

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi ditandai dengan adanya perkembangan teknologi dan munculnya segala sesuatu yang serba digital. Telah terjadi pergeseran penggunaan telepon kabel menjadi telepon seluler. Pada tahun 2017 persentase pengguna telepon seluler di Indonesia mencapai 59,59 persen dan meningkat menjadi 62,41 persen pada tahun 2018 (BPS, 2018). Pertumbuhan pengguna telepon seluler juga diikuti oleh kepemilikan komputer yang mencapai 19,11 persen pada tahun 2017 dan meningkat menjadi 20,05 persen pada tahun 2018. Sebagai produk pelengkap, tentunya keberadaan aksesoris tidak terlepas dari perkembangan digital yang ada. Semakin banyak pengguna alat-alat digital, otomatis permintaan aksesoris untuk alat digital tersebut meningkat. Hal ini dikarenakan telepon selular dan laptop membutuhkan aksesoris untuk menambah fungsi dari alat tersebut dan untuk menghias atau mempercantik tampilannya.

Penjualan aksesoris dapat dilakukan dengan secara online maupun secara langsung kepada konsumen akhir (toko *retail*). Toko Aksesoris *Handphone* adalah salah satu toko ritel aksesoris di Yogyakarta yang menjual aksesoris *smartphone*, aksesoris komputer termasuk peralatan *gaming* dan barang-barang unik. Toko ini terletak di Jalan Kaliurang KM. 5,6 No. 25, Manggung, Caturtunggal, Depok, Sleman. Produk aksesoris *smartphone* yang dijual meliputi *casing handphone*, *charger*, *power bank*, *headset*, *earphone*, kabel data dan lain-lain. Produk aksesoris komputer dan peralatan *gaming* yang dijual meliputi *gaming keyboard*, *gaming headset*, *gaming mousepad*, *mouse*, *flashdisk*, *speaker bluetooth* dan lain-lain. Sedangkan barang unik yang dijual meliputi produk-produk yang sedang *hype/trending* sehingga produk yang dijual mengikuti perkembangan pasar, misalnya kipas *portable*, balon LED kartun karakter, gantungan kunci bebek, timbangan digital berkarakter, dan lain – lain. Saat ini Toko Aksesoris *Handphone* juga menjual *handphone* dengan merek Xiaomi dan Vivo. Produk yang dijual berasal dari merek ternama seperti merek Rexus, Robot, Logitech, V-Gen, Toshiba, Remax, Sandisk, Nisuta, dan lain sebagainya. Serta produk dengan merek sendiri yang diberi nama “Dazzle”. Beberapa bulan terakhir, Toko Aksesoris *Handphone* mulai melebarkan bisnisnya dengan menjual beberapa merek *handphone* diantaranya Vivo, Xiaomi, Oppo dan Samsung. Penjualan *handphone*

di fasilitasi dengan adanya *home credit*. *Home credit* digunakan sebagai sarana untuk melakukan pembelian *handphone* secara kredit.

Dalam pelayanannya Toko Aksesoris *Handphone* menerapkan sistem *self-service*. Namun ada beberapa produk yang membutuhkan bantuan karyawan untuk membuka *lock* pada *display* produk. Karyawan pada toko ini memiliki tugas untuk memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen mengenai lokasi produk, harga produk, penjelasan garansi, penjelasan *detail* produk dan pengecekan produk sebelum konsumen memutuskan untuk membeli (misalnya *speaker*, *charger*, dll).

Toko Aksesoris *Handphone* menerima banyak ulasan/komentar mengenai layanan toko melalui *Google review*, *Direct Message* Instagram dan kolom komentar pada akun Instagram. Ulasan yang diberikan mengenai kelebihan dan kekurangan toko. Total ulasan yang dituliskan konsumen pada *google review* sampai pada tanggal 10 Desember 2019 sebanyak 2775 ulasan. Dari sekian banyak ulasan yang diberikan, Toko Aksesoris *Handphone* memperoleh berbagai macam ulasan negatif mengenai kondisi dan pelayanan toko. Berbagai macam ulasan negatif yang diberikan konsumen membuat pemilik toko kesulitan dalam menentukan atribut kepuasan pelanggan yang dapat dijadikan prioritas untuk dilakukan perbaikan.

Total ulasan negatif yang dituliskan sebanyak 184 ulasan. Kemudian terdapat pula 14 konsumen yang memberikan rating bintang 1 dan 13 konsumen yang memberikan rating bintang 2 tanpa memberikan ulasan. Ulasan yang paling banyak dikeluhkan adalah ruangan toko kurang luas atau sempit yaitu sebanyak 63 ulasan atau 34%. Toko Aksesoris *Handphone* merupakan *retail* aksesoris dengan berbagai macam produk yang murah, lengkap, *stock* banyak dan selalu mengadakan promo setiap harinya sehingga dapat menarik daya beli konsumen. Selain itu, terdapat banyak *stock* barang dalam kardus yang memenuhi area penjualan, sehingga mempersempit ruang gerak konsumen.

Ulasan negatif kedua yang disebutkan konsumen adalah kondisi toko terlalu ramai yaitu sebanyak 45 ulasan atau 24%. Terlalu banyak konsumen yang datang ke toko dengan kondisi ruangan toko yang sempit mengakibatkan toko terlihat sangat ramai oleh produk dan konsumen. Hal ini membuat konsumen merasa sesak, pengap dan panas dalam ruangan toko, sehingga banyak yang tidak betah untuk berlama-lama di dalam toko.

Ulasan negatif ketiga yang disebutkan konsumen adalah mengenai antrean pembayaran yaitu sebanyak 28 ulasan atau 15%. Banyaknya konsumen yang ingin membayar mengakibatkan antrean pembayaran yang panjang dan terkadang menutupi area bergerak pengunjung lainnya. Kasir yang tersedia juga sedikit untuk menampung banyaknya konsumen yang akan membayar sehingga terjadi penumpukan.

Ulasan negatif keempat yang disebutkan konsumen adalah layout toko yaitu sebanyak 21 ulasan atau 11%. Konsumen mengeluhkan layout penempatan produk yang berantakan, sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam menemukan produk yang diinginkan. Pada area toko juga sangat minim petunjuk mengenai letak produk.

Ulasan negatif selanjutnya adalah mengenai pelayanan toko yang buruk dan tidak ramah serta kapasitas lahan parkir yang sempit yaitu sebanyak 17 ulasan atau 9%. Banyak konsumen yang mengeluhkan sikap pelayan toko yang tidak ramah terhadap konsumen seperti tidak mau membantu konsumen dalam mencari produk yang diinginkan, menghiraukan pertanyaan dari konsumen, bahkan ada beberapa pelayan yang tidak tau tentang informasi produk dan harga produknya. Ulasan mengenai kapasitas parkir yang sempit membuat konsumen membatalkan niat untuk datang ke toko. Konsumen yang datang menggunakan mobil juga mengeluhkan kondisi lahan parkir. Petugas parkir tidak menata kendaraan dengan rapi. Selain itu, area toko juga berdekatan dengan perempatan jalan yang pasti ramai kendaraan berlalu lalang.

Pada paragraf sebelumnya telah dijelaskan mengenai ulasan negatif yang paling banyak dikeluhkan konsumen terhadap layanan pada toko dan masih banyak lagi ulasan negatif lainnya. Beberapa konsumen juga mengeluhkan mengenai produk yang tidak lengkap, misalnya *update* untuk *stock* aksesoris model *handphone* terbaru belum ada ataupun sudah tidak terdapat beberapa aksesoris untuk jenis *handphone* yang sudah lama dipasarkan. Tuntutan konsumen yang terus meningkat untuk memenuhi kebutuhan mereka membuat peningkatan kualitas layanan jasa menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan dalam bisnis ritel (Yuen dan Chan, 2010). Upaya yang dilakukan dengan memberikan kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Ulasan negatif ini muncul karena harapan konsumen mengenai layanan toko tidak sesuai dengan ekspektasi mereka serta pelayanan toko yang buruk dan tidak

sesuai standar konsumen. Berdasarkan hasil wawancara direktur Toko Aksesoris *Handphone* yaitu Bapak Amir, beliau mengatakan bahwa masukan baik berupa kritik maupun komplain tetap harus diperbaiki karena berhubungan dengan kepuasan konsumen dalam membeli produk di Toko Aksesoris *Handphone*. Selain itu, pihak toko ingin mengetahui pelayanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Hal ini dikarenakan pihak toko belum yakin bahwa komplain yang diterima harus dilakukan maka membutuhkan *survey* lanjutan untuk memastikan komplain tersebut. Pihak toko juga ingin mengetahui nilai/skor pelayanan toko selama ini. Menurut bapak direktur, Toko Aksesoris *Handphone* belum pernah melakukan pengukuran terhadap tingkat kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak toko ingin melakukan pengukuran kualitas layanan dan kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan toko dan kepuasan yang dirasakan konsumen adalah metode *servqual* (*service quality*). Melalui metode ini pihak toko dapat mengetahui kondisi pelayanan yang telah dilakukan selama ini dan dapat mengetahui kepuasan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah adanya ulasan atau komentar negatif yang dituliskan oleh konsumen baik melalui *google review*, *direct message* Instagram maupun kolom komentar Instagram yang menandakan bahwa pelayanan pada Toko Aksesoris *Handphone* kurang memuaskan. Ulasan negatif muncul karena harapan konsumen mengenai layanan toko tidak sesuai dengan persepsi layanan jasa dan ekspektasi konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi atribut tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jasa di Toko Aksesoris *Handphone*.
2. Mengidentifikasi dan menentukan atribut pelayanan yang diprioritaskan untuk diperbaiki.
3. Mengidentifikasi penyebab ketidakpuasan konsumen terhadap prioritas atribut pelayanan yang perlu diperbaiki.
4. Memberikan usulan perbaikan terhadap atribut yang perlu diperbaiki.

1.4. Batasan Masalah

1. Penelitian hanya dilakukan pada Toko Aksesoris *Handphone* yang terletak di Jalan Kaliurang KM. 5,6 No. 25, Manggung, Caturtunggal, Depok, Sleman.
2. Konsumen yang pernah berbelanja setidaknya satu kali di Toko Aksesoris *Handphone* merupakan responden pada penelitian ini.
3. Penentuan atribut pelayanan pada kuesioner penelitian disesuaikan dengan kondisi toko dan hasil wawancara dengan direktur Toko Aksesoris *Handphone*.
4. Pengambilan data dilakukan secara langsung di Toko Aksesoris *Handphone* pada tanggal 24 Januari 2020 – 31 Januari 2020.

