

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan pasar dan persaingan bisnis yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, baik dipasar domestik maupun di pasar internasional. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis sekarang, perusahaan harus mengetahui nilai perusahaan tersebut dimata pelanggan. Sebagaimana diketahui, banyak perusahaan yang tidak mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap pelayanan dan kualitas produk yang perusahaan berikan.

Kepuasan konsumen telah menjadi kunci untuk keberhasilan perusahaan dan kelangsungan hidup dalam persaingan global. Konsumen menjadi lebih cerdas dan lebih menuntut. Produksi, pemasaran, persaingan, manajemen sumber daya manusia, dan pemrosesan transaksi antara perusahaan dan konsumen, serta perusahaan dengan perusahaan lain, semuanya telah berubah secara dramatis seiring dengan berkembangnya dunia bisnis. Karena persaingan yang ketat dan deregulasi yang meningkat, beberapa bisnis telah merancang teknik yang menguntungkan untuk membedakan diri mereka dari pesaing mereka. Memberikan layanan berkualitas tinggi dan prima adalah salah satu metode untuk kesuksesan bisnis.

Seiring dengan berjalannya perdagangan bebas dalam masyarakat di era globalisasi ini, terdapat salah satu bagian yang perlu diperhatikan dengan serius oleh setiap perusahaan guna bisa bertahan dalam lingkungan bisnis, masalah tersebut adalah kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan mempunyai

hubungan langsung dengan berdampak pada persepsi dan perilaku konsumen. Kemudian akan mempengaruhi keputusan pembelian, dan terakhir kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

PT. Sumber Alfaria Trijaya merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan dan Jasa untuk produk kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Sudah berdiri di Indonesia sejak tahun 1998 dan memiliki 13.632 gerai yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia serta memiliki lebih dari 60.000 karyawan. Dengan banyak keluhan dari para pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan, maka peneliti merencanakan untuk membuat sebuah penelitian dan perencanaan untuk memperbaiki kualitas pelayanan terhadap para pelanggan yang sudah ada. Berdasarkan data keluhan para pelanggan selama April sampai September 2021, peneliti lampirkan 6 dari 15 keluhan pelanggan yang menjadi perhatian utama, yaitu:

1. Produk lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen

Kelengkapan produk merupakan salah satu harapan yang dimiliki oleh konsumen ketika berbelanja ke mini market, namun sayangnya tidak semua minimarket menyediakan semua kebutuhan pelanggan, dan untuk gerai Alfamart sendiri, terdapat beberapa produk yang tidak tersedia, seperti: minyak goreng ukuran 500 ml, buah-buahan, dan lainnya. Keterbatasan kelengkapan produk kerap membuat konsumen cenderung lebih memilih belanja di gerai yang lebih besar, seperti: Alfamidi, Lawson, dan lainnya.

2. Harga yang standar untuk minimarket sekelas/selevel

Salah satu pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian adalah harga produk, dan terkadang harga jual produk di toko Alfamart lebih tinggi daripada di Warung tradisional atau minimarket swasta lainnya. Adapun produk yang dimaksudkan adalah: rokok yang lebih mahal seribu rupiah dibandingkan dengan warung tradisional, harga minyak goreng dan telur yang terkadang lebih mahal dibandingkan dengan gerai minimarket lainnya. Hal ini kerap membuat pelanggan mengeluh dan memutuskan untuk belanja di warung tradisional atau minimarket lainnya.

3. Kemampuan karyawan untuk mengatasi tuntutan individu pelanggan.

Setiap karyawan minimarket sudah seharusnya menguasai produk yang dijual, khususnya tata letak produk dan spesifikasi produk, karena dengan demikian karyawan akan mempermudah konsumen dalam mencari produk yang dia butuhkan, namun sayangnya ada beberapa pegawai Alfamart yang terkadang tidak begitu menguasai tata letak produk atau spesifikasi produk, sehingga konsumen harus mencarinya sendiri. Hal ini kerap membuat pelanggan mengeluh karena harus menghabiskan waktu lebih lama untuk mencari produk yang dibutuhkannya.

4. Kualitas produk terjamin (tidak penyok, karat, kemasan terbuka, kadaluarsa, rusak).

Produk yang penyok, berkarat, kadaluarsa, rusak, dan terbuka kemasan, sudah seharusnya tidak dipajang untuk dijual, namun sayangnya terkadang masih ditemui adanya produk yang demikian, misalnya: roti yang sehari lagi kadaluarsa, minuman botol yang penyok, dan lainnya. Hal ini membuat

konsumen merasa tidak nyaman karena produk yang dibutuhkan ternyata tidak sesuai dengan ekspektasinya.

5. Akses lokasi toko mudah dijangkau

Kebanyakan mini market berlokasi dipinggir jalan raya dan didekat perumahan dan jarang berada di dalam gang yang ada di wilayah perkampungan. Hal ini terkadang menjadi keluhan terutama disaat konsumen sedang benar-benar membutuhkan suatu produk dan konsumen tersebut tidak memiliki kendaraan bermotor.

6. Keluhan dan saran ditanggapi dengan serius

Keluhan yang disampaikan oleh konsumen merupakan masukan yang seharusnya ditanggapi dengan serius oleh pihak mini market karena berhubungan dengan kepuasan konsumen itu sendiri. Namun sayangnya terkadang keluhan dan saran tersebut tidak direspon dengan serius oleh pihak mini market. Contoh sederhananya adalah ketika terjadi antrian di depan kasir, konsumen kerap mengeluh hal tersebut, terutama bilamana ada kasir yang tidak dioperasikan, dan untuk kasus ini, kerap kali karyawan mini market tidak mempedulikannya.

Keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada perusahaan pada dasarnya merupakan bentuk ketidakpuasan konsumen akan kualitas pelayanan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan pada konsumen, dan pada akhirnya hal ini akan secara langsung mempengaruhi citra perusahaan di perspektif masyarakat. Terkait dengan cara mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, terdapat beberapa metode yang dapat diterapkan, yaitu *service quality* (ServQual), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *customer service index* (CSI).

Metode *SERVQUAL* memiliki kelebihan dimana dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen digunakan 5 (lima) dimensi persepsi. Metode ini dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1988 dalam Diana, 2015) Dalam hal ini, kepuasan terhadap metode *SERVQUAL* diukur melalui survei (kuesioner, wawancara, telepon, dll), dan hasil survei diharapkan mencerminkan nilai kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan.

Metode IPA memiliki beberapa keunggulan, antara lain kemampuan untuk menunjukkan fitur produk/layanan yang perlu ditingkatkan atau diturunkan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, temuannya cukup mudah untuk diinterpretasikan, skalanya umumnya mudah dipahami, dan relatif murah. Penelitian ini akan mengembangkan suatu integrasi metode terpadu antara metode *SERVQUAL* dan metode *IPA* untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada perusahaan retail, dengan judul penelitian: “*Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk*” Dilakukannya penelitian ini pada gerai Alfamart yang terdapat di Komplek GMP yang terletak di Jl Lintas Tanjung Playu, Komplek GMP Blok E No. 1, RT 02 RW 01, Kelurahan Duriangkang, Kecamatan Sungai Beduk, Batam. Adapun alasannya adalah: gerai sudah lama dibangun, sudah memiliki banyak pelanggan, terletak dilokasi Perumahan, dan memiliki bentuk bangunan yang berbeda dengan bangunan Alfamart pada umumnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang masalah di atas, peneliti telah mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Adanya keluhan dari beberapa konsumen akan pelayanan yang diberikan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya.
2. Adanya pengaruh keluhan dari pelanggan terhadap tingkat kepuasan konsumen akan kualitas pelayanan PT. Sumber Alfaria Trijaya.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang diterapkan pada penelitian ini :

1. Responden merupakan konsumen yang menggunakan jasa PT. Sumber Alfaria Trijaya.
2. Tempat dilakukan penelitian hanya pada PT Sumber Alfaria Trijaya, khususnya pada gerai Alfamart di Komplek GMP yang terletak di Jl Lintas Tanjung Playu, Komplek GMP Blok E No. 1, RT 02 RW 01, Kelurahan Duriangkang, Kecamatan Sungai Beduk, Batam.
3. Data yang diambil pada bulan April – September 2021.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dapat ditemukan sebagai berikut :

1. Berapa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya?
2. Atribut apa saja yang perlu ditingkatkan PT. Sumber Alfaria Trijaya guna meningkatkan kualitas?
3. Bagaimana usulan perbaikan yang di prioritaskan untuk meningkatkan kualitas pelayanan PT. Sumber Alfaria Trijaya?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diberikan, diantaranya :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap Kualitas pelayanan pada PT. Alfaria Trijaya.
2. Mengenali atribut apa saja yang berkontribusi pada peningkatan atau perbaikan.
3. Memiliki kemampuan untuk membuat rekomendasi prioritas untuk peningkatan kualitas layanan.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Riset ini bertujuan agar bisa menambah ilmu pengetahuan berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan Di PT. Sumber Alfaria Trijaya. Serta diharapkan dapat memberikan referensi atau masukan bagi perusahaan ritel khususnya Alfamart dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti
Berguna sebagai jawaban dalam memecahkan permasalahan yang ada, mengingat pentingnya tingkat kepuasan konsumen terhadap perkembangan perusahaan ritel.
2. Bagi PT. Sumber Alfaria Trijaya

Berguna sebagai masukan untuk melakukan upaya tambahan untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan perusahaan juga akan meningkat.