

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian memegang peranan penting dalam mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang maju dan berkembang pesat khususnya di kota-kota besar, telah terjadi perubahan di berbagai sektor termasuk di bidang industri dan produksi serta pada kegiatan eceran di Indonesia yang telah berkembang menjadi usaha berskala besar.

Perkembangan bisnis eceran yang pesat ini tidak lepas dari faktor meningkatnya pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang, maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan kebutuhan pelanggan dalam satu lokasi semakin dibutuhkan. Bentuk usaha eceran yang mengalami perkembangan yang cukup pesat adalah; *Supermarket* dan *Departemen Store* (Toserba).

Dalam situasi persaingan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh suatu *Supermarket* dan *Departemen Store* dengan maksud menandingi atau mengambil kesempatan yang ada. Timbulnya keadaan seperti itu menandakan bahwa manajer atau pengusaha semakin menyadari bahwa pentingnya mempertahankan dan memperluas pasar untuk kesinambungan usahanya. Pada dasarnya keberhasilan usaha di bidang ini berada pada pengadaan barang, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga yang terjangkau guna meningkatkan jumlah pengunjung. Untuk menghadapi persaingan ini dan agar tetap ramai dikunjungi pelanggan, maka *Supermarket* harus melakukan berbagai jenis upaya dalam kegiatan pemasarannya agar menarik dan sesuai di mata pelanggan. Oleh karena itu, pihak *Supermarket* harus tanggap terhadap “Perilaku Pelanggan Dalam Memilih Toko” karena pada saat ini pelanggan sudah semakin kritis terhadap kemampuan suatu toko dalam menarik pembelinya untuk berbelanja.

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 ritel tersebut bermacam-macam mulai dari *minimarket*, *supermarket*, *convenience store*, *departement store*, dan masih banyak yang lainnya.

Potensi bisnis ritel yang besar, pergeseran budaya pelanggan 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 dibandingkan 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. Setiap pelanggan selalu mengharapkan, agar mendapatkan *service* yang optimal serta mereka dapat memperoleh barang atau jasa seperti yang mereka inginkan. Hal semacam ini, bila tidak direspon dengan cepat dan baik oleh penyedia pelayanan akan berakibat turunnya minat dari pelanggan untuk datang dan menggunakan jasa serta pelayanan yang mereka sediakan.

Superindo *supermarket* mempunyai peluang dan tantangan seperti *supermarket* pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan Superindo *supermarket* dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Superindo dan menjadi

pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga pelanggan Superindo semakin bertambah. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak Superindo. Tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas. Keluhan tersebut ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan, sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki perusahaan. Ada beberapa metode yang biasa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, salah satunya adalah *Service Quality* (*Servqual*). Dalam penilaian persepsi, ekspektasi dan pembobotan pada *servqual* menghasilkan penilaian seseorang terhadap suatu kriteria yang bersifat kualitatif adalah subyektif dan seringkali bias. Dengan melihat keterbatasan yang terdapat dalam *servqual* tersebut memungkinkan adanya integrasi dan langkah lanjutan sehingga menghasilkan hasil yang obyektif dan realistis untuk diterapkan.

Penelitian ini mencoba mengintegrasikan *Fuzzy-Servqual*, dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat menangkap bias dan subyektivitas yang terjadi pada saat mengumpulkan data melalui pengisian kuesioner. Logika *fuzzy* merupakan sebuah logika yang memiliki nilai kekaburan atau kesamaran antara benar dan salah sehingga dalam teori logika *fuzzy* sebuah nilai bisa bernilai benar dan salah secara bersamaan namun berapa besar kebenaran dan kesalahan suatu nilai tergantung kepada bobot keanggotaan yang dimilikinya.

Hal ini menjadi alasan mengapa pada penelitian ini mencoba mengkomparasikan antara *fuzzy* dengan *service quality*, dimana penilaian skor butir pertanyaan pada kuesioner menggunakan himpunan *fuzzy* yaitu pengelompokan skor butir pertanyaan berdasarkan variabel bahasa (linguistik variabel) yang diintegrasikan dengan metode *service quality*.

Berdasarkan sedikit latar belakang masalah diatas, penelitian ini membahas tentang Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan *Fuzzy-Servqual* pada Superindo Seturan Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan yang selama ini diberikan pihak Superindo sesuai dengan harapan pelanggan?
2. Dimensi apakah yang memiliki kesenjangan (*gap*) yang paling besar?
3. Atribut–atribut apa saja yang harus diperhatikan dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan di Superindo?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilaksanakan di Superindo Seturan Yogyakarta
2. Pelayanan jasa yang dinilai kualitasnya adalah pelayanan terhadap hal-hal yang terdapat dalam variabel-variabel penelitian yang didapat penyebarankuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa Superindo.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Fuzzy–Servqual*

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan di Superindo sudah sesuai harapan pelanggan
2. Untuk mengetahui dimensi mana yang memiliki kesenjangan (*gap*) terbesar
3. Untuk mengetahui atribut-atribut yang harus diperhatikan untuk peningkatan kualitas pelayanan Superindo Seturan Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai implementasi dari penerapan teori-teori yang sebelumnya telah didapat selama kegiatan perkuliahan. Selain itu juga dapat memotivasi penulis untuk dapat selalu bekerja dengan hati, karena dari sini akan didapatkan banyak pelajaran berharga bagi penulis sendiri.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu melalui masukan-masukan yang didapatkan dari hasil penelitian ini. Masukan-masukan tersebut merupakan usulan perbaikan pelayanan, dengan adanya perbaikan pelayanan maka kualitas akan meningkat dan diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada pelanggan dan pemilik perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan Tugas Akhir ini sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa penelitian ini diangkat, selain itu juga permasalahan yang akan diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar teori yang mendukung kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apa saja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV PENGAMBILAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data – data yang dihasilkan selama penelitian yang dilakukan dan selanjutnya diolah dengan menggunakan metode yang ditentukan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang didapat dari hasil pengolahan data, serta hasil pengolahan data tersebut dapat menghasilkan kesimpulan dan saran pada bab selanjutnya yaitu bab kesimpulan dan saran.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat dari bab sebelumnya yaitu bab pembahasan. Selain kesimpulan pada bab ini juga terdapat masukan – masukan/saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

