

BAB I

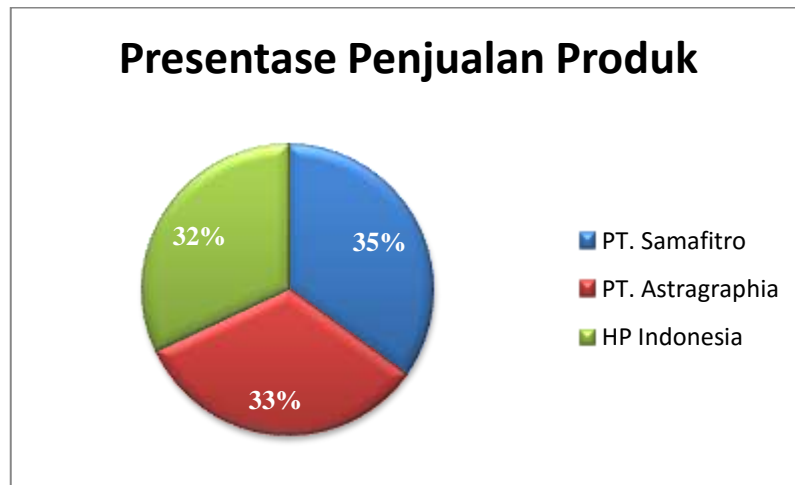
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para perusahaan yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi. Menurut Adam Smith dalam *The Wealth of Nations* (1776), persaingan akan mendorong alokasi faktor produksi ke arah penggunaan yang paling bernilai tinggi dan efisien. Proses ini sering disebut tangan tak terlihat. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Persaingan_\(ekonomi\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Persaingan_(ekonomi)), 2017).

“Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik” (Kotler, 2002 : 48). Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Salah satu perusahaan jasa yang ada di Indonesia adalah perusahaan *Digital Printing*, pada gambar 1.1 dijelaskan bahwa perusahaan *Digital Printing* di dominasi oleh 3 perusahaan yaitu PT Samafitro, PT Astragraphia dan HP Indonesia. 3 perusahaan tersebut merupakan distributor mesin *fotocopy* dan mesin cetak (*Digital Printing*) dari produk ternama seperti cannon, Hp Indigo dan lain-lain. Dapat dilihat pula presentase penjualan produk dari 3 perusahaan tersebut adalah PT Astragraphia sebesar 33% lalu PT HP Indonesia sebesar 33% dan PT Samafitro sebesar 35%, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang paling unggul berdasarkan data tahun 2016 adalah PT Samafitro dibanding perusahaan pesaingnya yaitu PT Astragraphia dan HP Indonesia.

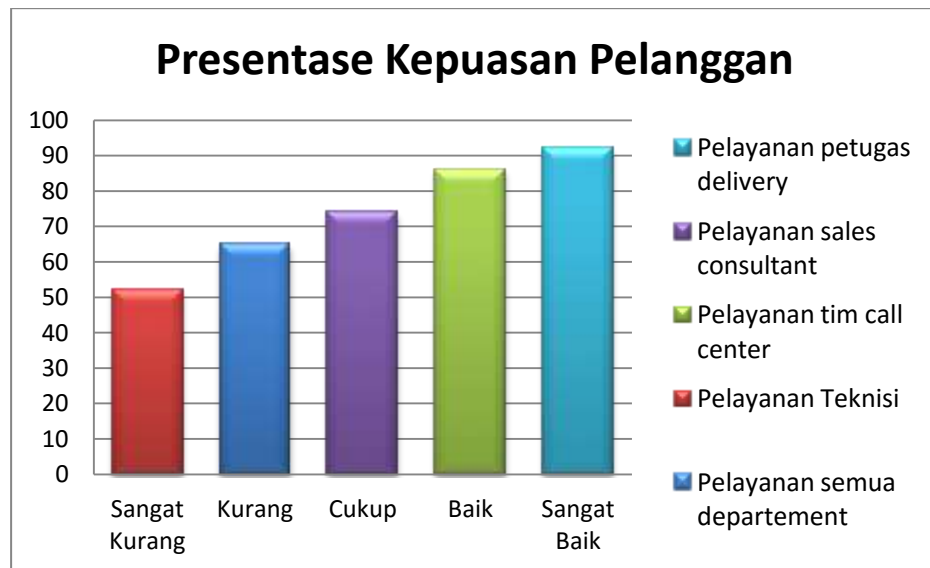


Gambar 1.1 presentase penjualan produk *Digital Printing*

Sumber : PT Samafitro

Berdasarkan presentase pada gambar 1.1 maka perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh PT Samafitro dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. PT Samafitro yaitu anak perusahaan ASABA Group yang pada awalnya merupakan *parallel* distributor untuk mesin *fotocopy* saja, kemudian pada tahap perkembangannya, PT Samafitro berusaha meningkatkan pelayanan purna jual (*after market service*) dan mengutamakan pelayanan pelanggan. Hasilnya PT Samafitro berhasil menjadi distributor tunggal untuk produk CANON (*copier, fax, micrografics*) pada akhir tahun 1991. Tidak berhenti di produk Canon saja, pada tahun 2002 PT Samafitro juga telah dipercaya menjadi distributor tunggal untuk produk mesin cetak digital Hp Indigo. Tidak hanya menjadi distributor PT Samafitro pun menawarkan jasa layanan khusus perawatan mesin dengan menyediakan layanan jasa teknik *reparation technical service* dengan bantuan tenaga teknisi yang terlatih yang menangani semua layanan jasa terhadap pelanggan yang memiliki mesin merek CANON *photocopy*, selain tuntutan dalam berkembangnya perusahaan maka kualitas layanan teknisi sangat dibutuhkan supaya didapatkan kepuasan dari pelanggan.

Adapun beberapa kelemahan yang ada pada PT Samafitro berdasarkan hasil survey tahun 2015 dapat dilihat pada gambar 1.2 sebagai berikut :



Gambar 1.2 presentase kepuasan pelanggan pada tahun 2015.

Sumber : PT Samafitro

Berdasarkan data pada gambar 1.2 didapatkan beberapa hasil yaitu pelayanan semua department mendapatkan presentase 60% dan masuk kedalam kategori cukup, pelayanan teknisi mendapatkan presentase 28%, pelayanan tim *call center* mendapatkan presentase 49%, pelayanan *sales consultant* 56%, dan pelayanan petugas *delivery* 74%. Berdasarkan standar kepuasan yang dimana jika angka mencapai $>75\%$ maka pelanggan merasa “puas” apabila sebaliknya yaitu $<75\%$ maka pelanggan “tidak puas”, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh tiap aspek masih belum memenuhi harapan dari pelanggan sehingga perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai.

Agar kepuasan pelanggan tercapai maka banyak alternatif yang dapat diberikan perusahaan salah satunya, pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru. Kepuasan pelanggan dapat membentuk pelanggan yang loyalitas. (Fornell, 1992) dalam (Ratu Reny

Sukmawati, 2014). Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan namun dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Kotler dan Keller, 2009 : 138).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis melakukan penelitian mengenai “*Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan menggunakan metode SERVQUAL di PT Samafitro*”. Dengan pengaplikasian metode *Service Quality* (SERVQUAL) pada perusahaan jasa, dapat mengukur index kepuasan pelanggan, mampu mempelajari persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan, sebagai *feedback/* umpan balik dari pelanggan dalam merancang pola mutu pelayanan, dapat digunakan sebagai acuan dalam menentukan perencanaan strategi sehingga kualitas pelayanan akan semakin baik di masa yang akan datang, dan dapat meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang menjadi pokok kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang terdiri dari 5 dimensi yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), serta perhatian (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samafitro ?
2. Bagaimana merancang kebutuhan pelayanan yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT Samafitro?

1.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samafitro.
2. Untuk memperoleh rancangan kebutuhan pelayanan yang tepat agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan di PT Samafitro.

Adapun manfaat yang ingin didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi yang diharapkan oleh perusahaan, dengan diketahuinya faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya pelayanan, sehingga dengan melalui usulan-usulan yang diberikan perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu bersaing dengan *competitor* lainnya.
2. Menjadi pengembang keilmuan terhadap peningkatan *respect* terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Pembatasan Ruang Lingkup dan Asumsi Penelitian

Pembatasan ruang lingkup dan asumsi dalam penelitian ini digunakan agar masalah yang diteliti lebih terarah dan terfokus, sehingga penelitian dapat dilakukan sesuai dengan apa yang direncanakan. Pembatasan ruang lingkup yang digunakan pada pembahasan dari penyelesaian masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT Samafitro Cabang Bandung.
2. Penelitian yang dilakukan hanya membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Penyebab pengaruh kualitas pelayanan akan ditinjau dari aspek pekerja, konsumen, dan metode pada proses *quality management*.

4. Pengolahan data dengan menggunakan metode analisis faktor menggunakan IBM STATISTIC 24 *for Windows* dan metode SERVQUAL.

Asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data pelanggan bulan Januari - Desember tahun 2016.
2. Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuisioner, dapat mewakili seluruh pelanggan PT Samafitro cabang Bandung. Dan dapat dinyatakan relevan serta dapat digunakan sebagai bahan pengolahan data selanjutnya.

1.5 Lokasi

Lokasi penelitian utama dilakukan di PT Samafitro, yang merupakan salah satu anak perusahaan Asaba Group yang kini menjadi distributor *industry digital printing*, beralamatkan di Jalan R.E. Martadinata No 229, Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Penulisan laporan penelitian ini disusun dengan mengacu kepada ketentuan penulisan yang telah ditetapkan. Adapun sistematika laporan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisikan latar belakang masalah tentang bagaimana suatu masalah bisa terjadi dan menjadi latar belakang penulisan untuk membahas perbaikan kualitas pelayanan PT Samafitro, perumusan masalah disini untuk merumuskan masalah apa saja yang terjadi didalam perusahaan dan akan dibahas pada saat menyimpulkan penelitian, tujuan penelitian yaitu

untuk menerangkan kembali pertanyaan terkait masalah yang terjadi dan apa yang harus dijawab, manfaat penelitian, lokasi dimana penelitian ini dilakukan dan sistematika penulisan berisikan bagaimana tata cara menyusun laporan penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisikan penjelasan mengenai teori-teori yang memberikan penjelasan dalam memahami konsep dan pengertian jasa, klasifikasi jasa, sifat dan karakteristik jasa, kualitas pelayanan, prinsip kualitas jasa, model kualitas jasa, harapan dan kepuasan pelanggan, GAP analisis, pengujian validitas dan reabilitas, dan Metode Servqual.

BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH

Pada Bab ini berisikan penjelasan tentang gambaran umum perusahaan PT Samafitro, data *activity diagram*, data profil responden dan data tanggapan responden dimana data yang diolah menggunakan model pemecahan masalah yang digunakan dan *flowchart* yang menjelaskan langkah-langkah didalam melakukan pemecahan masalah. Langkah pertaman ditentukan Model yang digunakan untuk menentukan permasalahan yaitu menggunakan alat perbaikan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode Servqual, metode deskriptif dan metode asosiatif, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan cara menggunakan kuesioner, untuk pengumpulan data digunakan metode analisis survey kepuasan pelanggan. Lalu langkah kedua dilakukan pengujian apakah sesuai dengan penelitian dengan menggunakan uji hipotesis yang dimana terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas uji F (*Fisher Test*), Uji T (t_{test}), dan pengujian koefisien determinasi, Langkah yang terakhir dilakukan analisis korelasi, regresi dan GAP Analisis.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab ini berisikan data yang diperoleh dari PT Samafitro yang dijadikan lokasi penelitian, data profil responden dan tanggapan responden, selanjutnya data tersebut digunakan untuk pemecahan dan pengolahan data untuk menjadi jawaban atas penyelesaian penelitian yang dilakukan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang analisis dari pengolahan data serta pembahasan dari hasil pemecahan masalah yang merupakan implementasi dari penggunaan metode SERVQUAL (*Service Quality*) serta alat perbaikan kualitas pelayanan pada penelitian yang telah dilakukan di PT Samafitro.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan masalah yang mencerminkan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan dan saran-saran atau rekomendasi yang diberikan penulis untuk PT Samafitro cabang Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN