

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel di Jawa Barat beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan ekonomi masyarakat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang menggeluti bisnis ini. Hal tersebut digambarkan secara terperinci oleh *APRINDO Jabar* pada Tabel I.1 berikut.

Tabel I.1 Pertumbuhan Ritel Modern di Jawa Barat

Jenis Ritel	Tahun		
	2008	2009	2010
<i>Minimarket</i>	279	350	500
<i>Supermarket</i>	194	70	59
<i>Hypermarket</i>	9	13	26

Sumber : *APRINDO Jabar, 2011*

Pada Tabel I.1 terdapat beberapa jenis ritel yang mengalami peningkatan pada kurun waktu tahun 2008 sampai dengan 2010 yaitu, *minimarket*, dan *hypermarket*. Walaupun demikian tidak sedikit yang tidak mengalami perubahan dan bahkan cenderung mengalami penurunan. Hal ini terjadi pada jenis ritel supermarket yang justru mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Tabel I.2 Klasifikasi Ritel

Uraian	<i>Minimarket</i>	<i>Supermarket</i>	<i>Hypermarket</i>
Barang yang diperdagangkan	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari
Jumlah Item	<5000 item	5000-25000 item	>25000 item

Tabel I.2 Klasifikasi Ritel (lanjutan)

Uraian	<i>Minimarket</i>	<i>Supermarket</i>	<i>Hypermarket</i>
Jenis Produk	1. Makanan kemasan 2. Barang-barang higienis pokok	1. Makanan 2. Barang-barang rumah tangga	1. Makanan 2. Barang-barang rumah tangga 3. Elektronik 4. Busana/ pakaian 5. Alat olahraga
Model Penjualan	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan (pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan
Luas Lantai Usaha	Maksimal 400m ²	4000-5000 m ²	>5000 m ²
Luas Lahan Parkir	Minim	Standard	Sangat luas
Modal (di luar tanah dan bangunan)	s/d Rp200 juta	Rp200juta - Rp10 milyar	Rp10 milyar ke atas

Sumber : Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007, Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, Daniel Suryadama *et al* (Dampak Supermarket Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia)

Pada Tabel I.2 diklasifikasikan jenis ritel modern berdasarkan karakteristik-karakteristik. Dengan klasifikasi yang ditunjukkan dapat dilihat perbedaan antar jenis ritel *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket*.

Saat ini *retailer* di Kota Bandung sudah sangat banyak. *Retailer-retailer* tersebut di antaranya adalah : Borma, Griya, Yogya, Alfamart, Yomart, Indomaret, Carrefour, Giant, Superindo, Lotte Mart dan lain sebagainya. Banyaknya jumlah bisnis ritel di Kota Bandung secara tidak langsung menyebabkan terjadinya persaingan usaha ritel di Kota Bandung sangat ketat. Kondisi ini mendorong para perusahaan ritel untuk melakukan inovasi-inovasi dan perbaikan guna menarik minat masyarakat untuk menjadi pelanggan di perusahaan ritel.

Ruang lingkup bisnis ritel tidak hanya sekedar merupakan penjualan barang secara fisik namun juga meliputi penjualan jasa baik itu *real services* maupun *complementary services*. (Murtiningsih, 2010) Oleh sebab itu guna menarik minat para pelanggan agar mau berbelanja dan membeli produk yang ditawarkan, *retailer* perlu memperhatikan banyak hal untuk meningkatkan daya saingnya yang tidak hanya berorientasi pada barang namun juga perlu memperhatikan mengenai *service* yang diberikan, atau dengan kata lain *customer oriented*. Hal-hal tersebut di antaranya yaitu : peningkatan kualitas sumber daya manusia, produk yang dijual, pelayanan, manajemen, efisiensi dan lain sebagainya. (Oetomo, 2010) Hal ini dapat menunjang keberhasilan suatu bisnis yang ditentukan oleh penilaian pelanggan yang pada akhirnya menjadi pembuat keputusan dalam pembelian

Lutfi (2010) dalam penelitiannya menguji pengaruh *customer value* yang terdiri atas Pelayanan, Kualitas Produk, Pilihan Produk, Suasana Ritel, Kenyamanan, dan Harga terhadap citra *Minimarket* Indomaret di Kota Medan. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *customer value* yang terdiri atas Pelayanan, Kualitas Produk, Pilihan Produk, Suasana Ritel, Kenyamanan, dan Harga terhadap citra *Minimarket* PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) di Kota Medan.

Borma merupakan salah satu supermarket yang berada di Kota Bandung. Jumlah gerai *Supermarket* Borma mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dalam usaha untuk mengcover pemenuhan kebutuhan pelanggan di Kota Bandung seperti yang ditunjukkan pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Pertumbuhan Ritel Pada *Supermarket* Borma di Kota Bandung

Tahun			
2008	2009	2010	2011
23	24	25	27

Sumber : Yudi Hartanto, Kepala Administrasi Borma

Walaupun jumlah gerai Borma mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terdapat perbedaan sistem pelayanan yang diberikan oleh masing-masing gerai. Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pelayanan contohnya pada sistem parkir. Hal ini dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Daftar Lokasi Gerai Borma di Kota Bandung

Lokasi Gerai	Standarisasi Sistem Parkir
Dakota Pasteur Bandung	Secure parking system
Dago Bandung	Secure parking system
Cijerah Bandung	Manual
Taman Kopo Indah Bandung	Secure parking system
Antapani Bandung	Secure parking system
Setiabudi Bandung	Secure parking system
Lembang Bandung	Secure parking system
Cikutra Bandung	Secure parking system
Ujung Berung Bandung	Secure parking system
Cipadung Sadang Serang Bandung	Secure parking system
Cipamokolan Riung Bandung	Secure parking system
Kiara Condong Bandung	Secure parking system
Ketapang Soreang Bandung	Secure parking system
Rancabolang Bandung	Secure parking system
Sukajadi Bandung	Secure parking system
Cibaduyut Bandung	Secure parking system
Kopo Sayati Bandung	Secure parking system
Batu jajar Bandung	Secure parking system
Majalaya Bandung	Secure parking system

Pada Tabel I.4 dapat dilihat lokasi gerai Borma yang terdapat di Kota Bandung. Berdasarkan hasil *ghost shopping* yang dilakukan pada beberapa gerai Borma di Kota Bandung, dan berdasarkan keterangan yang diperoleh dari Kepala Toko Borma Cijerah, diperoleh bahwa pelayanan pada Borma Cijerah perlu diperbaiki. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa atribut pelayanan pada Borma Cijerah yang belum terstandarisasi dengan gerai Borma di lokasi lain. Sebagai contoh pada atribut sistem parkir, gerai Borma Cijerah masih menggunakan sistem parkir manual, sedangkan di gerai Borma lain sudah menggunakan *secure parking system*.

Borma Cijerah merupakan salah satu swalayan besar di Kota Bandung. Untuk memenangkan persaingan dengan retailer sejenis lainnya, Borma Cijerah memiliki beberapa strategi untuk menarik minat belanja masyarakat sekitarnya. Salah satu di antaranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis *retail*, Borma Cijerah harus mampu memberikan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Dari hasil *ghost shopping* dan survei yang dilakukan dengan cara *face to face interview* pada 13-31 Desember 2011 oleh penulis kepada 30 orang responden, terdapat beberapa faktor yang belum dimaksimalkan dalam melayani pelanggan. Hal ini terbukti dengan adanya keluhan dari beberapa pelanggan seperti yang terdapat pada Tabel I.5 berikut :

Tabel I.5 Daftar Keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Borma Cijerah

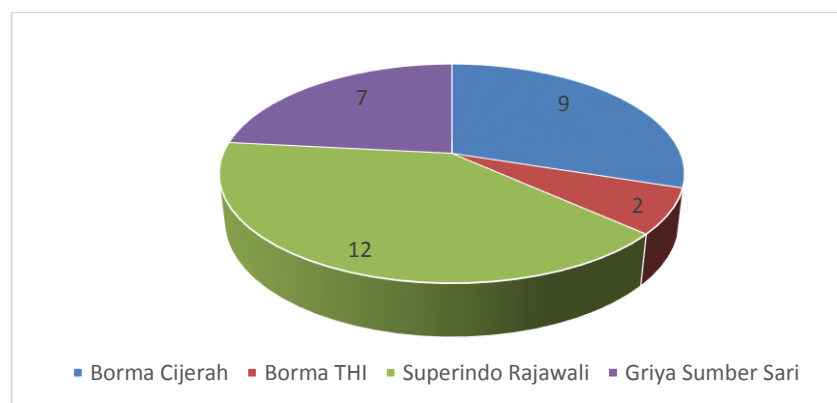
No	Keluhan	Jumlah
1	Antrian pada kasir terlalu panjang	23.08 %
2	Karyawan kurang tanggap dan cekatan	6.41 %
3	Sistem parkir kurang baik	14.10 %
4	Tata letak barang yang sering berubah sehingga menyulitkan dalam pencarian barang	6.41 %
5	Harga di kasir belum <i>terupdate</i> dengan baik sehingga terjadi perbedaan harga dengan yang diinfokan pada <i>display</i> harga	8.97 %

Tabel I.5 Daftar Keluhan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Borma Cijerah
(lanjutan)

No	Keluhan	Jumlah
6	Kurangnya promo/ <i>discount</i>	7.69 %
7	Harga mahal	6.41 %
8	Ketersediaan <i>stock</i> barang kurang lengkap	8.97 %
9	Fasilitas ATM kurang aman	2.56 %
10	Kurang nyaman (padat, tidak ber-AC)	7.69 %
11	Karyawan kurang beretika baik	2.56 %
12	Buah, sayur, daging, dan ikan kurang segar	2.56 %
13	Kualitas kantong plastik kurang baik	2.56 %

Dari Tabel I.5 terlihat bahwa keluhan 1 yaitu, antrian pada kasir terlalu panjang, dan keluhan 3 yaitu, sistem parkir yang kurang baik, mendominasi daftar keluhan pelanggan Borma Cijerah. Walaupun demikian, keluhan lain pun memiliki porsi yang dapat diperhitungkan dalam menilai kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak faktor yang belum dimaksimalkan dalam melayani pelanggan.

Survei dilakukan kepada 30 orang responden yang bertempat tinggal di sekitar Borma Cijerah, tepatnya di Kecamatan Bandung Kulon. Hasil survei mengenai *supermarket* favorit masyarakat lingkungan sekitar Borma ditunjukkan pada Gambar I.1



Gambar I.1 Grafik Hasil Survei Perbandingan Supermarket Favorit

Faktor kedekatan lokasi dengan tempat tinggal tidak selalu menentukan tujuan kegiatan belanja. Gambar I.1 menunjukkan bahwa Super Indo Rajawali mendominasi jawaban survei mengenai tempat belanja favorit. Hal ini menunjukkan bahwa Super Indo dapat dijadikan sebagai referensi pelayanan kompetitor dalam melakukan *benchmarking*.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki oleh pelanggan itu sendiri, sehingga jaminan kualitas pelayanan menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, diharapkan Borma Cijerah mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Borma Cijerah, maka perusahaan harus benar – benar mengetahui hal apa saja yang dianggap penting oleh para konsumennya (*importance*) dan perusahaan harus selalu berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin. Hal ini membuat penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang perbaikan kualitas layanan di Borma Cijerah Bandung dengan menggunakan metode QFD dengan dasar perhitungan SERVQUAL yang diukur berdasarkan kinerja (*performance*) yang dirasakan dan atribut-atribut yang dianggap penting (*importance*) yang merupakan ekspektasi pelanggan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja atribut kebutuhan yang memengaruhi kepuasan pelanggan Borma?
2. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Borma Cijerah ditinjau dari kesenjangan antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen?
3. Bagaimanakah rancangan usulan konsep pengembangan layanan bagi perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan yang memengaruhi kepuasan pelanggan Borma Cijerah
2. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Borma Cijerah ditinjau dari kesenjangan antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.
3. Merancang konsep pengembangan layanan bagi perusahaan.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi Borma Pasar Swalayan Cijerah Bandung adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi untuk menarik minat pelanggan agar mau berbelanja dan membeli produk yang ditawarkan.
2. Sebagai referensi dalam peningkatan mutu pelayanan yang diberikan, terutama atribut-atribut apa saja yang dianggap penting dan dapat memuaskan pelanggan.

I.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menjadi menyimpang dari tujuan yang akan dicapai maka masalah yang akan diteliti dibatasi oleh :

1. Metode QFD yang dilakukan pada penelitian ini hanya 2 iterasi.
2. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk kasus seluruh perusahaan.
3. Perhitungan skor SERVQUAL hanya pada gap 5 antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap layanan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan uraian tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisikan uraian tentang tinjauan pustaka yang berhubungan dengan layanan serta berisi teori mengenai SERVQUAL dan QFD yang akan digunakan untuk mendukung penyusunan tugas akhir ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan uraian tentang model konseptual tentang pengukuran tingkat kepuasan pelanggan serta merumuskan langkah-langkah pemecahan masalah dengan melihat batasan permasalahan yang ada.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisikan uraian tentang pengumpulan data primer berupa data penilaian pelayanan yang diberikan melalui penyebaran kuisioner dan data sekunder berupa data keluhan historis, serta proses pengolahannya.

Bab V Analisis Data dan Rekomendasi Program

Bab ini berisikan uraian tentang analisis terhadap hasil pengolahan data, penentuan usulan program peningkatan kualitas layanan supermarket Borma Cijerah sebagai tujuan akhir dari tugas akhir ini.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bagian ini berisikan rangkuman dari pembahasan dan analisis yang telah dilakukan. Setelah itu, dibuat juga saran-saran sebagai masukan untuk peningkatan kualitas layanan dan penelitian selanjutnya.