

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin maju seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam. Kebutuhan dan keinginan konsumen mengalami perubahan yang sangat cepat dan tidak bisa diterka dari tahun ke tahun sehingga mengharuskan para pemasar atau perusahaan untuk lebih jeli melihat kebutuhan dan keinginan pasar serta harus bisa untuk memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini berdampak pada persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Setiap perusahaan atau organisasi bersaing dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam. Perusahaan atau organisasi harus mampu untuk mendapatkan pangsa pasar yang dibidiknya dan mempertahankan kelangsungan kegiatan usahanya serta dapat bersaing dengan pesaingnya. Persaingan yang muncul mendorong perusahaan untuk menciptakan keunggulan dalam bisnisnya. Sehingga perusahaan harus mempunyai strategi yang membuatnya lebih unggul dibanding yang lain untuk menghadapi persaingan yang ketat guna mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam dunia usaha adalah perusahaan yang dapat membina hubungan baik dengan pelanggan dan membuat pelanggan tetap membeli produknya. Untuk bisa membuat pelanggan tetap membeli produknya maka perusahaan harus melakukan berbagai perbaikan salah satunya adalah pada kualitas pelayanan yang diberikan. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik akan mempengaruhi pelanggan apakah akan tetap membeli dan menggunakan produk atau tidak. Menurut Kotler dalam Laksana (2008:85) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk membantu dan memuaskan orang lain. Pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan harusnya yang berkualitas maksudnya adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan. Jadi kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli, apakah akan membeli dan mengkonsumsi suatu produk lagi atau tidak.

Berdasarkan hal di atas maka banyak perusahaan saat ini yang berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar saja tetapi para pelaku usaha kecil menengah (UKM) juga meningkatkan kualitas pelayanannya agar kegiatan usahanya tetap bisa berlangsung. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil Menengah adalah “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”. Usaha kecil menengah (UKM) merupakan bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang.

Sekarang ini banyak UKM yang berdiri di kota-kota besar salah satunya adalah kota Palembang. UKM di kota Palembang banyak yang menjual makanan yang menjadi makanan khas dari kota tersebut seperti Pempek, Kemplang, Model, dan masih banyak lagi yang lain. Salah satu UKM yang menjual makanan tersebut adalah Mang Din Palembang. Usaha Mang Din Palembang menjual pempek dan kemplang sejak tahun 1985 yang beralamat di Jalan H. Faqih Usman No. 2581 1 Ulu Laut Kertapati Palembang. Dalam menjalankan usahanya Mang Din Palembang mengalami persaingan yang ketat, karena banyaknya pesaing yang menjual makanan khas Palembang yang sama dan untuk itu Mang Din Palembang harus tahu cara untuk tetap bisa mempertahankan usaha serta pelanggannya. Untuk tetap bisa mempertahankan pelanggan dari persaingan yang ketat bisa dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan seperti yang telah dijelaskan diatas.

Saat ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mang Din Palembang sudah cukup baik ini bisa dilihat dari banyaknya pelanggan yang membeli barang secara berulang atau lebih dari dua kali. Tetapi meskipun demikian masih perlu untuk mengetahui tingkat pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan standar yang diinginkan pelanggan atau belum, jika belum maka harus meningkatkan lagi pelayanannya, tetapi jika sudah sesuai dengan standar yang diinginkan oleh pelanggan maka hanya perlu untuk tetap mempertahankan pelayanan. Untuk mengetahuinya bisa dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuesioner kepada pelanggan yang datang. Tujuan mengetahui tingkat pelayanan terhadap pelanggan ini adalah salah satu strategi untuk mempertahankan pelanggan agar tetap membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan semakin besar peluang perusahaan untuk tetap mempertahankan dan mendapatkan pelanggan, begitu juga sebaliknya semakin buruk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin sedikit peluang perusahaan untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. Menurut Lupiyoadi (2013:216-217) salah satu studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana tingkat pelayanan yang telah diberikan Mang Din Palembang kepada pelanggannya melalui laporan akhir ini dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Penjualan Pada Usaha Pempek dan Kemplang Mang Din Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana analisis kualitas pelayanan penjualan yang ada pada usaha pempek dan kemplang Mang Din Palembang.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar permasalahan dalam penyusunan laporan akhir ini tidak terjadi penyimpangan, maka penulis membatasinya hanya pada Analisis Kualitas Pelayanan Penjualan Pada Usaha Pempek dan Kemplang Mang Din Palembang.

Untuk mengukur kualitas pelayanan pada Usaha Pempek dan Kemplang Mang Din Palembang, menurut Lupiyoadi (2014:216-217) salah satu studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (*Tangibles*)
2. Reliabilitas (*Reliability*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan membuat laporan akhir ini adalah untuk menjelaskan kualitas pelayanan penjualan pada usaha pempek dan kemplang Mang Din Palembang yang beralamat di Jalan H. Faqih Usman No. 2581 1 Ulu Laut Kertapati Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Bagi penulis
Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang didapat selama melaksanakan penelitian, serta untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Perusahaan

Agar pengusaha dapat mengetahui tanggapan pelanggan mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Penjualan Pada Usaha Pempek dan Kemplang Mang Din Palembang, Jalan H. Faqih Usman No. 2581 1 Ulu Laut Kertapati Palembang, serta sebagai bahan masukan yang positif bagi perusahaan mengenai pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan Pada Usaha Pempek dan Kemplang Mang Din Palembang yang beralamat di Jalan H. Faqih Usman No. 2581 1 Ulu Laut Kertapati Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan untuk menyusun laporan akhir ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil kusioner.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir:

a. Riset Lapangan

Riset lapangan merupakan metode yang dilakukan oleh penulis dalam mengambil data dengan melakukan penelitian secara langsung ke lapangan, dalam hal ini yaitu mengambil data langsung ke Mang Din Palembang. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan Kuisisioner. Menurut Sugiyono (2013:199)

menyatakan, bahwa kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner berstruktur dengan pernyataan dan setiap pernyataan diiringi dengan sejumlah jawaban yang berupa skala penilaian, dan kemudian akan dipilih oleh responden yang sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku yang berkenaan dengan kualitas pelayanan.

1.5.4 Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) menyatakan, bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas atau kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli Mang Din Palembang yang tidak diketahui jumlah populasinya.

2. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi (Yusi, 2010:64).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel non probabilita (*non probability sampling*) yaitu teknik sampling bertujuan (*Purposive Sampling*), menurut Pasolong (2012:107)

sampel non probabilita adalah suatu teknik penarikan sampel yang digunakan apabila unsur-unsur yang ada dalam populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk ditarik/dipilih menjadi sampel dalam suatu penelitian. Sedangkan pengertian teknik sampling bertujuan adalah teknik penarikan sampel yang digunakan dengan cara sengaja atau menunjuk langsung kepada orang yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi. Penggunaan teknik ini senantiasa mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu, yaitu peneliti harus terlebih dahulu mewakili pengetahuan tentang ciri-ciri tertentu yang telah di dapat dari populasi sebelumnya (Pasolong, 2012:107). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 60 pembeli.

1.5.5 Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, teknik analisa data yang penulis gunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data-data kuantitatif yang diperoleh penulis dinyatakan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan dan pengukuran yang dapat ditunjukkan melalui persentase lalu dijelaskan dalam bentuk kata, kalimat, skema atau gambar. Rumus untuk menghitung persentase jawaban responden menggunakan rumus dari Sudijono (2009:43) yaitu:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan: P = Persentase jawaban
f = Jumlah jawaban
n = Jumlah sampel

Untuk mendapatkan indeks skor kenyataan dan harapan kualitas pelayanan menggunakan rumus indeks skor (IS) menurut Yusi (2010:79), yaitu:

$$IS = \frac{\sum \text{Skor Penelitian}}{\sum \text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Sedangkan skor ideal rumusnya adalah nilai tertinggi dikalikan jumlah sampel atau responden. Penelitian ini juga menggunakan interpretasi skor menurut Riduwan (2011:41) yaitu:

Tabel 1.1
Interpretasi Skor

No.	Skor atau angka	Interpretasi
1.	0% - 20%	Sangat lemah
2.	21% - 40%	Lemah
3.	41% - 60%	Cukup
4.	61% - 80%	Kuat
5.	81% - 100%	Sangat kuat

1.5.6 Skala Pengukuran

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:132). Dengan skala likert, maka dimensi variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel berupa angka (1-5). Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan 5 (lima) tingkatan. Adapun skala pengukuran yang dapat digunakan menurut Riduwan (2011:39) adalah:

Tabel 1.2
Skala pengukuran tingkat kenyataan kualitas pelayanan

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	skor : 5
2.	Setuju (S)	skor : 4
3.	Netral (N)	skor : 3
4.	Tidak Setuju (TS)	skor : 2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	skor : 1

Sedangkan untuk mengukur tingkat harapan menggunakan rumus dari Sugiyono (2013:133), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3
Skala pengukuran tingkat harapan kualitas pelayanan

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Penting (SP)	skor : 5
2.	Penting (P)	skor : 4
3.	Cukup Penting (CP)	skor : 3
4.	Tidak Penting (TP)	skor : 2
5.	Sangat Tidak Penting (STP)	skor : 1