

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada masa sekarang ini, gaya hidup masyarakat Indonesia semakin canggih dikarenakan ilmu pengetahuan tentang teknologi berkembang begitu pesat diiringi dengan perkembangan jaman. Dan pengaruh hal tersebut sangat nyata, sebagai contoh munculnya inovasi atau suatu fasilitas yang memudahkan pekerjaan sehari-hari seperti berbelanja yang tentunya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut adalah semakin banyaknya perusahaan ritel terutama dibidang penjualan pakaian baik itu di Mall, Boutique, bahkan Online, yang semakin banyak memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan fashionnya secara mudah dan efisien. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang didirikan maka persaingan antar pusat perbelanjaan tersebut semakin ketat, yang akhirnya meningkatkan naluri pelanggan atau masyarakat untuk dilayani lebih baik lagi, sesuai apa yang dibutuhkan bagi pemenuhan lainnya. Hal ini membuat beban pemasaran semakin berat, karena tugas dari pemasaran merupakan fungsi paling penting dari perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat apabila perusahaan tidak menciptakan suatu inovasi baru akan menyebabkan banyak para pelanggan yang beralih dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya, hal ini juga yang mengakibatkan menurunnya volume penjualan perusahaan. Perusahaan berlomba-

lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan serta kepuasan pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan dihati pelanggan sehingga diharapkan pelanggan akan loyal terhadap setiap produk yang dihasilkan perusahaan, tidak sedikit perusahaan memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan pelanggan agar tetap setia. Kepuasan pelanggan sendiri sudah menjadi konsep sentral dan sangat diutamakan dalam aktivitas jual beli yang berlanjut setiap harinya pada perusahaan, karena pelanggan memegang peran penting dalam mengukur kepuasan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh setiap perusahaan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan juga dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan kesempatan serta loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya akan menguntungkan perusahaan. Dan hal inilah yang sedang diterapkan pada Matahari departemen Store Nagoya Batam sejak dulu agar tetap menjadi tempat perbelanjaan nomor satu di kota Batam. Oleh sebab itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dianggap penting untuk hal itu diantaranya cara berinteraksi dengan pelanggan, bahasa yang digunakan, serta intonasi dalam berkomunikasi.

Matahari Departement Store adalah perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan perlengkapan fashion, aksesoris, kecantikan, hingga peralatan rumah tangga. Matahari menghadirkan produk-produk stylish berkualitas tinggi

serta pengalaman berbelanja yang istimewa, bekerja sama dengan pemasok lokal dan internasional yang terpercaya untuk menawarkan beragam produk terkini dari merek eksklusif dan merek internasional. Posisi Matahari sebagai department store pilihan di Indonesia didukung oleh jajaran merek eksklusif yang diusungnya. Hanya dijual di gerai-gerai perseroan, merek-merek tersebut secara konsisten berada di antara merek-merek terbaik di Indonesia, memenangkan sejumlah penghargaan terkait desain, kualitas dan nilai, sehingga membuktikan pemahaman Matahari akan kesadaran pelanggannya terhadap nilai sebuah produk. Matahari telah hadir di kancah ritel Indonesia selama hampir enam dekade. Gerai pertamanya, yang merupakan toko pakaian untuk anak-anak, dibuka pada 24 Oktober 1958 di Pasar Baru, Jakarta. Sejak itu, Matahari terus berkembang menjadi perusahaan nasional, membuka departemen store modern pertama di Indonesia pada tahun 1972 dan mendirikan basis konsumen setia di seluruh Indonesia. Dengan jaringan 142 gerai di 66 kota, Matahari menyediakan lapangan pekerjaan bagi 50.000 orang di Indonesia dan mendapatkan 80% produk pembelian langsung dan konsinyasi dari sekitar 850 pemasok lokal. Matahari Departemen Store juga salah satu perusahaan ritel yang menjual produk dengan mengedepankan pelayanan yang prima kepada pelanggan sehingga diharapkan pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, karena kualitas pelayanan ini sangat berpengaruh untuk menilai kepuasan pelanggan serta menjadi tolak ukur berhasil tidaknya Matahari Departement Store Nagoya Batam dalam proses jual beli, akan tetapi yang sering terjadi pada Matahari Departement Store Nagoya Batam masih banyak Karyawan yang tidak melaksanakan tugas dan

kewajiban yang telah diembankan kepadanya oleh pihak manajemen dalam praktek sehari-harinya. Dari hasil wawancara dengan pihak manajemen Matahari Departemen Store Nagoya Batam, masalah kepuasan pelanggan belum sepenuhnya terealisasikan hal ini dipicu oleh beberapa faktor diantaranya masih banyak karyawan Matahari Departemen Store yang kurang merespon setiap pelanggan yang datang baik itu yang sedang berjalan di maindrud atau sedang memilih beberapa pakaian untuk dibeli, tidak sedikit karyawan yang memilih mengobrol dengan rekan sekerjanya daripada pelanggan yang diharapkan memberikan Margin bagi perusahaan. Hal ini terbukti dengan pencapaian penjualan yang hampir setiap bulannya masih jauh dari target yang diberikan pihak manajemen, bahkan tidak growth dari tahun-tahun sebelumnya. Berikut ini table data target dan pencapaian salah satu word Youth Boy di Matahari Departemen Store Nagoya Hill Batam selama 6 bulan terhitung dari July samapai dengan Desember 2017.

Tabel 1.1 Data Presentase Pencapaian Matahari Departemen Store Nagoya Batam. Periode Juli 2017 – Desember 2017

Bulan	Area	Target (Qty)	Pencapaian (Qty)	Persentase (%)
July	Youth Boy	3510	2860	75,78%
Agustus	Youth Boy	3500	2880	75,20%
September	Youth Boy	3330	2710	73,39%
Oktober	Youth Boy	2550	1670	76,47%
November	Youth Boy	2830	1580	69,88%
Desember	Youth Boy	2592	1961	66,30%

Sumber : Matahari Departemen Store Nagoya Batam

Dari tabel 1.1 diatas, pencapaian pada Matahari Departemen Store Nagoya Batam masih jauh pencapaian dari target yang telah ditentukan baik itu secara value maupun quantity. Hal ini dipicu oleh beberapa faktor diantaranya Kualitas pelayanan yang kurang baik terhadap pelanggan sehingga berimbas terhadap Omset penjualan pada Matahari Departement Store Batam, terbukti sejak akhir Juli 2017 tepatnya setelah hari raya ummat islam hingga mendekati Januari 2018. Omset penjualan Matahari Department Store Nagoya Batam menurun drastis hampr 30% disetiap bulannya, dan Komplain pelanggan meningkat setiap bulannya, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1.2 Data Komplain Pelanggan Matahari Department Store Nagoya Batam
Periode Juli 2017 – Desember 2017

NO.	BULAN	JUMLAH KOMPLAIN PELANGGAN
1	Juli 2017	6 Orang
2	Agustus 2017	8 Orang
3	September 2017	11 Orang
4	Oktober 2017	14 Orang
5	November 2017	18 Orang
6	Desember 2017	24 Orang

Sumber: Matahari Departemen Store Nagoya Batam

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa komplain pelanggan dari bulan Juli 2017 hingga Desember 2017 selalu meningkat, dengan rata-rata peningkatan sebesar 30%. Hal ini menunjukkan adanya indikasi ketidakpuasan pelanggan selama periode tersebut. salah satu faktor penyebab ketidakpuasan tersebut adalah masalah pelayanan pelanggan yang kurang memuaskan.

Selain daripada Kualitas Pelayanan, Promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang

suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk, (Lenzun & Adare, 2014). Promosi ini juga menjadi salah satu faktor kepuasan pelanggan. Salah satu kegiatan promosi yakni mengiklankan suatu produk atau merek yang menghasilkan penjualan dan menciptakan loyalitas merek atau brand, promosi ini juga mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya, informasi bias bersifat Verbal dan Visual.

Jika dilihat dari promosi-promosi yang berlangsung di Matahari Departemen Store setiap hari, minggu dan bulan selalu berubah-ubah, dan daftar acara promosi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3 Data Daftar Promo Matahari Department Store Nagoya Batam Periode Juli 2017 – Desember 2017

Bulan	Promo
July	Beli 2 Gratis 1, Discount 20%
Agustus	Belanja 150 ribu dapat Voucher 50 ribu, Beli 1 Discount 20% Beli 2 Gratis 1
September	Discount 20% all items, Beli 1 Gratis 1
Oktober	Beli 2 Gratis 1, Discount 50%
November	Beli 2 Gratis 1, Belanja 150 ribu dapat Voucher 50 ribu
Desember	Belanja 150 ribu dapat Voucher 50 ribu, Discount 75%, Beli 1 Gratis 2

Dari daftar promo diatas yang selalu berubah-ubah mengakibatkan pelanggan saat mendapatkan informasi akan merasa puas dan akan mengkonsumsi produk yang kita tawarkan atau promosikan bahkan tidak jarang pelanggan membagi informasi tentang promosi tersebut kepada orang lain,

sehingga promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan profit perusahaan, sebaliknya pelanggan yang terlambat mendapatkan informasi tentang promosi diskon akan merasa tidak puas sehingga ekspektasi perusahaan jauh dari kenyataan.

Dari beberapa masalah di atas, terlihat bahwa kualitas pelayanan dan promosi menjadi salah satu masalah dari beberapa masalah yang ada pada perusahaan, hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, namun hal ini masih sangat perlu dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu penulis mengangkat judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MATAHARI DEPARTEMEN STORE BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian permasalahan di atas penulis dapat mengidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Karyawan di Matahari kurang ramah, karena tidak semua memberikan Pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan yang datang baik itu yang sekedar lewat saja maupun memilih-milih beberapa barang. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan Omset pencapaian hampir 30% disetiap bulannya.
2. Promo di Matahari Departemen Store Nagoya Batam selalu berubah-ubah setiap hari, minggu dan bulan. Sehingga pelanggan masih banyak

yang belum mendapatkan informasi pada saat promo tersebut berlangsung.

3. Meningkatnya jumlah pelanggan yang komplain setiap bulannya sejak July 2017 hingga akhir tahun 2017, tentu hal ini menjelaskan kalau masih banyak pelanggan yang belum merasa puas dengan pelayanan karyawan di Matahari departemen store Nagoya Batam.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian ini perlu dibatasi. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya dengan "Pelanggan yang sudah pernah membeli dan pelanggan yang komplain di Matahari Departemen Store Nagoya Batam dan selanjutnya penulis mengkhususkan dengan salah satu world yang ada di Matahari Departement Store Nagoya Batam karena world tersebut memberikan kontribusi yang lebih banyak dibandingkan world lain di Matahari Departement Store Nagoya Batam, dan data yang penulis cantumkan terhitung sejak bulan July 2017 sampai dengan Desember 2017".

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, dapat saya simpulkan beberapa masalah yang akan saya pecahkan diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Matahari Departemen Store Nagoya Batam ?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Matahari Departemen store Nagoya Batam ?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Matahari departemen Store Nagoya Batam ?

1.5 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Matahari Departemen Store Nagoya Batam.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Matahari Departemen store Nagoya Batam.
- 3 Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Matahari departemen Store Nagoya Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis adalah untuk memperkaya teori-teori bagi si pembaca yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan untuk dimasa mendatang.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti : Agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Matahari Departemen Store Nagoya batam.
2. Bagi Perusahaan : Dapat melakukan perubahan-perubahan akan hal-hal yang kurang bagus di Matahari Departemen Store Nagoya Batam.
3. Bagi Masyarakat : menambah wawasan terutama tentang pelayanan terhadap sesama dengan contoh saling membantu bagi sesiapa saja yang membutuhkan.