BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi mempengaruhi perubahan seluruh sektor yang ada di sekeliling kehidupan masyarakat. Perkembangan dalam persaingan dunia industri semakin kompetitif. Perusahaan saling berlomba untuk menghasilkan produk dan jasa terbaik untuk merebut pangsa pasar. Pilihan akan semakin banyak tersedia sehingga para konsumen dapat memilih produk dan jasa yang paling sesuai untuk mereka. Salah satu karakteristik perusahaan yang sukses dalam lingkungan industri yang kompetitif saat ini adalah mampu menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tentunya dapat dicapai dengan memperhatikan faktor *input* yang saling berinteraksi untuk menghasilkan *output*.

Persaingan kompetitif seperti ini dialami pula oleh industri *store-retailers* swalayan. Beberapa tahun terakhir telah terjadi fenomena pergeseran pola konsumsi masyarakat dari pasar tradisional ataupun toko kelontong ke pasar modern khususnya swalayan yang saat ini berlokasi strategis dan mudah dijangkau di daerah perkotaan. Contoh swalayan yang sering kita jumpai dan tersebar di setiap sudut jalan perkotaan antara lain Indomaret, Seven Eleven, Superindo, Alfamart, dan masih banyak lagi. Swalayan sendiri sebenarnya mempunyai definisi yang sama dengan toko kelontong, yaitu suatu toko kecil yang menjual berbagai perlengkapan dan kebutuhan sehari-hari

yang pada umumnya berlokasi di jalan yang ramai. Namun swalayan adalah versi modern dari toko kelontong, yaitu pada swalayan, pembeli dapat mengambil barangnya sendiri yang sudah ada pada rak dan membayar di kasir, yang diambil dari definisi swalayan, swa dan layan yaitu melayani diri sendiri, yang mana tidak akan ditemukan pada toko kelontong. Kemodernan ini dipicu sebagai salah satu kemudahan bagi pembeli sehingga pembeli lebih memilih untuk menuju ke toko swalayan dibandingkan dengan toko kelontong.

Jumlah toko swalayan yang semakin bertumbuh pesat membuat persaingan kian kompetitif. Bahkan terkadang lokasi suatu toko swalayan dibuat amat berdekatan dengan toko swalayan pesaing lainnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi penting sekaligus tantangan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Oliver (1997), *"The consumer's response"*, yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk/ jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*. Tercapainya kepuasan pelanggan merupakan senjata ampuh bagi perusahaan untuk dapat memasuki kancah persaingan, mencapai *competitive advantage*, dan meningkatkan pangsa pasar (Wang dan Lo, 2002:51). Untuk mencapai kepuasan pelanggan ini, diperlukan komitmen manajemen perusahaan serta pengetahuan yang tepat mengenai keinginan dan persepsi pelanggan (O'Neill *et al*., 2000:137).

Toko swalayan dengan kualitas pelayanan terbaik akan lebih banyak mendapatkan pangsa pasar meskipun terdapat toko swalayan pesaing di wilayah yang

sama. Banyak faktor yang harus diperhatikan saat menilai kualitas pelayanan sehingga diperlukan suatu metode evaluasi kinerja swalayan. Dalam lingkup internal, pengukuran kinerja akan membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari organisasi yang secara tidak langsung dapat meningkatkan produktivitas dengan mengefektifkan penggunaan sumber daya dan kapabilitas organisasi (Hailey dan Sorgenfrei, 2005).

Perbandingan kinerja antar toko swalayan yang satu dengan yang lain dapat diberlakukan untuk membandingkan kinerja toko swalayan pada suatu wilayah operasi yang sama atau daerah yang sama. Dari beberapa toko swalayan yang diambil untuk dibandingkan kinerjanya agar dapat diketahui merk dagang mana yang efisien dan merk dagang mana yang inefisien. Serta dapat mengetahui jenis toko swalayan yang seperti apa yang efisien dan yang kurang atau tidak efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kinerja antara toko swalayan bermerk dagang Indomaret, Alfamart, Circle-K, Superindo, dan Mirota Kampus, dengan mengukur penilaian para pelanggannya terhadap pelayanan yang diberikan melalui *survey*. Toko swalayan tersebut yang dianalisis dalam penelitian ini berada dalam wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pembatasan wilayah dilakukan untuk menghindari keracunan hasil pengolahan data.

Faktor-faktor kualitas pelayanan yang digunakan untuk perbandingan tentu memiliki tingkat kepentingan berbeda-beda sehingga diperlukan perhitungan metode evaluasi untuk tiap faktor terlebih dahulu. Dalam hal ini dimensi yang digunakan untuk menentukan atribut yang diukur untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu menggunakan

teori *Retail Service Quality Model* yang diadaptasi oleh Dabholkar *et al.* dari teori *Service Quality* Parasuraman, dan metode evaluasi efisiensi kinerja yang digunakan dalam hal ini adalah *Data Envelopment Analysis* (DEA) yang merupakan salah satu metode pengukuran kinerja yang dapat mendefinisikan pengukuran berdasarkan tingkat efisiensi sebuah organisasi melalui perhitungan dengan faktor-faktor *input* serta *output* yang beragam (Coelli dan Battese, 2005). DEA bersifat komparatif atau membandingkan antar objek yang memiliki karakteristik yang sama berdasarkan evaluasi kinerja.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka perlu adanya penilaian efisiensi kinerja kualitas pelayanan. Teori kualitas pelayanan yang digunakan adalah *Retail Service Quality Model* oleh Dabholkar *et al.* yang diadaptasi dari teori *Service Quality* oleh Parasuraman. Metode evaluasi efisiensi kualitas pelayanan yang digunakan adalah *Data Envelopment Analysis* (DEA). Di samping itu, hasil metode DEA dapat dianalisis untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan identifikasi faktor-faktor yang menjadi kelemahan dan kelebihan tiap toko swalayan.

1. Apakah kinerja kualitas pelayanan toko swalayan (Indomaret, Alfamart, Superindo, Circle-K, dan Mirota Kampus) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sudah mencapai tingkat efisien?

2. Berapa bobot penilaian masing-masing variabel (variabel *input* dan variabel *output*) setiap toko swalayan (Indomaret, Alfamaret, Circle-K, Superindo, dan Mirota Kampus) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)?
3. Toko swalayan mana yang efisien dan bagaimana cara untuk toko swalayan inefisien agar menjadi efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menilai tingkat efisiensi kinerja kualitas pelayanan toko swalayan Indomaret, Alfamart, Circle-K, Superindo, dan Mirota Kampus di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
2. Untuk mengetahui ukuran bobot faktor penilaian (variabel *input* dan variabel *output*) setiap toko swalayan tersebut (Indomaret, Alfamart, Circle-K, Superindo, dan Mirota Kampus) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
3. Untuk mengetahui diantara lima toko swalayan tersebut yang paling efisien di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan juga sebagai tolak ukur bagi toko swalayan yang kualitas pelayanannya inefisien untuk memperbaiki agar mencapai tingkat efisien.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini perlu dilakukan pembatasan masalah agar pelaksanaan serta hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan pelaksanaan. Adapun ruang lingkup untuk membatasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada lima toko swalayan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu:
    - Indomaret
    - Alfamart
    - Circle-K
    - Superindo
    - Mirota Kampus
2. Penelitian ini dilakukan pada para pelanggan yang pernah berbelanja di toko swalayan tersebut.

    Pelanggan yang pernah berbelanja pada lima toko swalayan tersebut dianggap sudah pernah merasakan seluruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh kelima merk dagang swalayan tersebut, sehingga mampu untuk melakukan penilaian terhadap tiap faktor kualitas pelayanan yang ada.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian yang dilakukan serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai penerapan fungsi teori *Retail Service Quality Model* dengan metode *Data Envelopment Analysis*. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian, penulis berharap manfaat hasil penelitian dapat diterima sebagai kontribusi untuk meningkatkan manajemen kualitas pelayanan perusahaan dengan baik dan efisien.

2. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan salah satu bahan rujukan bagi upaya pengembangan teori manajemen perusahaan kualitas pelayanan dengan metode *Data Envelopment Analysis* (DEA), dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap manajemen kinerja kualitas pelayanan perusahaan.