

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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 pelayanan lain yang sejenis. Setiap konsumen selalu mengharapkan, agar mendapatkan *service* 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 turunnya minat dari pelanggan untuk datang dan menggunakan jasa serta pelayanan yang mereka sediakan. Seperti halnya pada jasa Kasir swalayan, konsumen akan banyak berkunjung kesuatu swalayan apabila kasir swalayan tersebut mampu menawarkan jasa yang lebih baik seperti; keramahan pelayanan, kelengkapan barang yang ada, rasa aman dan nyaman saat berbelanja, harga yang bervariasi, sehingga mampu dijangkau untuk semua kalangan serta hal-hal lain yang 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, karena para konsumen akan merasa kita hargai dan kita perhatikan serta kita perlakukan sebagai raja, karena memang ada istilah “Pembeli Adalah Raja”.

Sehingga pelayanan yang diterapkan oleh manajemen perusahaan adalah pelayanan yang berorientasi pada konsumen. Hal ini disebabkan oleh system pasar yang berdasarkan pada kehendak dan pilihan individual dari masing-masing pelanggan.

Arta Boga Cemerlang berdiri pada tahun 1985 dan merupakan distributor tunggal yang mendistribusikan produk dari sejumlah produsen ke seluruh wilayah di Indonesia. Saat ini Arta Boga Cemerlang telah menjadi salah satu perusahaan

distribusi terbesar di Indonesia, yang mengkhususkan diri pada pendistribusian produk kebutuhan sehari-hari, meliputi beragam kategori, yaitu biskuit, wafer, permen, mi instan, minuman kesehatan, kacang, snack, baterai, dan lain-lain. Masing-masing kategori mencakup lebih dari satu merek.

Arta Boga Cemerlang memiliki jaringan distribusi yang kuat, baik di kota besar maupun kota kecil di seluruh Indonesia. Saat ini divisi penjualan Arta Boga Cemerlang dibedakan atas 2 divisi, yaitu divisi 1 dan divisi 2, yang menjual produk food dan non food. Pasar tradisional dilayani oleh tim grosir dan tim pengecer. Sedangkan pasar modern dilayani oleh tim supermarket, minimarket dan hypermarket.

Adapun survei AC Nielsen menunjukkan beberapa produk yang distribusikan, seperti baterai ABC Carbon Zinc, ABC Alkaline, Kratingdaeng, sikat gigi FORMULA dan wafer TANGO, adalah pemimpin pasar di Indonesia.

Pada sistem ini, dibuatlah lembaran data kuesioner pelanggan untuk mensurvei toko-toko dimana sangat menentukan bentuk pelayanan seperti apa yang seharusnya diberikan oleh pihak manajemen, kepada pelanggan mana pelayanan tersebut ditujukan dan sumber-sumber apa yang dapat digunakan untuk menerapkan sistem pelayanan tersebut

Tabel 1.1 Data Pengiriman Bulan Oktober 2016

| HARI | RUTE | Jumlah toko | Jumlah order | Jumlah tdk order | Jumlah di kirim | Jumlah tdk di kirim | Jumlah terkirim |
|--------|--------------|-------------|--------------|------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| Senin | Cibarusah | 22 | 12 | 10 | 8 | 4 | 4 |
| Selasa | Cibitung | 20 | 17 | 3 | 17 | 5 | 12 |
| Rabu | Cikarang | 22 | 20 | 2 | 20 | 5 | 15 |
| Kamis | Jababeka | 23 | 18 | 5 | 18 | 3 | 15 |
| Jumat | Deltasilikon | 25 | 20 | 5 | 20 | 5 | 15 |
| Sabtu | Serang | 17 | 10 | 7 | 10 | 3 | 7 |

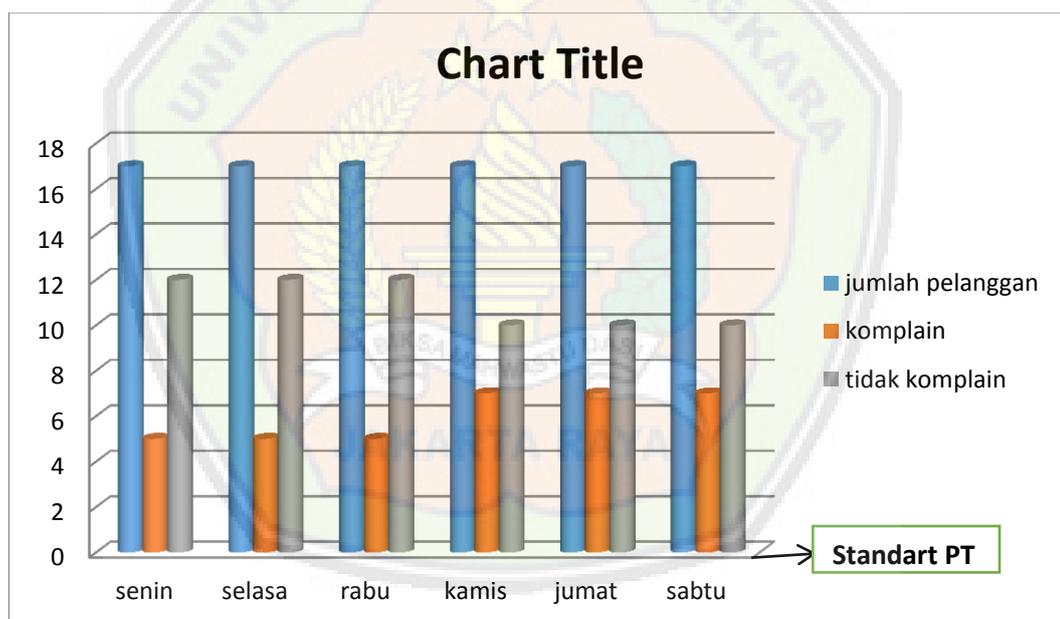
Sumber : (PT.Arta Boga Cemerlang)

Tabel 1.2 Data Keterlambatan Pengiriman Bulan Oktober 2016

| HARI | RUTE | Jumlah Pelanggan toko | Waktu keterlambatan | Standart waktu |
|--------|--------------|-----------------------|---------------------|----------------|
| Senin | Cibarusah | 22 toko | 12 Hari | 2 Hari |
| Selasa | Cibitung | 20 toko | 6 Hari | 2 Hari |
| Rabu | Cikarang | 22 toko | 5 Hari | 2 Hari |
| Kamis | Jababeka | 23 toko | 5 Hari | 1 Hari |
| Jumat | Deltasilikon | 25 toko | 6 Hari | 2 Hari |
| Sabtu | Serang | 17 toko | 7 Hari | 3 Hari |

Sumber : (PT. Arta Boga Cemerlang)

Gambar Tabel 1.3 Data Komplain Terkait Pelayanan Salesman Bulan Oktober 2016



. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul : “ANALISIS PELAYANAN DAN PENINGKATAN PENJUALAN TERHADAP PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DI PT ARTA BOGA CEMERLANG DISTRIBUTOR”

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis membuat beberapa identifikasi masalah. Adapun identifikasi-identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan salesman dan pada saat pengiriman barang produk PT Arta Boga Cemerlang kepada pelanggan toko dikarenakan keterlambatan.
2. Belum teridentifikasinya pengaruh system pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (*reliability, responsive, assurance, empathy dan tangible*) pada PT Arta Boga Cemerlang.
3. Buruknya kualitas pelayanan salesman terhadap pelanggan toko.

1.3. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, penulis membuat sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan salesman dan pengiriman produk dari PT Arta Boga Cemerlang ?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan (*responsiveness, reliability, tangible, assurance, empathy*) berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan toko secara dominan ?
3. Faktor apa yang mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan salesman.

1.4. Batasan Masalah

Untuk mengantisipasi meluasnya pembahasan yang akan penulis teliti dan penulis laporkan dalam skripsi ini, maka penulis memberi beberapa batasan dalam masalah ini sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan berada di sebuah toko pelanggan.
2. Data yang diambil adalah data yang berasal dari kuesioner yang diisi oleh pelanggan toko tersebut.

3. Pembahasan hanya mencakup tingkat kepuasan pelanggan dan hanya mencakup tingkat mutu pelayanan yang diberikan.
4. Toko yang di jadikan responden berjumlah 129 pelanggan dan hanya berlokasi di daerah Cikarang dan sekitarnya.
5. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 responden.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan pengiriman produk PT Arta Boga Cemerlang.
2. Mengetahui hubungan variabel kualitas pelayanan (*responsiveness, reliability, tangible, assurance, empathy*) yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan salesman ?

1.6. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian selesai dilakukan, penulis berharap ada manfaat yang dirasakan oleh semua pihak berupa pelayanan yang lebih baik lagi dari sebelumnya, dan pelanggan mendapatkan kepuasan dengan tingkat kepuasan yang tinggi dari pelayanan yang diberikan oleh pihak salesman.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang Latar Belakang, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Waktu dan Pelaksanaan penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang definisi kualitas, definisi jasa, dimensi-dimensi kualitas jasa, pengukuran kualitas jasa, konseptual service quality model, populasi dan sampel, teknik sampling, teknik pembuatan kuesioner dan perhitungan uji kecukupan data di PT Arta Boga Cemerlang.

Bab III Metodologi Penelitian

Berisi tentang metode pengumpulan data seperti data primer dan data sekunder, metode analisis data, uji hipotesis seperti koefisien determinasi (R) dan Uji T serta Uji F dan Kerangka Berpikir.

Bab IV Analisis Data Dan Pembahasan

Berisi tentang pengumpulan data profil perusahaan seperti wawancara, pengamatan/observasi, dokumen dari pihak management seperti pengumpulan data atribut kuesioner 1 dan 2 dan deskripsi identitas responden seperti berdasarkan tingkat umur dan jenis kelamin, serta deskripsi variabel-variabel, uji instrument penelitian, uji reliabilitas hasil perhitungan regresi, uji parsial dan uji serempak, serta pembahasan penelitian analisis pelayanan kepuasan pelanggan.

Bab V Penutup

Berisi tentang Kesimpulan dan saran

Daftar pustaka

