

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang. Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, segala sesuatu yang terkait didalamnya membutuhkan kecepatan dan keakuratan informasi. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya teknologi komputer yang canggih dapat mendukung pemenuhan kebutuhan informasi yang handal, cepat, tepat, dan akurat. Selain itu dengan adanya pemanfaatan teknologi komputer dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Perkembangan teknologi sistem informasi telah memberikan peranan yang signifikan terhadap nilai tambah ekonomi. Efisiensi dalam berbagai bidang, khususnya dalam masalah penjualan, pembelian dan pemesanan bahan kue dan plastik. Dimana setiap perusahaan maupun industri sangat membutuhkan sekali peranan sistem informasi dalam melakukan proses penjualan, pembelian dan pemesanan. Dengan teknologi yang semakin canggih maka perusahaan dan industri tertarik untuk membantu kegiatan operasionalnya sebagai alat pengolahan data.

Pemanfaatan teknologi informasi pada usaha menengah dapat dilakukan secara efektif apabila dalam penjualan dapat menggunakan teknologi tersebut dengan baik. Menurut Thomson et.al. (1991) dalam Wijana (2007) manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan atau menjalankan tugasnya sesuai dengan perilaku menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan. Hal ini sesuai dengan model penerimaan teknologi (technology acceptance model atau TAM). TAM (Technology Acceptance Model) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja pegawai. Kinerja berhubungan dengan pencapaian serangkaian tugas-tugas yang dilaksanakan oleh individu didalam organisasi (Thai FJ ; 2002). Sehingga, semakin tinggi kinerja individu semakin meningkat pula efektifitas, produktivitas dan kualitas pelayanan individu tersebut.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kecocokan antara produk layanan dengan kebutuhan dari pengguna pelayanan tersebut (Mahendra, 2008). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan mengenai baik buruknya suatu layanan dan diterima tidaknya suatu layanan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan persepsi pengguna layanan mengenai layanan yang diberikan oleh seorang individu. Penelitian mengenai kualitas pelayanan dilakukan oleh Scotti (2007) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan menggunakan kembali layanan dan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Toko Kue dan Plastik 27 Dipertemuan Citra Raya Tangerang. Pelayanan pegawai toko tersebut meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan tugas-tugas pelayanan kepada konsumen khususnya yang berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan toko 27 tersebut. Sedangkan kepuasan

dalam konteks penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang merupakan pengguna utama layanan dari toko 27.

Kepuasan Pelanggan adalah sejauh mana tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler, 2005). Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk, informasi dari orang lain, dan informasi dari iklan atau promosi. Kepuasan konsumen akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk (U.Suwarman,2011).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan kualitas pelayanan yaitu waktu tunggu yang dapat dipengaruhi oleh expected waiting time (EWT), perceived waiting time (PWT), actual waiting time (AWT) dan disconfirmation. Disconfirmation tentang waktu tunggu merupakan perbedaan antara persepsi dan ekspektasi terhadap waktu tunggu. Diskonfirmasi positif apabila waktu menunggu dipersepsikan lebih cepat oleh pelanggan dibanding ekspektasi waktu tunggu, sehingga pelanggan merasa puas, sebaliknya disebut diskonfirmasi negatif apabila waktu menunggu dipersepsikan lebih lama oleh pelanggan dibanding ekspektasi waktu tunggu, sehingga pelanggan merasa tidak puas. Banyak pelanggan cemas akan panjang antrian mereka karena waktu menunggu pelanggan dipertimbangkan mempunyai pengaruh negatif atas persepsi pelayanan konsumen. konsumen menganggap menunggu sebagai pengorbanan untuk mendapat layanan. Lovelock dan Gummesson (2004:20-41) berpendapat bahwa pentingnya peran waktu tunggu di perusahaan dan menganjurkan untuk memberikan lebih banyak perhatian untuk memperbaiki dan mengerti nilai waktu bagi konsumen. Penelitian ini memusatkan pada hubungan waktu tunggu antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan mereka (e.g., Anderson, 1994; Dick and Basu, 1994).

Penggunaan plastik telah meluas hampir ke seluruh bidang kehidupan. Berbagai produk dan peralatan dihasilkan dari bahan plastik itu sendiri karena dinilai lebih ekonomis, tidak mudah pecah, fleksibel, dan ringan. Salah satu contoh produk berbahan plastik yang paling sering dipakai oleh masyarakat adalah kantong plastik. Menurut Inaplas (2011), konsumsi plastik per kapita Indonesia masih sekitar 10 kg/kapita/tahun. Dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, jumlah ini masih rendah. Malaysia, Singapura, dan Thailand mencapai angka di atas 40 kg/kapita/tahun. Meskipun rendah, potensi peningkatan permintaan masih cukup besar, yakni sekitar 4,6 juta ton/tahun. Pertumbuhannya sekitar 5% pertahun. Dapat dilihat perkembangan toko plastik sangat berkembang pesat dan penyebarannya dimana-mana (Destry Damayanti, 2012).

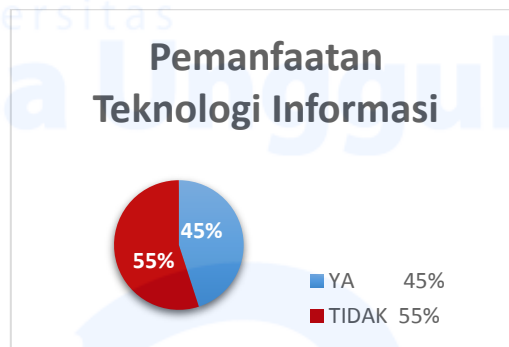
Toko Kue dan Plastik 27 merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang tidak memiliki pesaing di Wilayah Citra Raya Tangerang. Toko 27 menyediakan berbagai macam kantong plastik dengan berbagai jenis dan ukuran, kresek, serta bahan untuk membuat kue. Banyak pelanggan yang ingin mendapat kualitas plastik yang bagus tapi dengan harga murah dan banyak aspek yang mempengaruhi para pelanggan seperti harga, kelengkapan ukuran plastik yang diinginkan, dan kualitas. Salah satunya toko plastik 27 yang menyediakan berbagai macam plastik seperti plastik kemasan adalah jenis plastik

yang biasa digunakan untuk packing atau pembungkus makanan, plastik kiloan adalah jenis plastik yang biasa digunakan untuk packing minuman atau cairan, seperti es batu, sirup, maupun minuman lainnya, plastik kresek atau tas plastik adalah jenis plastik yang berwarna putih susu atau putih bersih digunakan untuk kantong tissue, botol detergent, minyak, plastik anti panas, pipa plastik, shopping bag dan kantong plastik yang biasa untuk sayur makanan yang berkuah karena fleksibel dengan kekuatan tinggi, dan lain-lain.

Dalam penjualannya toko 27 sendiri sampai saat ini belum menggunakan teknologi informasi yang semakin maju dalam industri penjualan. Dimana setiap proses kegiatan pekerjaannya masih menggunakan cara manual untuk melayani para pelanggannya dalam melakukan penjualan dan pembelian. Sangat penting sekali sistem informasi bagi perusahaan ini untuk memudahkan pelayanan dan mengefektifitaskan kinerja yang berkualitas terhadap para konsumen. Pada toko kue dan plastik 27 ini ditemukan permasalahan pada sistem penjualan, pembelian, dan pemesanan yaitu, dalam pencatatan data masih menggunakan buku besar sehingga memungkinkan resiko untuk terjadi kesalahan dalam pencatatan.

Proses perhitungan yang dilakukan masih menggunakan kalkulator sehingga dalam melakukan pekerjaannya, seringkali mengalami kesalahan baik dalam hal pencatatan data maupun pada proses perhitungan. Serta pembuatan laporan membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan perlunya perekapan data terlebih dahulu, sehingga kesulitan ketika pencarian data. Sistem yang masih manual ini akan menyebabkan beberapa masalah seperti pengarsipan penjualan, pembelian, pemesanan kue, dan stok bahan baku.

Peneliti juga melakukan Pra survey awal kepada 20 reponden yang telah melakukan pembelian untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap Toko plastik dan bahan kue 27 dengan memuat pertanyaan mengenai variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi, Waktu Tunggu, Kualitas Pelayanan. Adapun hasil dari pra survey disajikan dalam gambar sebagai berikut.



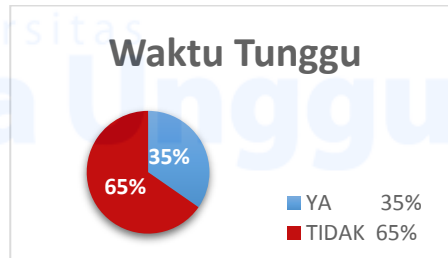
Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Data yang diambil dari 20 responden yang berbeda di Wilayah Tangerang, yang pernah membeli atau berkunjung ke Toko Kue dan Plastik 27 Citra Raya Tangerang, Pada variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi dengan pernyataan “Apakah metode

pembayaran di toko 27 sudah menggunakan teknologi sebagai alat transaksi atau masih melakukan pembayaran manual? ”.

Hasil pra survei menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi sebesar 55% dari 20 responden menjawab masih menggunakan alat pembayaran manual seperti calculator yang sehingga kurangnya teknologi yang digunakan Pada toko 27 dapat membuat Konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko 27 sedangkan 45% Merasa puas dengan Pelayanan tersebut.

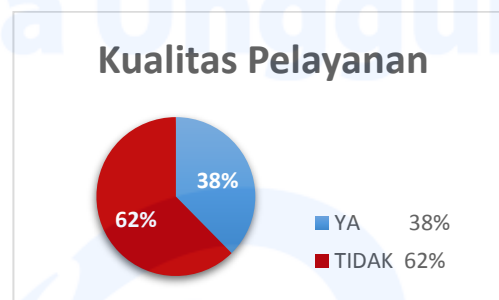


Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Terhadap Waktu Tunggu

Data yang diambil dari 20 responden yang berbeda di Wilayah Tangerang, yang pernah membeli atau berkunjung ke Toko Kue dan Plastik 27 Citra Raya Tangerang, Pada variabel Waktu Tunggu dengan pernyataan “Lamanya pelayanan yang diberikan pada proses pembayaran atau transaksi membuat citra perusahaan kurang baik dikalangan konsumen yang membeli produk di toko 27 tersebut? ”.

Hasil pra survei menunjukkan 65% dari 20 responden menjawab lamanya waktu tunggu pelayanan yang diberikan kepada konsumen Dalam metode pembayaran yang masih menggunakan alat manual Seperti kalkulator sehingga dapat memperlambat proses pembayaran, sedangkan 35% merasa puas dengan pelayanan tersebut. Menurut responden muncul persepsi terhadap Waktu Tunggu karena Toko 27 masih menggunakan alat manual dalam metode Pembayaran yang membuat konsumen kecewa karena Waktu Tunggu terlalu lama sehingga memberikan penilaian rendah, hal tersebut dapat mempengaruhi Loyalitas pelanggan terhadap toko tersebut



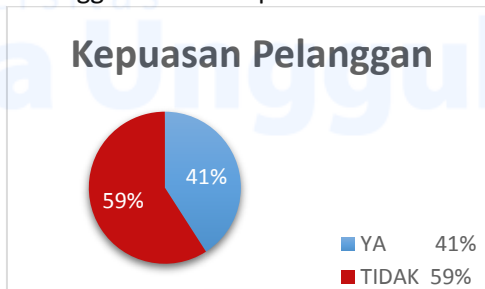
Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Terhadap Kualitas Pelayanan

Data yang diambil dari 20 responden yang berbeda di Wilayah Tangerang, yang pernah membeli atau berkunjung ke Toko Kue dan Plastik 27 Citra Raya Tangerang, Pada variabel Kualitas Pelayanan dengan pernyataan “ Apakah pelayanan yang diberikan oleh

karyawan Toko 27 kepada konsumen sangat baik serta dapat menanggapi apa yang menjadi keluhan konsumen?”.

Hasil pra survei menunjukkan 62% dari 20 responden menjawab pelayanan pada Toko 27 tidak baik karena karyawan toko 27 tidak dapat merespon dengan baik apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen pada produk yang ada di toko 27 Sedangkan 38% menyatakan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko 27 tersebut. Menurut responden muncul persepsi terhadap kualitas pelayanan yang kurang baik Dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan bahkan Loyalitas Pelanggan karena dapat merusak citra baik perusahaan.

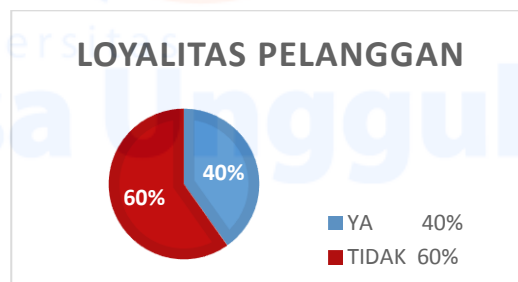


Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Terhadap Kepuasan Pelanggan

Data yang diambil dari 20 responden yang berbeda di Wilayah Tangerang, yang pernah membeli atau berkunjung ke Toko Kue dan Plastik 27 Citra Raya Tangerang, Pada variabel Kualitas Pelayanan dengan pernyataan “Apakah produk ditoko 27 sangat lengkap sehingga memudahkan konsumen untuk mencari segala keinginan konsumen?”.

Hasil pra survei menunjukkan 59% dari 20 responden menjawab pelayanan pada Toko 27 tidak baik karena pelayanan yang diberikan ditoko membuat konsumen tidak merasa puas Sedangkan 41% menyatakan sangat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko 27 tersebut karena memenuhi kebutuhan konsumen.



Sumber : Data diolah peneliti, 2020

Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Terhadap Loyalitas Pelanggan

Data yang diambil dari 20 responden yang berbeda di Wilayah Tangerang, yang pernah membeli atau berkunjung ke Toko Kue dan Plastik 27 Citra Raya Tangerang, Pada variabel Kualitas Pelayanan dengan pernyataan “Apakah konsumen tetap membeli produk di toko 27 meskipun harus menunggu lama?”.

Hasil pra survei menunjukkan 60% dari 20 responden menjawab pelayanan pada Toko 27 tidak baik karena lamanya waktu pelayanan ditoko 27 membuat konsumen menjadi menunggu lama akibatnya minat untuk membeli ulang produk di toko 27 semakin berkurang Sedangkan 40%

menyatakan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko 27 tersebut. Menurut responden muncul persepsi terhadap kualitas pelayanan yang kurang baik Dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas yang terjadi pada toko kue dan plastik 27, maka penelitian ini tertarik untuk membuat kemudahan penggunaan teknologi informasi berdasarkan kemanfaatannya pada toko kue dan plastik 27 dalam mengatasi masalah pengolahan data, pembelian, dan pemesanan serta dapat membantu pegawai untuk bekerja secara optimal dalam meningkatkan kinerja industri ini. Untuk mencapai tujuan tersebut maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pemanfaatan Teknologi Informasi, Waktu Tunggu, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kue Dan Plastik (Studi kasus Pada Toko27 Di Perumahan Citra Raya Tangerang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap toko 27, maka didapatkan beberapa faktor yang mungkin menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Belum adanya sistem terkomputerisasi dalam mengolah data penjualan, pembelian, dan pemesanan yang dapat membantu mempermudah pekerjaan dalam mempercepat pelayanan, akibatnya pelayanan ditoko 27 kurang optimal sehingga pelanggan tidak merasa puas dengan Pelayanan yang diberikan.
2. Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk transaksi pada Toko 27 terlalu lama, akibatnya citra perusahaan menurun dibenak konsumen sehingga berpengaruh pada loyalitas pelanggan.
3. Terjadinya keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko 27 yang kurang baik, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

1.2.2.1 Pembatasan Masalah

Dari seluruh pembahasan pada identifikasi masalah, maka diperlukan pembatasan masalah yang berkaitan dengan masalah ini. Hal – hal yang menjadi pembatasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Peneliti membatasi masalah hanya pada teknologi informasi yang digunakan toko 27
2. Penelitian ini terbatas kepada konsumen yang pernah membeli produk di toko 27 perumahan citra raya tangerang
3. Dengan segala keterbatasan peneliti, maka penelitian ini hanya dibatasi pada variabel utama yaitu pemanfaatan teknologi informasi (X1), waktu tunggu (X2), kualitas pelayanan (X3) sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen, dan variabel kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel intervening.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah adalah :

1. Apakah Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko 27?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada Toko 27?
3. Apakah Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27?
6. Apakah Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan?
7. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan?
8. Apakah Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang?
9. Apakah Waktu Tunggu berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang?
10. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diadakan oleh penulis adalah untuk membangun teknologi informasi, pembelian dan pemesanan pada toko kue dan plastik 27 diperumahan Citra Raya Tangerang, sedangkan tujuannya adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko 27.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko 27.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko 27.
6. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
8. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang.

9. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Waktu Tunggu terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang.
10. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Toko 27 di Citra Raya Tangerang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan tentang pemasaran yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi, waktu tunggu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan membantu toko 27 dalam melihat manfaat dan hasil yang diperoleh dari pemanfaatan teknologi informasi, waktu tunggu dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan dapat membantu meningkatkan profit penjualan.

3. Bagi Pembaca

Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pemanfaatan teknologi informasi, waktu tunggu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.