

BAB I

PENDAHULUAN

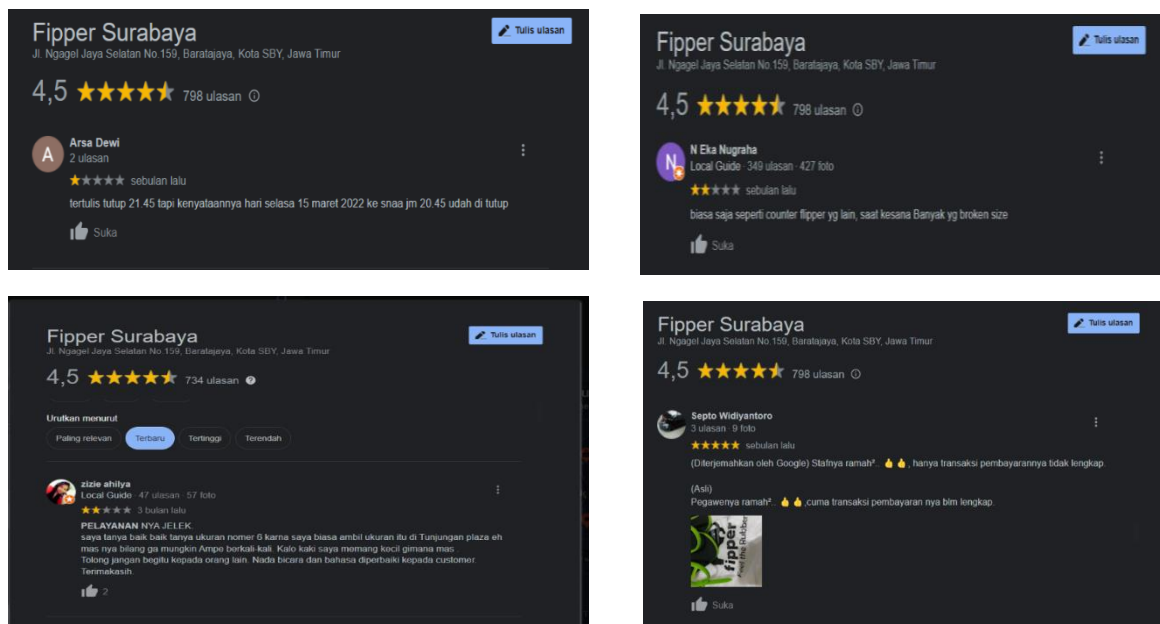
1.1 Latar Belakang

Banyaknya perusahaan yang masuk ke industri bisnis ritel membuat tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat. Masing-masing perusahaan ritel berlomba-lomba untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik perhatian konsumen dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Apabila suatu perusahaan ritel sudah bisa mendapatkan konsumen, langkah selanjutnya adalah bagaimana agar konsumen tersebut bisa menjadi konsumen tetapnya dan mempertahankan loyalitas konsumen untuk terus bisa berbelanja di perusahaan ritel tersebut.

Fipper merupakan sebuah toko franchise yang menjual berbagai jenis dan tipe sandal yang terbuat dari rubber. Sandal Fipper merupakan merk sandal asal Thailand yang berdiri sejak tahun 2008. Koleksi sandal Fipper terbuat dari 100% karet dan memiliki beragam model serta warna untuk memenuhi gaya modern dan colorful. Banyak sekali tipe sandal fipper yang diperjual belikan. Tipe Classic merupakan tipe yang paling laris di kalangan konsumen. Hal tersebut dikarenakan harga yang terjangkau, warna yang menarik dan kualitas karet lebih soft.

Di Surabaya sendiri sudah terdapat banyak sekali cabang-cabang yang berdiri baik di mall maupun di ruko. Salah satunya adalah Fipper Ngagel Surabaya. Berdiri sejak tahun 2018 toko Fipper tersebut memiliki letak yang strategis membuat kemungkinan pasar yang akan berkembang kedepannya. Namun belakangan ini,

terjadi penurunan pengunjung dengan semakin banyaknya gerai/toko fipper lainnya di wilayah Surabaya Timur tersebut. Didapatkan dari ulasan para konsumen yang ada di google banyak sekali saran dan kritik yang diberikan oleh para konsumen. Sekitar 798 ulasan selama 3 tahun berdiri terdapat kata kunci pelayanan dengan saran dan kritik yang kurang memuaskan.



Gambar 1. 1 Ulasan Google Konsumen Fipper Ngagel Surabaya

Berdasarkan ulasan yang ditemui di google, masih banyak sekali ulasan mengenai kurang memuaskannya pelayanan di Fipper Ngagel Surabaya. Karyawan yang kurang ramah terhadap customer memberikan kesan awal yang penting dalam sebuah pelayanan. Banyak juga ulasan mengenai jam buka toko yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan di google. Ketersediaan stock yang kurang lengkap pun memberikan dampak yang cukup besar dalam penjualan store. Sistem pembayaran di Fipper Ngagel Surabaya hanya melayani pembayaran cash saja.

CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari

kinerja atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Tanpa adanya CSI tidak mungkin manajer dapat menentukan tujuan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Pengukuran dilanjutkan terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Menurut Supranto (2006), IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kerja (performance) yang berguna untuk pengembangan program atau strategi pemasaran yang efektif. Kelebihan metode IPA dengan metode lain diantaranya adalah prosedur dari metode yang digunakan cukup sederhana, pengambil kebijakan dapat dengan mudah menentukan prioritas kegiatan yang harus dilakukan dengan sumberdaya yang terbatas, serta metode ini cukup fleksibel untuk diterapkan pada berbagai bidang. Hasil dari perhitungan CSI maupun IPA pada akhirnya dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan prioritas perbaikan dan pengembangan terhadap dimensi kualitas produk yang akan berdampak pada memenangkan persaingan dengan produk sejenis yang sudah ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana kualitas pelayanan fipper ngagel terhadap kepuasan konsumen dan atribut apa saja yang perlu diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penulis dapat mengerjakan penelitian ini dengan fokus, maka perlu adanya batasan-batasan sebagai berikut:

Responden penelitian minimal berusia 15 tahun dan pernah melakukan transaksi minimal 1 kali sebelumnya.

1.4 Asumsi

Adapun asumsi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Atribut yang digunakan sesuai dengan kondisi kinerja dan keadaan pelayanan di Gerai Fipper Ngagel.
2. Responden dapat memahami pernyataan yang diberikan dan bersikap jujur dalam memberikan pernyataan yang diberikan melalui kuesioner.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Fipper Ngagel Surabaya.
2. Memberikan strategi usulan yang menjadi prioritas bagi Gerai Fipper Ngagel Surabaya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah pengetahuan Teknik Industri di bidang analisis kepuasan konsumen dalam mengoptimalkan penjualan di suatu perusahaan.

- b. Memberikan informasi mengenai salah satu metode analisis kepuasan konsumen yaitu dengan metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa).
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai saran atau informasi bagi perusahaan dengan harapan dapat memberikan informasi berupa masukan dan gambaran bagi pihak Fipper Ngagel Surabaya untuk dapat memberikan perhatian yang lebih baik terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan maksimalisasi penjualan produk.
 - b. Meningkatkan keterampilan penulis dalam pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga barang terhadap kepuasan konsumen tersebut dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.
 - c. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha, khususnya dalam mengambil langkah-langkah pemasaran yang tepat dan ekonomis.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar dari penulisan Laporan menuju pada pembahasan yang lebih lanjut. Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang teori-teori mengenai pasar brand fipper, yang digunakan dalam pembatasan maupun penyelesaian masalah, teori-teori tersebut antara lain mengenai kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, identifikasi dan definisi operasional variable, kerangka penelitian, langkah-langkah pemecahan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan teknik pengumpulan data yang diperlukan dan Teknik pengolahan data yang digunakan dalam pemecahan masalah, yang akan membahas mengenai pengolahan data menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisa data yang diperoleh serta saran yang dapat dijadikan masukan bagi penulis ataupun perusahaan yang dijadikan sebagai tempat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN