

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Globalisasi secara langsung berdampak pada keadaan perekonomian yang ada di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah industri yang semakin hari semakin meningkat. Masing-masing dari industri ini pun turut bersaing ketat dalam meraih keuntungan. Berdasarkan pernyataan dari Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, perkembangan jumlah industri yang ada di Indonesia saat ini memiliki peran penting dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi nasional. Wakil Ketua Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN) Arif Budimanta juga menilai kinerja perekonomian Indonesia berdasarkan perkembangan jumlah industri ini menunjukkan pencapaian yang baik sepanjang tahun 2018. Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa sektor industri mengalami pertumbuhan sebesar 4,25% dan membantu peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 19,82% pada tahun 2018 kemarin (Media Indonesia, 2019).

Menurut Pujoalwanto (2014), industri adalah bagian dari proses produksi yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi sehingga menjadi barang yang memiliki kegunaan dan nilai tambah untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia. Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat tiga kategori industri dengan jumlah sembilan sektor yang telah diklasifikasikan, yaitu industri penghasil bahan baku yang terdiri dari sektor industri pertanian dan pertambangan, industri manufaktur yang terdiri dari sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi, serta industri jasa yang terdiri dari sektor properti, infrastruktur, keuangan, dan sektor perdagangan.

Sektor industri yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sektor jasa. Lebih tepatnya berfokus pada sub sektor perdagangan besar dan/atau perdagangan eceran.

Terdapat dua kelompok bisnis ritel di Indonesia, yaitu bisnis Ritel Tradisional yang berbentuk pasar tradisional dan bisnis Ritel Modern yang merupakan pengembangan dari bentuk bisnis ritel tradisional. Seiring dengan berjalannya waktu, jenis-jenis dari bisnis ritel modern pun semakin bertambah dengan pesat. Jenis dari bisnis ritel modern tersebut antara lain *swalayan*, *department store*, *factory outlet*, *specialty store*, *trade center*, dan *mall*. Bentuk bisnis ritel modern ini akan semakin berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup masyarakat (Padin, 2009).

Dengan semakin besarnya pertumbuhan industri ritel dari tahun ke tahun, perusahaan pun mencari cara agar dapat tetap bertahan. Salah satu cara yang paling sering digunakan adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas dari industri tersebut. Pelanggan adalah semua orang yang memiliki pengaruh terhadap setiap proses yang terjadi dalam suatu organisasi (Akdağ dkk., 2016). Kepuasan dari pelanggan sudah menjadi tujuan utama perusahaan saat ini sehingga diperlukan suatu cara dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa dari perusahaan (Bitner dan Hubbert, 1994).

Kualitas merupakan suatu indikator yang mewakili apakah perusahaan atau organisasi terkait dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Batagan dkk., 2009). Kualitas cenderung memainkan peranan penting dalam keberhasilan industri jasa (George dan Kumar, 2014). Seluruh pihak yang ada dalam organisasi perlu untuk bekerjasama dalam memberikan layanan yang baik satu sama lain sehingga menciptakan hubungan pelanggan yang baik (Fadil dkk., 2016).

PT Lion Super Indo merupakan salah satu bisnis ritel yang berkembang di Indonesia sejak tahun 1997. Dan hingga kini telah memiliki 168 gerai yang tersebar di 40 kota Pulau Jawa dan bagian selatan Pulau Sumatera. PT Lion Super Indo sehari-harinya menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, dan harga hemat. Dalam menyediakan produk-produk segar dari sumber yang baik, PT Lion Super Indo sendiri memiliki standar prosedur

operasional di semua lini kerja yang terjaga. Sebagai pendukung produk lokal, PT Lion Super Indo memiliki komitmen untuk memajukan perekonomian lokal dengan bermitra bersama petani lokal, dan memberdayakan UMKM yang menjadi pemasok bagi gerai-gerai PT Lion Super Indo.

Berdasarkan Survei *Top Brand Award* yang telah dilakukan sejak tahun 2015, PT Lion Super Indo pada tahun 2015 berada pada posisi *brand* paling atas di kategori Supermarket dengan *Top Brand Index* sebesar 22.6%. Di tahun 2016, PT Lion Super Indo juga tetap berada pada posisi pertama namun dengan *Top Brand Index* yang menurun menjadi 15.2%. Lalu pada tahun 2017, mengalami penurunan yang sangat tajam pada posisi keempat yang mana posisi pertama diisi oleh Tip-top kemudian diikuti oleh Hari-hari dan Hero. *Top Brand Index* PT Lion Super Indo pada tahun 2017 mendapatkan poin terendah yaitu 6.2%. Dan di tahun 2018 dan 2019, perusahaan ini mulai meningkatkan *Top Brand Index* nya menjadi 10,7% pada tahun 2018 dan 10.1% pada tahun 2019 sehingga bisa berada di posisi ketiga. Di dua tahun terakhir, posisi pertama dan kedua diisi oleh Giant Supermarket dan Tip-Top secara berurutan.

Setelah melakukan survei pendahuluan yang telah peneliti lakukan pada 16 Oktober 2019, bagian *Human Resource* PT Lion Super Indo menyatakan bahwa Superindo memerlukan pandangan baru terkait kepuasan pelanggan sehingga mampu memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan yang diberikan. Sebagai salah satu bisnis ritel yang ada di Indonesia, tentunya PT Lion Super Indo memerlukan strategi agar bisa bertahan dan tetap bersaing dengan kompetitornya. Strategi yang akan dilakukan adalah dengan melakukan peningkatan kualitasnya sehingga mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan PT Lion Super Indo. Untuk mengidentifikasi hal ini, maka peneliti memilih PT Lion Super Indo Kertajaya sebagai objek penelitian.

Dalam penyelesaian masalah akan digunakan pendekatan *Service Quality* untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Service Quality* adalah kemampuan organisasi dalam memenuhi ekpektasi dari pelanggan Parasuraman

dkk, (1988). Instrumen yang ada pada *service quality* dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini diidentifikasi dengan menggunakan lima dimensi dari kualitas layanan. Yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*. Setelah menemukan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka selanjutnya faktor-faktor tersebut diidentifikasi dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*. Bicknell dan Bicknell (1995) menyatakan bahwa QFD adalah pendekatan sistematis yang menggambarkan kebutuhan pelanggan menjadi suatu produk dan parameter yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian ini, QFD digunakan untuk mengatasi gap yang timbul antara kebutuhan dan ekspektasi pelanggan serta layanan yang disediakan oleh organisasi, terkait dengan cara mengidentifikasi faktor apa saja untuk peningkatan kualitas dan faktor apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan PT Lion Super Indo. Usulan perbaikan dan faktor yang perlu ditingkatkan dalam kualitas layanan PT Lion Super Indo kemudian digambarkan ke dalam diagram *House of Quality (HOQ)* yang akan menunjukkan hasil dari penelitian ini.

Sehingga berdasarkan pemaparan tersebut, penulis pun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Rancangan perbaikan kualitas layanan Super Indo Kertajaya menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*” yang akan membahas mengenai kualitas layanan Super Indo Kertajaya saat ini serta memberikan rancangan perbaikan agar Super Indo Kertajaya mampu untuk meningkatkan kualitasnya.

## **1.2 Kesenjangan Penelitian**

Penggunaan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dalam peningkatan kualitas layanan telah banyak diaplikasikan. Mulai dari perusahaan penyedia layanan terkecil hingga terbesar. Walaupun begitu, seiring berjalannya waktu tentu perusahaan tidak dapat mengandalkan strategi yang sama mengingat pesaing-

pesaing akan selalu muncul dan berkembang. Khususnya untuk perusahaan ritel yang semakin tahun semakin bertambah jenisnya. Tentunya hal ini menjadi fokus perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dibanding dengan pesaing. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan perusahaan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor kualitas layanan Super Indo Kertajaya berdasarkan pendekatan *Service Quality*.
2. Menentukan rancangan perbaikan kualitas layanan Super Indo Kertajaya dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

### **1.4 Ringkasan Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian studi kasus yang berfokus pada penilaian kualitas layanan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan dari Super Indo Kertajaya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survei pendahuluan, studi pustaka, dan studi lapangan yang berupa observasi, wawancara, dan pembagian kuesioner kepada pelanggan Super Indo Kertajaya yang telah berbelanja lebih dari dua kali. Untuk teknik analisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan *Service Quality* dan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

### **1.5 Ringkasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut tampilan toko yang menarik, kelengkapan fasilitas ATM Corner, tersedianya sarana dalam menyampaikan kritik

dan saran, kualitas dari produk segar (sayur, buah, daging, dan ikan), ketersediaan informasi kedaluwarsa pada produk-produk segar, serta ketersediaan customer service selama jam operasi merupakan atribut prioritas yang perlu ditingkatkan kualitasnya. Kemudian untuk meningkatkan keunggulan kompetitif serta meningkatkan kualitas layanan Super Indo Kertajaya, dapat memaksimalkan kemampuan teknis perusahaan.

## 1.6 Kontribusi Riset

### 1. Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka Super Indo dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan layanannya dan *service specification* yang tepat untuk peningkatan kualitas dalam menjalankan layanannya.

### 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dan tambahan wawasan untuk ilmu pengetahuan pada bidang manajemen operasi. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi apabila ke depannya akan ada penelitian dengan tema yang sama.

## 1.7 Uji Ketahanan (*Robustness*)

Untuk melakukan uji validitas, penelitian ini menggunakan *factor analysis* pada *software* SPSS 22. Dalam melakukan uji validitas, suatu atribut dianggap valid apabila nilai dari *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,5 dan nilai dari *Bartlett's Test of Sphericity* (Sig.) lebih kecil dari 0,05. Apabila suatu atribut kuesioener memenuhi syarat tersebut, maka atribut yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian ini berdasarkan fenomena-fenomena yang sedang terjadi, masalah yang akan dibahas dengan topik penelitian ini, tujuan dari dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi

### **BAB II                    TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini, berisi tentang landasan-landasan teori yang nantinya akan dijadikan acuan dan dasar dalam melakukan penelitian ini

### **BAB III                    METODE PENELITIAN**

Bagian ini berisi tentang metode penelitian yang akan digunakan, seperti misalnya pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan analisis data yang telah ditemukan

### **BAB IV                    PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi tentang jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat. Bagian ini kebanyakan berisi mengenai hasil dari penelitian serta pembahasannya

### **BAB V                    KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini akan membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian, serta memberikan saran yang diperlukan untuk penelitian selanjutnya