

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

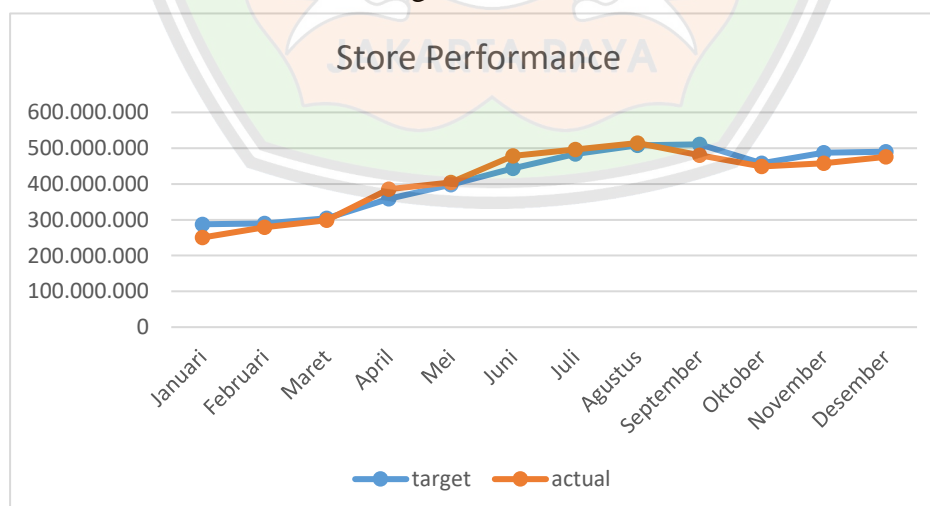
Industri Retail Cibitung berlokasi di Muktiwari, Kecamatan Cibitung, Bekasi. Pengecer menyediakan kebutuhan dasar sehari-hari di area yang lebih kecil dari 200 m². Selain menjalankan usaha di bidang properti, manufaktur, distribusi, dan pendidikan, usaha ini juga bergerak di bidang ritel. Sebagian besar kegiatan yang dilakukan oleh industri ini melibatkan pemberian layanan langsung kepada pelanggan yang membutuhkan manajemen waktu dan karyawan yang baik. Industri ritel harus menawarkan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan bisnis lain. Mereka juga harus memiliki kualitas layanan yang tinggi dan berbagai cara untuk bersaing dengan bisnis lain. Orang yang bekerja di ritel harus dapat melayani pelanggan secara efektif dan berkomunikasi dengan baik dengan mereka. Karena tuntutan pekerjaan, pelanggan dan jam kerja yang tidak teratur para pekerja sering kelelahan karena memeriksa dan memajang barang. Mereka mungkin juga mengalami beban kerja yang tinggi karena banyaknya pelanggan. Kurangnya sikap ramah atau senyum saat berinteraksi dengan pelanggan dapat menyebabkan pekerja tampak tidak menarik dan bahkan bermuka muram. Pernyataan negatif dari pelanggan dapat merusak reputasi industri ritel dan bahkan menyebabkan ketidakharmonisan antara ritel dan pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan pengecer kehilangan pelanggan di masa depan karena mereka tidak memiliki kesan yang baik tentang industri ritel. Pengecer menawarkan harga yang kompetitif dan produk berkualitas tinggi berkat biaya yang terjangkau dan standar layanan yang tinggi. Ini karena diskon yang sering diberikan kepada pelanggan karena alasan seperti obral atau promosi khusus.

Pelanggan mengeluh tentang kualitas layanan yang rendah ketika membandingkan industri ritel dengan industri jasa lainnya. Tahun lalu, jumlah pengaduan yang disampaikan secara tertulis atau melalui media sosial meningkat. Ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini, yang mencatat pendapatan harian dan keluhan pelanggan untuk setiap industri:

Tabel 1. 1. *Store Performance*

No.	Bulan	Target Penjualan (dalam satu bulan)	Aktual Penjualan (dalam satu bulan)
1.	Januari	287.452.700	250.438.500
2.	Februari	289.547.800	278.689.500
3	Maret	303.654.600	298.768.200
4	April	358.453.900	385.489.500
5	Mei	397.563.700	404.453.900
6	Juni	443.927.500	478.372.400
7	Juli	483.625.300	496.320.100
8	Agustus	507.674.300	514.390.300
9	September	510.730.600	480.568.700
10	Oktober	457.659.700	448.960.600
11	November	487.596.700	458.258.400
12	Desember	490.350.500	475.678.300

Sumber: Data Retail Industri Cibitung, Bekasi



Gambar 1. 1 Grafik Store Performance

Tabel 1. 2. Komplain Pelanggan

No.	Jenis Keluhan	Frekuensi	Total Pelanggan(orang)	Persentase
1.	Sikap pelayan yang tidak ramah terhadap pelanggan saat menjawab pertanyaan mengenai produk maupun promosi di industri retail	18 kali	2560	1.42%
2.	Durasi waktu pelayanan yang terlalu lama pada kasir	12 kali	2450	2.45%
3	Area parkir yang kurang luas dan tidak adanya petugas parkir	14 kali	2340	1.67%
4	Pembatalan transaksi pembelian oleh pelanggan	12 kali	2670	2.25%
5	Kesalahan penginputan jumlah barang	13 kali	2870	2.20%
6	Penurunan nilai belanja konsumen dan Kesalahan harga barang	10 kali	1980	1.98%
7	Kesalahan pengembalian uang	16 kali	2540	1.58%
8	Kesalahan pengisian pulsa	14 kali	2760	1.97%
9	Kesalahan pengiriman barang	19 kali	2110	1.11%
10	Kesalahan penginputan data barang	13 kali	2660	2,04%

Sumber: Data Retail Industri Cibitung, Bekasi

Data dari tabel yang ditunjukkan diatas ini dikumpulkan dari survei yang dilakukan pada bulan September hingga Desember. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap jasa Industri Ritel mengalami penurunan selama periode tersebut. Akibatnya, konsumen tidak membeli produk sebanyak dulu. Oleh

karena itu, dicari solusi untuk meningkatkan penjualan produk tersebut ke depan. Penting bagi industri ritel Bekasi untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen agar dapat memenuhi kebutuhannya. Karena itu, mereka perlu melakukan penelitian untuk menentukan persepsi kualitas layanan mereka. Dengan cara ini, baik penyedia layanan dan konsumen dapat lebih memahami satu sama lain. Jika ini terjadi, industri ritel Bekasi dapat merancang rencana yang meningkatkan layanan sekaligus memenuhi ekspektasi. Ini akan membantu industri ritel mengembangkan cara yang berkelanjutan untuk meningkatkan layanan mereka dengan cara yang tidak membahayakan umur panjang mereka.

Kualitas adalah standar dimana seseorang, kelompok atau lembaga mengukur tingkat sumber daya manusia, metode kerja, proses dan hasil. Itu dapat diterapkan pada hal-hal seperti barang dan jasa dan pekerjaan yang mereka hasilkan. Kualitas diukur sebagai kemampuan untuk memuaskan permintaan atau persyaratan yang dibuat oleh pelanggan. (Ismail Nurdin, 2019). Algoritma logika *fuzzy* menggunakan parameter tertentu untuk setiap nilai yang sedang diproses. Parameter ini menyebabkan hasil akhir dari algoritma berubah, bahkan jika kondisi yang berbeda terpenuhi. Algoritma *fuzzy* dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan berdasarkan beberapa kondisi yang perlu dipenuhi. Pengenalan teori himpunan *fuzzy* tahun 1965 bermula dari Prof. Lotfi A. Zadeh. Teori ini berasal dari teori himpunan tegas dan memperluas tentang bagaimana orang memahami nilai yang tidak pasti bagi mereka. (Ramadhani & Qoiriah, 2019) Saat membuat metode segmentasi pelanggan, perusahaan sering menggunakan model RFM. Hal ini dikarenakan model RFM menggabungkan teori himpunan *fuzzy* dengan pemodelan RFM untuk membuat metode segmentasi berdasarkan atribut *Recency*, *Frequency* dan *Monetary*. Atau, perusahaan dapat menggunakan teknik pengelompokan untuk memecahkan masalah. Hal ini dikarenakan pengelompokan nasabah berdasarkan sifat dan karakteristik transaksinya dapat dijadikan sebagai alternatif penggunaan model RFM. RFM mengklasifikasikan informasi dalam tiga kategori terpisah melalui penggunaan Metode RFM

1. *Recency*, yaitu Periode waktu diukur dalam hari, bulan atau tahun disebut Kekinian. Ini mengacu pada transaksi konsumen yang dilakukan baru-baru ini.
2. *Frequency*, adalah istilah frekuensi mengacu pada jumlah transaksi yang dilakukan dalam interval tertentu, atau sepanjang satu putaran jam.

3. *Monetary*, adalah moneter adalah nilai total dari semua pembelian yang dilakukan sekaligus. Ini diukur dengan satuan waktu. Variasi linguistik dapat digunakan untuk menjelaskan aspek keuangan dan frekuensi kemutakhiran. Salah satu contohnya adalah bahasa lama dan baru. (N. Syarif & Windarto, 2018)

Sebelumnya, perusahaan menentukan strategi pemasarannya dengan mempertimbangkan RFM, yaitu *Recency*, *Frequency*, dan *Monetary*. Perusahaan menggunakan informasi ini untuk mengidentifikasi pelanggan potensial, orang-orang yang setia kepada perusahaan. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan metode ini untuk mengetahui pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Untuk menargetkan pelanggan tertentu, bisnis menggunakan metode penambangan data seperti pengelompokan *K-Means*. Dengan memecah pelanggan mereka menjadi kelompok yang lebih kecil, bisnis dapat menargetkan setiap segmen dengan lebih efektif. *Software* yang digunakan adalah SPSS versi 22 untuk model Rapidminer 5.3 yang diperoleh 3 klaster pada penelitian ini. (Hardiani et al., 2019). *Quality Function Development* adalah metode untuk mengembangkan kualitas suatu produk. Beberapa penelitian sebelumnya menggunakan metode *Fuzzy Quality Function Development* yang memungkinkan penyedia layanan memahami kebutuhan pelanggannya. Ini adalah salah satu cara QFD mengembangkan kualitas layanan. Metode baru yang lebih akurat diperlukan untuk menghitung ketidakjelasan perhitungan. Saat ini belum tersedia, hal ini dikarenakan metode *Fuzzy Quality Function Development* (QFD) dengan perhitungan logika *fuzzy* menganggap data bersifat subjektif. Metode QFD pertamanya menghasilkan iterasi QFD, yang kemudian mengarah pada konsep untuk pengembangan. Selanjutnya, iterasi QFD kedua dilakukan sebelum perubahan signifikan lainnya dilakukan. Hal ini dikarenakan QFD iterasi dua bergantung pada hasil iterasi satu. Iterasi ketiga dan terakhir mengikuti untuk mengumpulkan informasi tentang bagian-bagian penting dan sifat unik yang harus ditangani. Rekomendasi yang akan dikembangkan ini berjumlah empat belas. (Putri et al., 2020)

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan tersebut maka peneliti tertarik dengan judul **“ANALISIS PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE RFM (RECENCY FREQUENCY MONETARY) DAN FUZZY QFD (STUDI KASUS RETAIL INDUSTRI CIBITUNG)”**.

Keluhan baru-baru ini dari pelanggan menunjukkan bahwa masih ada masalah dengan industri ritel. Terutama, kurangnya kepercayaan konsumen terhadap pengalaman berbelanja menyebabkan penurunan volume penjualan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka identifikasi masalah yang didapat adalah:

1. Terdapat keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Industri Retail Cibitung.
2. Kualitas pelayanan Industri Retail Cibitung yang menurun menyebabkan omset penjualan menurun.
3. Perusahaan memerlukan metode yang efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian, yaitu:

1. Bagaimana melakukan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan pelanggan?
2. Bagaimana strategi pelayanan tingkat keinginan dan harapan yang bisa diterapkan pada periode berikutnya?
3. Bagaimana pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan pada periode berikutnya

1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian memberikan hasil yang sesuai dalam tujuan penelitian maka akan dilakukan pembatasan masalah.

1. Data yang digunakan merupakan data periode Januari 2021 - Desember 2021.
2. Hasil analisa hanya sampai usulan perbaikan tidak sampai implementasi dilapangan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di industri retail dan fokus pada kualitas pelayanan pelanggan.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini:

1. Mengetahui pelayanan yang seharusnya dilakukan pada periode berikutnya.
2. Mengetahui rencana yang akan diambil untuk memenuhi harapan pelanggan pada periode berikutnya.
3. Mengetahui strategi pelayanan yang bisa diterapkan di periode berikutnya.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti dapat memperoleh dan menerapkan ilmu yang didapat selama dibangku perkuliahan.
2. Bagi perusahaan dapat melakukan evaluasi secara berkala dari penelitian yang dilakukan.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada 4 Oktober 2021 s/d 26 Nopember 2021. adapun tempat pelaksanaan penelitian di industri retail Cibitung, Bekasi, Jawa Barat.

1.8. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis telah mengambil tindakan dan informasi tertentu untuk dipublikasikan dalam laporan ini. Berikut adalah beberapa strategi dan teknik akuisisi data:

1. Metode Studi Pustaka

Dalam metode ini data yang diperoleh berasal dari data yang tersimpan berupa catatan, laporan dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan manajemen pelayanan pelanggan

2. Metode Studi Lapangan

Dalam metode ini penulis melakukan tanya jawab langsung kepada pembimbing ataupun karyawan lain mengenai sistem pelayanan pelanggan yang diterapkan.

a. Metode Interview

Interview (wawancara) adalah suatu metode pengumpulan informasi yang dilakukan oleh pencipta dengan memberikan pertanyaan dan tanggapan kepada individu yang berkepentingan untuk mendapatkan data yang diperlukan.

1.9. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang dibagi menjadi beberapa sub-bab sebagai pendukung isi dari setiap bab tersebut. Sistematika ini disusun berdasarkan ketentuan yang telah diberikan. Sistematika penulisan yang disusun adalah sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang pengantar terhadap masalah yang akan dibahas, seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan RFM (*Recency, Frequency, Monetary*), metode *Fuzzy Quality Function Deployment*.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, kerangka berfikir.

4. BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang data-data yang diperoleh dari perusahaan, pengolahan data, dan hasil analisis yang dilakukan. Dan juga solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi.

5. BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran sebagai masukan untuk pelaksanaan perbaikan kualitas bagi perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA