

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Olivia Collection**



**Gambar 1.1 Logo Olivia Collection**

Olivia Collection merupakan sebuah konfeksi sekaligus menjadi toko konvensional yang bergerak dibidang pakaian. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Pak Indra, selaku pemilik Olivia Collection, mengenai profil dari Olivia Collection adalah sebagai berikut.

Toko Olivia Collection didirikan pada tanggal 07 September 2014 oleh Bapak Irsyadunnas atau biasa dipanggil dengan sebutan Bapak Indra. Lokasi Olivia Collection ini bertempat di Jalan Plumpang Semper nomor 61 depan Pasar Ular Plumpang.

Awal didirikan Oliva Collection karena Pak Indra melihat peluang bisnis dari segi pakaian. Banyaknya model pakaian yang unik membuat Pak Indra tertarik untuk memproduksinya. Menurut Pak Indra, pakaian wanita merupakan jenis pakaian yang paling tinggi permintaannya dibanding dengan jenis pakaian pria. Oleh karena itu, Olivia Collection lebih memusatkan produksinya pada pakaian wanita.

Menurut Pak Indra, Olivia Collection tidak hanya menjual di toko saja melainkan dipasarkan di masyarakat luar daerah seperti dalam bentuk bazar, pasar malam dan lain sebagainya. Selain itu, fokus dari Olivia Collection dalam memasarkan produknya bukan hanya dalam skala nasional saja, akan tetapi Olivia Collection telah berhasil menembus pemasaran hingga luar negeri seperti Malaysia.

### **1.1.2 Visi dan Misi Olivia Collection**

Menurut Pak Indra, visi dan misi dari Olivia Collection adalah sebagai berikut. Visi Olivia Collection adalah menjadi konfeksi dan toko konvensional yang mampu memuaskan pelanggan dari segi waktu, kualitas dan pelayanan dalam skala nasional dan internasional. Sedangkan misi dari Olivia Collection adalah menyediakan produk yang berkualitas, mengembangkan kualitas sumber daya manusia (SDM) pekerja yang melalui pendekatan edukasi sesuai dengan kebutuhan profesionalnya. Olivia Collection juga akan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya, dan menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku.

### **1.1.3 Produk-Produk Olivia Collection**

Menurut Pak Indra, pada awalnya, Olivia Collection hanya memproduksi dan menjual celana legging wanita dari bahan dasar denim dan spandex. Ukuran legging yang diproduksi mulai dari anak-anak hingga dewasa. Akan tetapi, dengan semakin berkembangnya zaman, permintaan konsumen akan model pakaian lainnya membuat Olivia Collection terus melakukan inovasi terhadap produknya baik dari modelnya maupun dari bahan dasarnya. Hingga saat ini, produk yang diproduksi oleh Olivia Collection selain celana legging adalah rok, celana kulot panjang, kulot pendek, celana *zipper*, jogger, celana *training*, *jumpsuit* dan baju piyama. Untuk bahan dasarnya, selain dari bahan denim dan spandex, Olivia Collection menggunakan bahan wafel, babyterry, katun linen, katun *stretch*, katun jepang, babat dan plisket.

## **1.2 Latar Belakang**

Di era modern saat ini, persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan atau pelaku usaha harus mencari cara agar bisa bersaing dan bertahan di pasaran. Salah satu cara agar perusahaan bisa bersaing dan bertahan adalah perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Jadi, perusahaan dituntut untuk mempelajari apa yang menjadi

keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan di masa mendatang (Wahyuni dan Satrio, 2016).

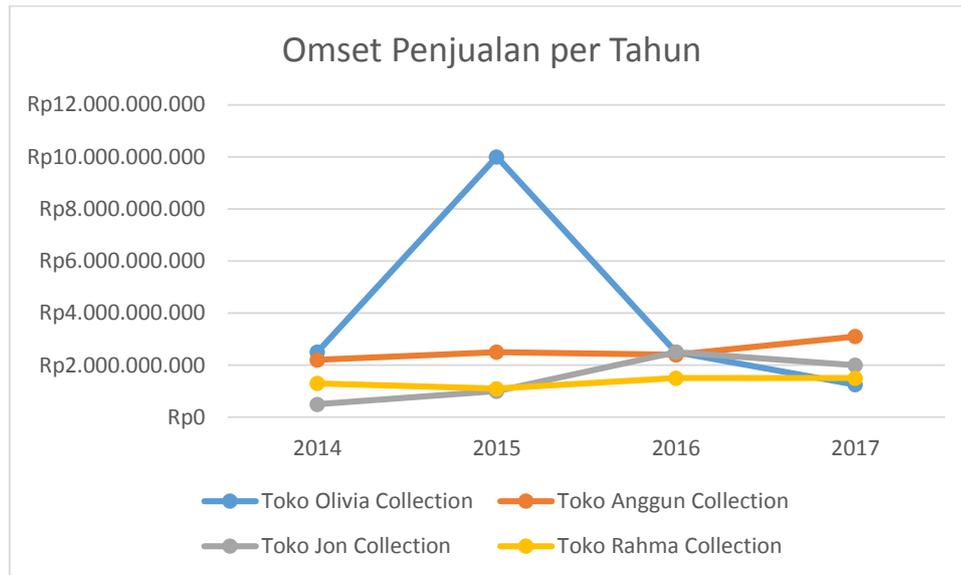
Menurut Alamry (2017) konsumen merupakan aset terpenting yang harus dijaga oleh perusahaan. Dengan persaingan yang semakin ketat, tanpa memiliki konsumen tetap, maka perusahaan akan dengan mudahnya mengalami kemunduran dalam bisnisnya. Bahkan, lebih parah lagi perusahaan akan mengalami kerugian yang sangat besar dan ditinggalkan oleh konsumennya.

Menurut Chrismardani (2015) pada dasarnya, tujuan berbisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang puas. Dengan terciptanya kepuasan konsumen, maka dapat membuat hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan dapat membuat konsumen menjadi loyal. Dengan demikian, maka perusahaan tersebut semakin banyak mendapatkan keuntungan sehingga bisa bersaing dengan para pesaingnya dan juga bisa semakin lama bertahan di pasaran.

Menurut Alamry (2017) perusahaan harus memahami perubahan yang terjadi pada diri konsumen. Dengan banyaknya alternatif pilihan, konsumen akan mudah beralih kepada pesaing yang menawarkan fasilitas lebih, harga yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, maka perusahaan harus memuaskan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen merupakan kunci utama yang menentukan perusahaan dalam menentukan kesuksesan usaha bisnis dan mengungguli para pesaingnya.

Dengan adanya kualitas pelayanan, maka dapat menjalin hubungan yang erat antara konsumen dengan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, maka perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka akan terciptanya kepuasan konsumen yang bisa mempengaruhi konsumen untuk kembali berkunjung (Alamry, 2017).

Salah satu contoh yang terjadi pada Toko Olivia Collection, Jakarta. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Olivia Collection dan para pesaingnya, peneliti mendapatkan data hasil penjualan di Toko Olivia Collection dan para pesaingnya dari tahun 2014 sampai tahun 2017. Berikut ini merupakan grafik omset penjualan produk pakaian Olivia Collection dan para pesaingnya.



**Gambar 1.2 Grafik Omset Penjualan Produk Olivia Collection dan Pesaingnya**

*Sumber : Hasil wawancara dengan pemilik Toko Olivia Collection dan para pesaing*

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa total omset penjualan per tahun Toko Olivia Collection dan para pesaingnya mulai dari tahun 2014 sampai tahun 2017. Pada tahun 2014 sampai tahun 2015 Toko Olivia Collection mengalami kenaikan yang sangat tajam dibandingkan pesaingnya. Akan tetapi dari tahun 2015 hingga tahun 2017 omset penjualan per tahun Toko Olivia Collection terus mengalami penurunan yang drastis hingga pada tahun 2017 omset penjualan Toko Olivia Collection paling rendah dibandingkan para pesaingnya.

Menurut Pak Indra, adanya perubahan atau fluktuasi omset pendapatan pada Toko Olivia Collection dapat dipengaruhi oleh beralihnya atau perginya konsumen yang bernilai tinggi dari Olivia Collection. Penyebab perginya konsumen yang memiliki nilai tinggi adalah karena kemungkinan konsumen mereka merasa kurang terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Olivia Collection. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa omset penjualan akan mengalami peningkatan jika Olivia Collection telah berhasil memberikan kepuasan kepada konsumennya akan layanan serta fasilitas yang diberikan. Sebaliknya, omset penjualan akan mengalami penurunan jika Olivia Collection gagal memberikan kepuasan kepada konsumennya akan layanan serta fasilitas yang diberikan.

Adanya kekurangan terhadap kualitas pelayanan dapat dilihat dari komentar para konsumen Olivia Collection. Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan terhadap pelanggan dari Toko Olivia Collection, peneliti mendapatkan berbagai komentar atau keluhan dari para pelanggan Olivia Collection. Berikut ini merupakan daftar komentar konsumen dari Olivia Collection

**Tabel 1.1 Komentar Konsumen Olivia Collection**

No	Nama Konsumen	Komentar	Dimensi
1	Jeffrey	Kenapa barang yang uda kirimin dalam satu ukuran mempunyai pola yang berbeda-beda?	Pemecahan Masalah
2	Ramanah	Kok barang yang uda kirimin bahannya ada yang tipisnya? Padahal saya mintanya bahan yang tebal	Pemecahan Masalah
3	Da Yal	Barang buat saya kok ngga dibikinin juga? Gimana saya mau dagang kalau barangnya nggak ada?	Reliabilitas
		Kata uda motif baru udah nggak keluar lagi? Tapi kok di toko sebelah ada mulu?	Reliabilitas
4	Buyung Aceh	Da, kok pesanan saya lama dikirimnya?	Reliabilitas
5	Ryan	Nggak ada motif baru lagi bos? Jangan itu-itu mulu dong!	Reliabilitas
6	Uda si Ril	Mana nih da, barang yang saya bawain sampelnya udah ada belum?	Reliabilitas

7	Indra Farni	Pak In, kok barangnya ada yang kurang? Nggak sesuai sama yang di nota	Reliabilitas
8	Uni Rizki	Mana nih Pak In, barang saya kok belum dibikin juga padahal udah lama lho saya mesannya	Reliabilitas
9	Nita	Kenapa kok kalau saya memesan barang melalui sms dalam jumlah sedikit ngga direspon ya?	Interaksi Personal
10	Ibu Siti	Saya merasa kesulitan dalam memilih barang yang letaknya ada dibelakang meja kasir. Jadi, saya mau ngga mau harus meminta ke pemilik toko atau karyawan toko untuk mengambil barang yang saya inginkan	Aspek Fisik
11	Ibu Ratna	Disini (Toko Olivia Collection) kenapa ngga menyediakan pembayaran melalui gesek kartu ATM? Jadi, saya mau ngga mau harus pergi ke bank dulu buat narik uang, baru deh saya bisa belanja disini.	Kebijakan
12	Ibu Elly	Aman ngga parkir disini (parkiran Toko Olivia Collection)? Bakalan diderek sama dishub ngga? Atau bakalan lecet ngga ini mobil saya kalau diparkir disini?	Kebijakan
13	Rani	Kenapa ruang ganti pakaian sama kamar mandi dijadikan satu? Kan kalau saya mau nyoba jadi ngga enak takut basah	Aspek Fisik
14	Ibu Fitri	Pak, kok tumbenan jam 7 pagi belum buka nih toko? Biasanya udah buka. Jadi terpaksa deh saya gedor-gedorin	Kebijakan

		rollingnya biar karyawan Pak Indranya bangun dan buka toko	
--	--	------------------------------------------------------------	--

*Sumber : Hasil wawancara dengan pemilik Toko Olivia Collection*

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat berbagai komentar atau keluhan dari konsumen terhadap pelayanan dari Olivia Collection. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang terhadap pelayanan yang diberikan oleh Olivia Collection. Kekurangan tersebut disebabkan karena harapan mereka yang tidak sesuai terhadap kinerja pelayanan aktual Olivia Collection. Oleh karena itu, Olivia Collection harus memperbaiki kualitas pelayanannya dengan lebih baik lagi agar konsumen akan merasa puas sehingga keluhan dari konsumen akan semakin berkurang.

Kepuasan konsumen tentang kualitas layanan dihasilkan dari perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan aktual. Pelayanan dianggap sangat baik, jika persepsi melebihi harapan. Layanan diukur dengan baik atau memadai, jika kedua harapan dan persepsi itu setara. Layanan tergolong buruk, jika harapan melebihi persepsi (Bhatt dan Bhanawat, 2016).

Konsumen yang merasa tidak puas dan tidak sesuai dengan harapannya terhadap pelayanan yang diterimanya, maka akan mengakibatkan perilaku keluhan konsumen meningkat. Jika ada keluhan dari konsumen dan tidak secepatnya direspon oleh Olivia Collection, maka konsumen akan dengan mudahnya beralih ke pesaing. Untuk menghindari hal tersebut, Olivia Collection selalu meninjau berbagai keluhan yang diberikan oleh konsumen atas pelayanannya.

Pada penelitian Pohandry, *et al.* (2013) menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut yang belum memuaskan pelanggan. Pada penelitian Das, *et al.* (2010) menggunakan kualitas pelayanan ritel untuk menguji penerapan Skala Mutu Pelayanan Ritel (*Ritel Service Quality Scale/RSQS*) di toko ritel di Kazakhstan. Penelitian tersebut menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu aspek fisik (*physical aspects*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), dan kebijakan (*policy*).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Olivia Collection”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam melakukan persaingan agar bertahan dipasaran. Kunci utama dalam melakukan persaingan bisnis yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan latar belakang diatas, Toko Olivia Collection mengalami penurunan omset penjualan dari tahun 2015 sampai tahun 2017. Puncaknya pada tahun 2017 omset penjualan Toko Olivia Collection paling rendah dibandingkan para pesaingnya. Selain itu, juga didukung hasil wawancara dengan pemilik Toko Olivia Collection mengenai komentar konsumen. Hasil komentar dari para konsumen Toko Olivia Collection menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang terhadap pelayanan yang telah diberikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan sudah sesuai atau belum dengan yang telah diberikan oleh Toko Olivia Collection kepada konsumen.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection?
- b. Bagaimana kinerja Toko Olivia Collection terhadap kualitas pelayanan?
- c. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection?
- d. Bagaimana cara memperbaiki kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang di ajukan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut.

- a. Untuk mengetahui ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection.
- b. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection.
- c. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection.
- d. Untuk mengetahui cara memperbaiki kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang baik dan bermanfaat. Dari hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara akademis maupun praktis.

### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi penulis yang telah didapatkan selama dibangku kuliah.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian yang sejenis.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

1. Sebagai bahan pemikiran, bahan pertimbangan, dan bahan informasi bagi Olivia Collection dalam mengambil keputusan dan strategi untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam menjalankan bisnis.

2. Penelitian ini dapat berguna bagi Olivia Collection, sebagai bahan masukan dan pertimbangan perumusan kebijakan strategi bersaing perusahaan dengan memusatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah penulisan laporan metode penelitian ini, agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan laporan metode penelitian ini, yaitu peneliti meneliti tentang kesenjangan antara harapan konsumen dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh Toko Olivia Collection. Lokasi untuk penelitian ini dengan membagikan kuesioner kepada konsumen dari Olivia Collection.

### **1.8 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai obyek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori terkait penelitian dan kerangka pemikiran.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain.