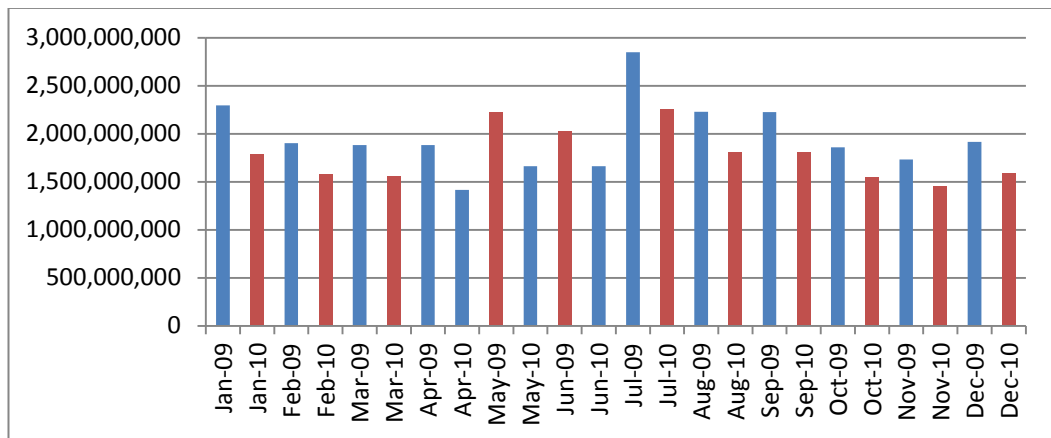


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis ritel buku yang semakin kompetitif membawa dampak besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Adanya persaingan mendorong konsumen untuk lebih kritis dalam memilih produk dan jasa. Oleh karena itu, banyak perusahaan memberikan harga yang kompetitif dalam menawarkan produk dan jasanya. Toko buku Gramedia didirikan tanggal 2 Februari 1970 oleh P.K. Ojong yang juga pendiri KKG (Kelompok Kompas Gramedia). Saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi 50 toko dan tersebar di beberapa kota utama di Indonesia. Selama tahun 2009-2010 penjualan Toko Buku Gramedia mengalami penurunan hal ini digambarkan melalui grafik dibawah ini:



Gambar 1.1 grafik omzet penjualan Tahun 2009-2010

Sumber :Gramedia Paris Van Java

Penjualan Toko Buku Gramedia yang mengalami penurunan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti adanya perusahaan pesaing seperti Toko Buku Togamas dan Gunung Agung serta kualitas pelayanan dari Toko Buku Gramedia yang masih kurang memuaskan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, dewasa ini perusahaan dituntut untuk mengubah orientasi bisnisnya dari *profit oriented* menjadi *satisfaction oriented*. Untuk meningkatkan pangsa pasar Toko Buku Gramedia harus terus mengevaluasi setiap layanan yang

diberikan. Seperti yang disebutkan oleh Zeithaml dan Bitner (1996) diketahui bahwa kunci untuk meningkatkan daya saing adalah kualitas. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kepuasan konsumen tampak pada kualitas layanan yang meliputi: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Kotler, 1997). Kepuasan konsumen memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dengan meningkatnya kepuasan konsumen, perusahaan dapat memaksimalkan konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang tidak menyenangkan. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer driven* (fokus pada konsumen). Bila kepuasan konsumen terpenuhi maka peningkatan penjualan perusahaan akan terjamin.

Masih adanya keluhan serta komplain yang berasal dari konsumen menjadi suatu pendorong untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas dari pelayanan Toko Buku Gramedia. Berdasarkan data keluhan konsumen selama periode September-Desember 2010 diperoleh informasi dari grafik berikut:



Gambar 1.2 Grafik *bad comment* periode September-Desember 2010

Sumber :Gramedia Paris Van Java

Keterangan:

- Informasi yang kurang tentang *event-event* yang ada di toko sebanyak 7 (tujuh) orang mengeluh tentang hal tersebut.
- Kebocoran ventilasi udara yang menyebabkan asap dari restoran sago masuk ke dalam Toko Buku Gramedia sebanyak 1(satu) orang mengeluh tentang hal tersebut.
- Pelayanan di Toko Buku Gramedia yang tidak memuaskan pada saat konsumen bertanya tentang buku sebanyak 5 (lima) orang mengeluh tentang hal tersebut.
- Tidak dapat menukar barang rusak padahal bisa ditukar sebanyak 1 (satu) orang mengeluh tentang hal tersebut.
- Kurangnya perhatian dari pegawai dalam menanggapi keluhan konsumen sebanyak 1 (satu) orang mengeluh tentang hal tersebut.
- Pelayanan kasir terlalu lama menyebabkan antrian terlalu panjang sebanyak 3 (tiga) orang mengeluh tentang hal tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan suatu evaluasi layanan Toko Buku Gramedia untuk mengetahui apakah layanan tersebut masih memenuhi syarat layanan yang ditetapkan. Hasil evaluasi tersebut akan digunakan untuk memperbaiki layanan ini lebih lanjut lagi. Layanan ini akan dievaluasi dengan menggunakan metode *Blitz Quality Function Deployment* (Blitz QFD). Blitz QFD menawarkan konsep perbaikan yang lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD) tradisional karena hanya berfokus pada top critical customer needs (Johnson & Mazur, 2008). Melalui metode ini, perusahaan dapat dengan cepat mengetahui kebutuhan konsumen terhadap layanan Toko Buku Gramedia dan dapat mengetahui layanan apa saja yang menjadi prioritas perbaikan.

## **1.2. PERUMUSAN MASALAH**

Perumusan masalah yang akan diangkat sebagai bahan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Hal apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen toko buku Gramedia?
2. Bagaimana rancangan pengembangan layanan toko buku Gramedia yang harus dibuat untuk meningkatkan kepuasan konsumen?

## **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan perumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kebutuhan konsumen toko buku Gramedia.
2. Membuat rancangan pengembangan layanan toko yang dapat mengakomodir kebutuhan konsumen.

## **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan terhadap layanan Toko Buku Gramedia yang dilihat dari sisi konsumen dan memberikan usulan perbaikan dari elemen-elemen teknisnya sehingga layanan Toko Buku Gramedia menjadi lebih baik dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

## **1.5. BATASAN MASALAH**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tidak melibatkan perhitungan biaya.
2. Penelitian dilakukan di Toko Buku Gramedia Paris Van Java, Bandung.
3. Pembobotan atau penentuan tingkat kepentingan *customer needs* dilakukan oleh konsumen Toko Buku Gramedia Paris Van Java.
4. Hanya Enam *customer needs* yang memiliki bobot tingkat kepentingan tertinggi yang akan diperbaiki.

## **1.6. SISTEMATIKA PENULISAN**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas studi literature, *blitz quality function deployment (Blitz QFD)*, *service quality (SERVQUAL)*, analytical hierachy process (AHP).

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian dan mengembangkan model penelitian, kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, merancang analisis pengolahan data.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data yang diperoleh serta pengolahan data yang telah dikumpulkan.

### **BAB V ANALISIS DATA DAN REKOMENDASI**

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil pembahasan mengenai analisa data yang dikumpulkan dan diuraikan mengenai rekomendasi dari hasil pengolahan data serta analisa yang dilakukan pada penelitian ini.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitiandan pembahasan serta saran-saran yang didasarkan pada hasil penelitian.