

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan serta perkembangan penduduk mengakibatkan beberapa perubahan pada tatacara serta juga kebutuhan manusia. Diantara perubahan tersebut yang paling menjadi perhatian adalah kebutuhan manusia yang semakin tinggi. Seiring berkembangnya zaman kebutuhan manusia menjadi suatu hal yang penting untuk menjadi prioritas pemenuhan kehidupan. Perkembangan kebutuhan manusia itu disebabkan oleh adanya kemajuan pada bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya yang semakin berkembang. Di dunia Pemasaran ini menjadi peluang bagi industri-industri supaya dapat memanfaatkan situasi tersebut untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia saat ini.

Dengan berkembangnya kebutuhan manusia, banyak industri yang berusaha dan berlomba-lomba agar kebutuhannya terpenuhi, baik dibidang produksi komoditi maupun dalam bidang jasa. Industri berlomba-lomba mendapatkan target pasar seluas-luasnya, tidak cuma memenuhi kebutuhan industri, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen akhir. Perkembangan industri membawa mereka harus lebih kreatif dalam membuat strategi pemasaran agar dapat menjadi pilihan konsumen. Industri yang saat ini mulai berkembang adalah industri *Wholesale*, namun industri *wholesale* saat ini menjadi salah satu industri dimana menjadi dampak COVID-19.

Menurut statistik BPS, pertumbuhan ekonomi setahun penuh Indonesia pada 2019 hanya mencapai 5,02%. Laju pertumbuhan ekonomi 5,17% pada 2018 lebih tinggi dari 2019. Ternyata pertumbuhan ekonomi tersebut berbanding terbalik dengan pertumbuhan *wholesale* yang menurun di angka 5,06%, penyebabnya karena pandemi covid-19. Melihat adanya *pandemic covid-19* sedang melanda Indonesia menyebabkan terjadinya *panic buying* kepada masyarakat yang khawatir akan keterbatasan kebutuhan. Karena *panic buying* tersebut *end user* mulai mendominasi untuk memenuhi kebutuhan

mereka sehari-hari. Jadi, perusahaan harus bisa menambah kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan.

PT Lotte Shopping Indonesia ialah perusahaan grosir yang berasal dari Korea Selatan, dengan pengalaman yang kaya dalam mengoperasikan dunia ritel, berjalan dibidang jasa perdagangan dan penjualan grosir atau (*wholeseller*). Sebelum berubah menjadi PT Lotte Shopping Indonesia, perusahaan ini pertama kali bernama PT Makro Indonesia, kemudian melalui lelang internasional, pada November 2008, PT Makro Indonesia mengubah kepemilikannya menjadi Lotte Group Korea Selatan. Jadi, PT Makro Indonesia berubah menjadi PT Lotte Shopping Indonesia.

Sampai dengan saat ini perusahaan memiliki 31 gerai dengan format grosir di Indonesia, 17 dengan format ritel dan 15 diantaranya merupakan *hypermart*. Sebagai *wholesale*, PT Lotte Shopping Indonesia memiliki sasaran yang menjadi target penjualan seperti *Smal Medium Shop*, HOREKA (Hotel Restoran dan Katering), *Service*, dan *End User*. Lotte Selalu konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan dan penjualan produk volume besar dengan biaya yang rendah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan khususnya pelanggan profesional yang menjadi anggota Lotte. Kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh Lotte grosir seperti *Dry food*, *Fresh food*, dan *Non food*. Sehingga tentunya masing-masing produk memiliki peran penting disektornya dalam meningkatkan jumlah penjualan.

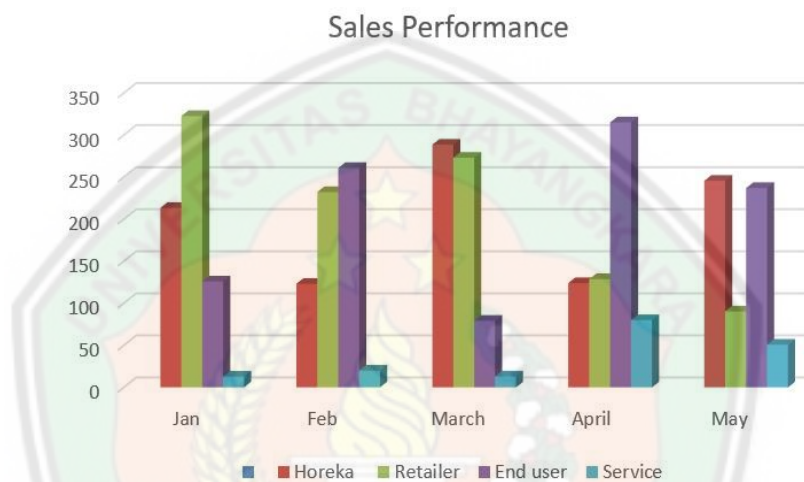
Alamat dari Lotte Grosir Bekasi ada di Jl Jendral Ahmad Yani No. 18, Bekasi Selatan, Bekasi. Memiliki kebijakan menggunakan kartu pelanggan lotte grosir saat melakukan transaksi pembelian. Oleh sebab itu banyak pelanggan lotte grosir Bekasi yang mendaftarkan diri menjadi *member*, terutama sebagai pengguna pribadi dan faktanya kini *End user* sudah mulai mendominasi pelanggan pada lotte grosir Bekasi.

Berdasarkan hasil observasi dengan mewawancarai pihak manajemen Lotte Grosir Bekasi, diketahui jika jumlah pelanggan *End-user* meningkat 25% bisa dilihat pada table berikut :

Table 1.1
Sales Performance

| Sales Performance 2020 Lotte Bekasi | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------|--------------|-----|--------------|-----|--------------|-----|--------------|-----|--------------|-----|
| No | Costumer | Jan | | Feb | | March | | April | | May | |
| | | Sales | % | Sales | % | Sales | % | Sales | % | Sales | % |
| 1 | Horeka | 213,4 | 32% | 123,1 | 19% | 288,6 | 44% | 124 | 19% | 245,6 | 39% |
| 2 | Retailer | 322,5 | 48% | 232,2 | 37% | 273 | 42% | 128,7 | 20% | 90,3 | 14% |
| 3 | End user | 126 | 19% | 260,8 | 41% | 79,2 | 12% | 315 | 49% | 237 | 38% |
| 4 | Service | 12,8 | 2% | 20 | 3% | 13 | 2% | 80 | 12% | 50,7 | 8% |
| Total | | 674,7 | | 636,1 | | 653,8 | | 647,7 | | 623,6 | |

Sumber : Lotte Grosir Bekasi 2020 (sales performance)



Gambar 1.1 sales performance

Bisa dilihat pada tabel diatas jika penjualan untuk bulan Januari didominasi oleh Retailer dengan 48%, sedangkan pada bulan Februari penjualan tertinggi yaitu pada *costumer End user* dengan 41%, bulan Maret penjualan dipegang oleh Horeka dengan 44%, dibulan April ada kenaikan yang sangat signifikan dari *costumer End User* pada bulan Maret mendapatkan 12% sedangkan pada bulan April menjadi 49%, dan pada bulan Mei Horeka mendapatkan 39% lalu *End User* 38%, Retailer dengan 14% dan servise 8%.

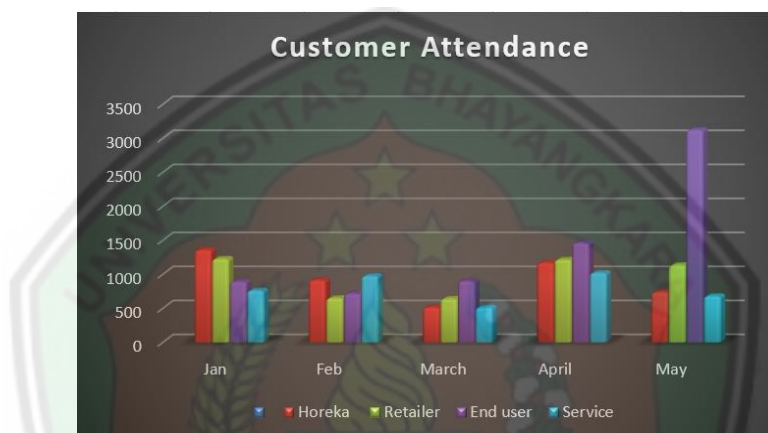
Table 2.2
Customer Attendance

| Customer Attendance 2020 Lotte Bekasi | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| No | Costumer | Jan | Feb | March | April | May | Total |
| 1 | Horeka | 1356 | 911 | 513 | 1168 | 738 | 4686 |
| 2 | Retailer | 1229 | 651 | 642 | 1217 | 1135 | 4873 |
| 3 | End user | 890 | 716 | 898 | 1460 | 3121 | 7085 |
| 4 | Service | 763 | 976 | 513 | 1022 | 681 | 3955 |
| Total | | 4238 | 3254 | 2567 | 4867 | 5674 | 20600 |

Sumber : Lotte Grosir Bekasi 2020 (customer attendance)

| Customer Attendance 2020 Lotte Bekasi | | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| No | Costumer | Jan | Feb | March | April | May |
| | | % | % | % | % | % |
| 1 | Horeka | 32% | 28% | 20% | 24% | 13% |
| 2 | Retailer | 29% | 20% | 25% | 25% | 20% |
| 3 | End user | 21% | 22% | 35% | 30% | 55% |
| 4 | Service | 18% | 30% | 20% | 21% | 12% |
| Total | | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Sumber : Lotte Grosir Bekasi 2020 (customer attendance)



Gambar 1.2 customer attendance

Terlihat jikapandemi COVID-19 yaitu pada bulan Maret 2020 terlihat dari data penjualan dan pengunjung terjadi peningkatan dimana cukup signifikan, dimana disebabkan oleh kepanikan yang menyerang masyarakat Kota Bekasi, hal ini juga disebabkan kekhawatiran konsumen dengan terbatasnya stok pangan dan kenaikan harga produk kebutuhan sehari-hari. Pada akhirnya manajemen lotte grosir Bekasi membuat kebijakan pembatasan pembelian pada beberapa item barang dan peningkatan pelayanan pelanggan.

Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanannya terutama di masa *pandemic* ini, kualitas pelayanan menjadi tolak ukur konsumen dalam menilai sejauh mana perusahaan dapat memberikn rasa aman dan nyaman sehingga dapat menciptakan kepuasan pada pelanggannya. Berdasarkan latar belakang dimana tertera diatas jika

disajikan suatu laporan penelitian dimana berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *End User* Dengan Metode *Servqual* di PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut latar belakang, dimana permasalahan terjadi dengan munculnya *pandemic* ini memiliki dampak pada terjadinya fenomena *Panic Buying* pada kalangan masyarakat Kota Bekasi, sehingga ditemukan data bahwa :

1. *End User* sebagai pengguna akhir mendominasi jumlah pengunjung di PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi.
2. Belum diketahui Dominasi Dimensi kualitas Pelayanan di PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi.

1.3 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang pertanyaan tersebut, jadi pertanyaan dimana akan dibahas dikemukakan:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan *end user* dengan Metode *Servqual* pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi ?
2. Dalam metode *Servqual* PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi, dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling besar pengaruhnya pada kepuasan pelanggan ?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah ini adalah pada penelitian ini ialah:

1. Menggunakan variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Y)
2. Menggunakan persamaan regresi linear berganda dan koefisien korelasi.
3. Yang disurvei adalah pelanggan *end user* yang berbelanja dari rentan waktu januari sampai juni
4. Penelitian hanya mencari seberapa besarkah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan mencari variabel yang paling dominan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dimana bisa diharapkan serta dicapai pada penelitian ini yaitu:

1. Memahami bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan *end user* dengan metode *servqual* di PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi.
2. Pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi menggunakan metode *servqual* untuk mencari variabel yang dominan dan sangat besar dampaknya pada kepuasan pelanggan.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

1.6.1 Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan kegiatan penelitian dilakukan di PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi Jl. Jend. Ahmad Yani No.18, Marga Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi 17141

1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dengan melakukan observasi dilakukan pada tanggal 17 s.d 18 juni 2020.

1.7 Manfaat Penelitian

1.7.1 Bagi Penulis

Siap menerapkan ilmu dimana selama interaksi bicara ke alam semesta kerja. Selain itu, juga bisa mengetahui seberapa jauh informasi dimana ada saat membicarakan dan mengkaji masalah yang dilihat oleh organisasi yang terkait dengan loyalitas konsumen pada PT Lotte Shopping Indonesia Store 08 Bekasi.

1.7.2 Bagi Perusahaan

Mempertimbangkan persaingan yang semakin ketat di antara grosir Indonesia, ini menjadi informasi dan masukan bagi Lotte Wholesale Bekasi dalam pengambilan keputusan di masa mendatang.

1.7.3 Bagi Akademik

Apabila ingin mengkaji masalah dimana berkaitan pada penelitian ini, hasil penelitian diharap bisa memberikan pengetahuan dan pertimbangan bagi pihak lain dimana membutuhkan.

1.8 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan ialah seperti berikut:

1.8.1 Studi Pustaka

Penelitian kepustakaan adalah sistem informasi untuk memahami dan meneliti pembahasan berdasarkan pembahasan berdasarkan buku referensi.

1.8.2 Metode *Survey*

Metode ini dipakai supaya mengetahui serta memahami bagaimana aplikasi ini akan dipakai untuk mengumpulkan informasi melalui observasi. Observasi adalah pemilahan informasi melalui latihan persepsi langsung untuk mendapatkan data.

1.8.3 Analisa

Mengevaluasi proses pemecahan masalah dan berharap masalah dimana bisa diselesaikan. Analisis ialah proses kerja kegiatan kerja sebelum langkah penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika artikel ini bertujuan supaya memberikan deskripsi tentang keseluruhan struktur dan struktur penelitian ini. Penelitian dibagi atas lima bab, dimana secara khusus dijelaskan antarlain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memperkenalkan masalah dibahas, meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, dan sistem penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memperkenalkan tinjauan pustaka, dimana berisi teori dan menggunakan gagasan sebagai dasar dan pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi informasi mengenai cara memperoleh data penelitian dan cara menganalisis data tersebut. Jadi, bab ini menjelaskan mengenai lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, diagram alir, dan analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan mengolah atau menghitung data serta menganalisis hasil dimana didapat dalam bab-bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan, analisis data dan rekomendasi dimana bisa dibuat berdasarkan penelitian yang dilakukan

DAFTAR PUSTAKA