

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan semakin modernnya perkembangan jaman, menyebabkan timbulnya berbagai macam usaha bisnis yang tentunya mempunyai tujuan untuk memuaskan pelanggan. Salah satu bisnis yang berkembang terutama di perkotaan adalah bisnis *retail*. Hal ini tentu saja mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat dari masing-masing pengelola bisnis *retail* dalam usahanya untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Dengan banyaknya *retailer-retailer* tersebut, pelanggan akan mendapatkan semakin banyak pilihan dalam menentukan *retailer* mana yang akan dikunjungi yang sesuai dengan kebutuhan dan yang dapat memberikan perasaan puas baik dari segi mutu dan harga produk maupun pelayanan (*service*) yang diberikan.

Matahari Department Store merupakan sebuah badan usaha yang bergerak di bidang *retail*. Bisnis *retail* adalah “*business activities involved in selling goods and services to consumers for their personal, family, or household use.*” (Berman dan Evans, 2004, p.3). Jadi dapat disimpulkan bahwa Matahari Department Store adalah bisnis yang menjual barang dan jasa pada konsumennya untuk kegunaan pribadi, keluarga, dan rumah tangga.

Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya, menyediakan beraneka ragam produk, seperti: tas, sepatu, aksesoris seperti kalung, anting, dan kaca mata, juga peralatan rumah tangga. Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya, juga menawarkan berbagai produk busana, baik untuk pesta, kerja, dan santai, mulai dari ukuran bayi, remaja, laki-laki dan wanita, dengan berbagai merek, model, corak, warna dan kualitas.

Dalam menghadapi persaingan, pengelola Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya melakukan peningkatan mutu produk, pelayanan, dan *image* yang ada dengan menyediakan berbagai jenis produk dengan harga yang terjangkau, pengelompokan produk-produk, penerangan, kebersihan, *show window* (jendela *display*), musik, suhu ruangan, fasilitas coba pakai, kasir, dan lain-lain. Tetapi semua peningkatan tersebut akan lebih baik jika ditunjang dengan

adanya kualitas pelayanan yang baik dan maksimal dari pengelola dan para karyawan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya karena tidak dapat dipungkiri bahwa mutu atau kualitas pelayanan dari pihak pengelola dan karyawan Matahari Department store, Tunjungan Plaza, Surabaya yang diberikan secara total guna mencapai *customer satisfaction* merupakan suatu hal yang tidak kalah pentingnya.

Matahari Department Store, yang pada tahun 2004 dan 2005 secara berturut-turut mendapatkan penghargaan *international* sebagai “*Gold - Top Retail*” dari *Retail Asia Pacific*, sejauh ini telah melakukan berbagai inovasi-inovasi dan pembaharuan guna memenuhi tuntutan kualitas pelayanan yang maksimal agar tercapainya kepuasan pelanggan. Salah satu yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan *New MCC* yang merupakan produk *loyalty card* yang dipakai untuk berbelanja di Matahari Department Store, *Supermarket*, dan *Hyper mart* di seluruh Indonesia. *New MCC* memberikan berbagai keuntungan yang dapat langsung dinikmati oleh anggota baru berupa: pemberian hadiah langsung seperti poin MCC, *voucher* berlangganan Majalah Femina, *voucher* potongan belanja produk *fashion*, *voucher* salon dan spa, *voucher* ke tempat hiburan, dan lain-lain (Berita Matahari No.57-Maret 2006).

Kesuksesan Matahari Department Store dalam mempertahankan pelanggannya tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan tetap *loyal*. Hal ini terlihat dari opini yang ditulis oleh Budi San dalam Suara Konsumen PintuNet.com pada tanggal 22 Mei 2006. Dalam opini tersebut dikatakan bahwa produk-produk Matahari Department Store mempunyai kualitas yang bagus dan tidak mudah rusak. Selain itu kadang-kadang Matahari Department Store juga mengadakan cuci gudang dengan memberikan *discount* tinggi dan juga memberikan *voucher* belanja kepada pelanggannya. Hal inilah yang membuat Budi San senang berbelanja di Matahari Department Store. (www.PintuNet.com, Mei 2006).

Hal serupa juga dikemukakan oleh Agusramadas dalam opininya yang ditulis pada tanggal 21 Juni 2006 yang berjudul “*Everything We Do, We Do It For You*”. Judul opini tersebut diambil dari *jingle* iklan Matahari Department Store yang dianggap sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Matahari Department

Store yang selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya seperti dengan menyediakan kasir yang cukup banyak, memberikan *discount sale* dan undian berhadiah, mengadakan *membership* Matahari, menyediakan tempat belanja yang nyaman dan *display* barang yang menarik (www.PintuNet.com, Juni 2006).

Namun dibalik semua itu juga terdapat fakta-fakta yang menunjukkan masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh pihak Matahari Department Store. Hal ini dapat dilihat lewat opini yang ditulis oleh Rida pada Suara Konsumen PintuNet.com pada tanggal 17 Mei 2006 dimana dalam opini tersebut dikemukakan bahwa penulis opini merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan karena pada awalnya berharap mendapatkan *discount* dari barang yang dibeli namun ternyata kecewa pada akhirnya karena pada saat membayar di kasir, barang tersebut tidak ada *discount* padahal barang itu diambil dari bak *discount* (www.PintuNet.com, Mei 2006).

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian fenomena diatas yang menggambarkan adanya kualitas pelayanan yang sudah baik maupun yang masih harus diperbaiki oleh pihak Matahari Department Store, mendorong penulis untuk mengukur dan menganalisa kualitas pelayanan dari Matahari Department Store khususnya di Tunjungan Plaza, Surabaya dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah persepsi pelanggan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya sesuai dengan harapannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya?
- b. Dimensi apakah yang mempunyai tingkat harapan yang sesuai dengan tingkat persepsi dari pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui apa yang menjadi harapan dari pelanggan atas pelayanan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya.

- b. Untuk mengetahui persepsi pelanggan atas pelayanan (*service*) yang telah diterima.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya.
- d. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Matahari Department Store berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL serta dimensi apa yang mempunyai tingkat harapan yang sesuai dengan tingkat persepsi dari pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya, sehingga hal-hal yang terkait dengan dimensi tersebut perlu dipertahankan.

1.4. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dari penelitian ini, yaitu:

- a. Bagi Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya tentang kualitas pelayanan seperti apa yang diharapkan oleh pelanggan dan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan di lapangan. Dari informasi ini dapat diketahui kekurangan atau kelemahan apa yang masih ada dari pelayanan yang selama ini telah dilaksanakan oleh pihak manajemen Matahari Department Store, dengan demikian dapat diambil langkah-langkah perbaikan untuk penyempurnaan pelayanan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

- b. Bagi Universitas.

Memberikan tambahan sumbangan referensi dan perbendaharaan perpustakaan Universitas Kristen Petra. Selain itu juga diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek adalah Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya dimana respondennya adalah pelanggan yang sedang mengunjungi atau berbelanja di Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya dengan memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Mempunyai usia di atas 17 tahun.
- b. Dalam 3 bulan terakhir, minimal telah 2 kali mengunjungi atau berbelanja di Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya.
- c. Pelanggan yang menjadi anggota dari MCC atau *New MCC* Matahari Department Store dan sedang mengunjungi atau berbelanja di Matahari, Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya.

Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2006 – Agustus 2006 dengan memfokuskan pada kualitas pelayanan Matahari Department Store, Tunjungan Plaza, Surabaya yang diukur dengan menggunakan metode SERVQUAL.