

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini di zaman pertumbuhan ekonomi serta pertumbuhan teknologi yang sangat pesat dan sulit untuk diprediksi. Manusia yang berperan sebagai konsumen dari produk atau jasa mengalami pertumbuhan akan kriteria dan pemilihan produk yang akan dikonsumsinya secara selektif dan berubah-ubah sulit untuk diprediksi. Sehingga perusahaan pada saat ini hidup dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, dinamis, dan rumit. Perusahaan harus mampu bersaing dalam menunjukkan keunggulan akan produk atau jasa yang dihasilkan dibanding kompetitornya, karena dalam dunia usaha semakin kompetitifnya persaingan mengakibatkan pentingnya arti kualitas pelayanan yang diberikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perusahaan ritel merupakan salah satu usaha yang harus terus menunjukkan keunggulan salah satunya dengan melakukan perbaikan dalam hal pelayanan kepada konsumen, terlebih lagi hasil penelitian di Indonesia dan juga khususnya di kota Bandung perusahaan ritel saat ini telah berkembang dengan pesat. Sehingga pada kondisi seperti ini tingkat kualitas pelayanan sangat penting sekaligus sensitif terhadap konsumen karena konsumen akan memilih tempat dengan pelayanan terbaik. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan jumlah konsumen disebabkan karena konsumen lebih variatif dalam pemilihan tempat untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung (Diskoperindag), bersama LPM Unpad serta melibatkan kalangan pengusaha seperti Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APINDO) di akhir tahun 2013. Jumlah toko modern (perusahaan ritel) di Kota Bandung idealnya sebanyak 273 unit akan tetapi hasil di lapangan toko modern ritel mencapai batas maksimal 400, sekarang ini sudah mencapai \pm 700 unit ritel yang berada di kota Bandung. (Gita Pratiwi, 2013)

Dalam perspektif ekonomi islam seorang pelaku usaha (barang atau jasa) baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil harus selalu memberikan pelayanan kepada konsumen dengan kualitas terbaik. Hal ini sejalan dengan

firman Allah SWT dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91 yang artinya “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” Ayat tersebut menggambarkan salah satu dimensi dalam upaya memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen yaitu dimensi *reliable* (kehandalan). Dimana dimensi *reliable* (kehandalan) adalah kemampuan untuk memberikan kualitas pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan.

PT. Harja Gunatama Lestari (Borma Toserba) sebagai perusahaan ritel yang cukup besar dengan 41 gerai di kota Bandung merupakan perusahaan yang mementingkan konsep pelayanan terbaik. Salah satu konsep pelayanan Borma Toserba adalah dengan menerapkan konsep “*One-Stop Shopping*” yang menawarkan tempat pilihan dengan produk yang beragam, harga murah. Akan tetapi dari hasil pengamatan awal yang penulis lakukan didapatkan hasil terkait kondisi pelayanan pada Borma Toserba Unit Cileunyi dari konsumen yang sedang berbelanja adalah sebagai berikut :

- 1) Kurang memadai dan luasnya area parkir untuk kendaraan roda empat
- 2) Kurang terawatnya troli dan keranjang untuk menampung produk
- 3) Penempatan beberapa produk yang tidak strategis sehingga membingungkan konsumen dalam mencari lokasi penempatan produk.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan serta tantangan di dunia usaha secara global, perlu dilakukannya upaya yang lebih serius terkait pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada PT. Harja Gunatama Lestari (Borma Toserba). Dikarenakan perusahaan bergerak di bidang ritel yang menyediakan hampir semua jenis kebutuhan rumah tangga, dimana tingkat pelayanan sangat

diperlukan untuk membuat konsumen merasa puas dan nyaman agar tidak beralih ke perusahaan pesaing.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan pihak Borma Toserba Unit Cileunyi kepada konsumennya. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen ini menggunakan metode KANO. Alasan digunakannya metode KANO sebagai alat ukur tingkat kepuasan konsumen adalah untuk memudahkan dalam mengkategorikan variabel-variabel dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Selain itu untuk mengelompokkan atribut yang termasuk kedalam kategori keunggulan dan kelemahan. Sebagai media atau *tools* dalam merancang usulan perbaikan pelayanan di Borma Toserba menggunakan metode TRIZ. Alasan digunakannya metode TRIZ sebagai *tools* dalam merancang usulan perbaikan pelayanan adalah untuk dapat memberikan usulan yang lebih sistematis dan terarah mulai dari identifikasi masalah, formulasi masalah, dan proses pemecahan masalah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Borma Toserba Unit Cileunyi terkait perbaikan kualitas layanan di Borma Toserba Unit Cileunyi dengan tujuan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat menghasilkan keuntungan bagi pihak perusahaan maupun bagi konsumen Borma Toserba Unit Cileunyi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ditemukan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti dengan menyusun rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pada Borma Toserba Unit Cileunyi?
2. Bagaimana mengidentifikasi variabel pelayanan yang termasuk kedalam kategori keunggulan dan kelemahan dengan metode KANO berdasarkan keperluan dan penilaian pelanggan?

3. Bagaimana usulan perbaikan kualitas pelayanan di Borma Toserba Unit Cileunyi pada variabel pelayanan yang termasuk kedalam kategori kelemahan dengan menggunakan metode TRIZ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ukuran kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan Borma Toserba Unit Cileunyi terhadap Pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menghasilkan variabel pelayanan yang termasuk kedalam kategori keunggulan dan kelemahan dengan metode KANO berdasarkan keperluan dan penilaian pelanggan.
3. Untuk memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan dan kepuasan di Borma Toserba unit Cileunyi pada variabel pelayanan yang termasuk kedalam kategori kelemahan dengan menggunakan metode TRIZ.

1.4 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini tidak menjadi terlalu luas, sehingga dapat mengakibatkan pokok persoalannya tidak jelas dan menyimpang dari tujuan semula, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang menjadi bahan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada pelanggan Borma Toserba Unit Cileunyi.
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada pelanggan Borma Toserba Unit Cileunyi.
3. Dalam melakukan pengukuran tingkat pelayanan dan kepuasan pelanggan di Borma Toserba unit Cileunyi menggunakan metode KANO, dan untuk usulan perbaikan pelayanan menggunakan metode TRIZ.

1.5 Sistematika Penulisan

Bagian ini memberikan gambaran secara menyeluruh tentang sistematika penulisan laporan penelitian Tugas Akhir, yang terdiri dari:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan kajian yang akan dibahas yang terdiri dari Jasa, Kualitas Jasa (*service Quality*), Pelanggan, Manajemen Kepuasan Pelanggan, Perusahaan Ritel, Loyalitas Pelanggan, Nilai Hubungan Pelanggan, Model KANO, model TRIZ dan Metode Penelitian. Dimana penelitian ini di fokuskan pada pelayanan di Perusahaan Ritel yaitu Borma Toserba Unit Cileunyi.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tahap-tahap penelitian secara lengkap dan pendekatan-pendekatan teoritis sebagai kerangka berpikir dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian ini.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisikan penjelasan tentang data-data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung, mengenai objek penelitian, proses pengerjaan dan hasil pengamatan serta pengolahan data.

BAB V Analisis

Pada bab ini berisi penjelasan tentang analisa-analisa yang dapat diambil dari hasil pengamatan dan hasil pengolahan data pada bab sebelumnya.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi penjelasan tentang mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang ditujukan baik pada pihak Borma Toserba maupun pada pihak-pihak terkait yang dapat dijadikan suatu bahan perbaikan untuk kedepannya.