah ritel yang menjual barang-barang kebutuhan pokok dan barang-barang yang telah dianggap kebutuhan pokok bagi kalangan masyarakat tertentu.

Menurut Philip Kotler (2003;535) dalam bukunya (Dr. Ir. Bob Foster, 2008) Penjual eceran meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis.

Bisnis ritel atau pengecer merupakan salah satu bisnis yang perkembangannya cukup besar pada saat ini. Banyak perusahaan ritel yang bermunculan sehingga membuat persaingan bisnis ritel semakin tinggi. Berdasarkan data yang dirilis mengenai *Global Retail Development Index 2016 (Global Retail Expansion at a Crossroad)* (At Kearney, 2015), Indonesia berada pada peringkat ke-5 naik 7 peringkat dari tahun 2015 yang menandakan bahwa bisnis ritel di Indonesia memiliki pertumbuhan yang baik dan stabil. Hal tersebut dikarenakan faktor jumlah penduduk Indonesia yang besar dan pertumbuhan penduduk kelas menengah yang cukup besar.

Dalam dunia bisnis ritel dikenal ada bisnis ritel tradisional dan bisnis ritel modern. Dari kedua kategori tersebut, pertumbuhan bisnis ritel modern memiliki pertumbuhan yang pesat yang ditandai dengan semakin banyaknya jumlah gerai yang muncul. Pasar tradisional dan toko kelontong merupakan beberapa contoh ritel tradisional sedangkan minimarket dan supermarket merupakan beberapa contoh dari ritel modern.

Di sisi lain masyarakat Indonesia khususnya Di Yogyakarta mengalami pergeseran budaya berbelanja dari pola berbelanja yang tradisional ke arah pola berbelanja yang modern. Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia antara 10%–15% per tahun (Marketing.co.id, 2013). Populasi yang besar dan sangat majemuk serta pergeseran budaya belanja masyarakat merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi kondisi tersebut.

Di Yogyakarta telah banyak muncul ritel modern yang berasal dari perusahaan dalam negeri (Alfamaret, Indomaret dan Pamela) maupun luar negeri (Hypermart, Carrefour, Lotte Mart, Giant). Konsep retail tersebut bermacam-macam mulai dari minimarket, supermarket *convenience store*, *departement store*, dan masih banyak yang lainnya.

Potensi bisnis ritel yang besar, pergeseran budaya konsumen ke arah pola berbelanja modern, serta semakin tingginya persaingan dalam bisnis ritel mengharuskan perusahaan untuk meng-*update* strategi bisnisnya khususnya dalam hal pelayanan kepada pelanggan agar dapat bersaing dan tetap eksis. Hal yang dapat dilakukan yaitu bagaimana memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan serta dapat memberikan kesan bagi pelanggan.

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan berdampak secara positif dengan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler, et al.,(1996) dalam buku Fandy Tjiptono (2008:24), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Semakin tinggi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan perspektif yang dirasakan oleh pelanggan (*gap*) maka pelanggan akan merasa semakin tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uraian di atas maka timbul pertanyaan bagaimana cara untuk mengetahui apakah pelanggan telah merasa puas atau belum terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko ritel modern dan faktor/atribut apa saja yang mempengaruhinya. Untuk itu peneliti akan meneliti mengenai kepuasan pelanggan pada ritel modern dan atribut apa saja yang mempengaruhinya dengan pendekatan *Retail Service Quality Scale (RSQS)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Improvement Gap Analysis (IGA)*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada bagian latar belakang, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana indeks tingkat kepuasan konsumen pada Super Indo Parangtritis?
2. Atribut apa yang menjadi prioritas untuk diperbaiki guna meningkatkan indeks kepuasan pelanggan pada Super Indo Parangtritis?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui indeks tingkat kepuasan konsumen pada Super Indo Parangtritis.
2. Untuk mengetahui atribut apa yang menjadi prioritas untuk diperbaiki guna meningkatkan indeks kepuasan pelanggan pada Super Indo Parangtritis.

1.4 Batasan Permasalahan

Untuk lebih memfokuskan mengenai permasalahan yang diteliti, terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan Di Super Indo Parangtritis
2. Objek penelitian hanya pada ritel yang berjenis ritel modern.
3. Profil responden pada kuisioner tidak memiliki pengaruh dalam proses pengolahan dan analisis hasil pengolahan data.
4. Atribut penilaian *Retail Service Quality Scale (RSQS)* merupakan hasil dari kajian literatur penelitian sebelumnya.

5. Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Improvement Gap Analysis (IGA)*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui nilai indeks kepuasan konsumen pada Super Indo Parangtritis sehingga dengan demikian dapat mengetahui sejauh mana kebijakan yang dijalankan oleh perusahaan dapat mengakomodir keinginan dari pelanggan.
2. Memberikan rekomendasi dan sumber pemikiran pada ritel dalam perbaikan kualitas pelayanan kepada konsumen menurut skala prioritas dari atribut yang ada.
3. Dapat memberikan referensi baru khususnya mengenai riset pemasaran dan kepuasan pelanggan untuk kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terbagi menjadi 6 (enam) bab dan beberapa sub bab yang disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan TA.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik Tugas Akhir yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan di atas.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat penelitian, data yang digunakan dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data dan alat bantu analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menguraikan proses pengolahan data dengan prosedur tertentu, termasuk gambar dan grafik yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Memuat mengenai analisis hasil perhitungan data yang telah dilakukan beserta pembahasannya.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang di daperoleh dari analisis yang telah dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data serta saran-saran berisi saran-saran kepada objek penelitian maupun penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**