

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dalam persaingan bisnis sekarang ini setiap penyedia jasa layanan harus mampu untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya agar dapat memuaskan pelanggan, sehingga mereka mampu untuk memenangkan persaingan dengan penyedia layanan lain yang sejenis.

Setiap konsumen selalu mengharapkan, untuk mendapatkan pelayanan yang optimal serta mereka dapat memperoleh barang atau jasa seperti yang mereka inginkan. Hal semacam ini, bila tidak direspon dengan cepat dan baik oleh penyedia pelayanan akan berakibat pada turunnya minat dari konsumen untuk datang dan menggunakan jasa serta pelayanan yang mereka sediakan.

Seperti halnya pada jasa minimarket, konsumen akan banyak berkunjung kesuatu minimarket apabila minimarket tersebut mampu menawarkan jasa yang lebih baik seperti; keramahan pelayanan, kelengkapan barang yang ada, rasa aman dan nyaman saat berbelanja, harga yang bervariasi, area parkir yang luas, dan lain-lain. Hal-hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk datang dan berbelanja.

Hal-hal semacam ini perlu mendapatkan perhatian khusus dari pihak pengelola, karena hal semacam ini akan membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Para konsumen akan merasa dihargai dan diperhatikan perhatian serta diperlakukan sebagai raja, karena memang ada istilah yang menyebutkan bahwa pembeli adalah raja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN INTEGRASI KANO MODEL KE DALAM *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*” (STUDI KASUS : YOMART WILAYAH BANDUNG).**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, kendala yang sedang dihadapi oleh gerai-gerai YOMART saat ini, adalah semakin ketatnya persaingan di industri ritel yang menyebabkan YOMART hanya memiliki market share yang rendah dibandingkan dengan para pesaingnya seperti INDOMARET dan ALFAMART. Berdasarkan sumber dari Media Data – Februari 2010 market share untuk YOMART hanya sebesar 1.6%, sedangkan untuk INDOMARET dan ALFAMART memiliki market share masing-masing sebesar 43.16% dan 40.75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa YOMART tertinggal jauh dari para pesaing utamanya. Rendahnya market share YOMART disebabkan karena masih adanya keluhan-keluhan atas pelayanan yang diberikan oleh YOMART diantaranya adalah:

- Pelayanan kurang cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan, sehingga mengurangi kepuasan yang dirasakan pelanggan.
- Kurangnya fasilitas berbelanja yang ditawarkan YOMART dalam melayani pelanggan sehingga mengurangi kepuasan yang dirasakan pelanggan.
- Kurang menariknya desain untuk gerai-gerai YOMART.
- Kurang baiknya kualitas barang yang dijual di gerai-gerai YOMART.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Untuk mencegah meluasnya permasalahan yang ada dan agar lebih terarah, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Objek yang akan diteliti adalah minimarket YOMART.
2. Pesaing yang akan diteliti adalah INDOMARET dan ALFAMART

2.3.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Struktur organisasi manajemen YOMART tidak mengalami perubahan selama penelitian ini dilakukan.

2. Tidak ada perubahan jumlah dan lokasi minimarket YOMART dan minimarket pesaing.
3. Tidak ada perubahan aturan *franchise* Yomart.
4. Pesaing yang dipilih adalah INDOMARET dan ALFAMART karena memiliki *market share* yang tinggi untuk minimarket.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa sajakah yang menjadi variabel-variabel harapan dari pelanggan YOMART?
2. Bagaimana karakteristik teknik dari usaha-usaha teknis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pelayanan di YOMART?
3. Bagaimanakah *process characteristic* dari usaha –usaha teknis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pelayanan di YOMART?
4. Usulan apa saja yang dapat diberikan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa di YOMART dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut di atas?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dilakukanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui variabel- variabel harapan atau kebutuhan pelanggan YOMART.
2. Dapat merancang karakteristik teknik dari usaha- usaha teknis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pelayanan di YOMART.
3. Dapat merancang *process characteristic* dari usaha-usaha teknis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
4. Dapat memberikan usulan-usulan tindakan yang seharusnya dilakukan pihak YOMART untuk memperbaiki dan meningkatkan kulaitas pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah:

- Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan tempat penulis meneliti, agar usulan-usulan yang diberikan diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan, terutama dalam permasalahan pelayanan jasa yang ada dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan pelayanan pelanggan sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

- Bagi Penulis

Untuk penulis, penelitian ini merupakan persyaratan akademis untuk mencapai Gelar Sarjana S-1 dan bagian dari proses belajar untuk memperoleh pengalaman tambahan serta ilmu untuk memahami kondisi nyata yang terjadi dalam perusahaan, serta mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama di perkuliahan pada kondisi kerja/lapangan sebenarnya.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dalam bab ini dibagi menjadi enam bab dengan

susunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang Latar belakang dan Rumusan masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta kerangka pemecahan masalah

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini berisi tentang pengumpulan data dan pengolahan data kuesioner.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis hasil pengolahan data dan pembahasan analisis hasil pengolahan data tersebut

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran demi kebaikan perusahaan