KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN BERDASARKAN SUARA KONSUMEN PADA DISTRO GROOTBAR

Enang Suherman
Universitas Teknologi Digital
enshu@digitechuniversity.ac.id

Aji Solihin
Universitas Teknologi Digital
aji10120200@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Tujuan : *Mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh GrootBaar dalam hal kualitas pelayanan, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan stabilitas penjualan.*

Desain/Metode : *Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti akan melakukan wawancara dengan berbagai pihak terkait bisnis Teelu Ice Cream yang menjadi fokus penelitian, termasuk pemilik Distro Grootbar dan konsumen atau pembeli produk dari toko tersebut.*

Temuan : *Penelitian ini mengungkapkan bahwa peenurunan Stabilitas Penjualan GrootBaar mengalami penurunan jumlah pesanan secara signifikan dari tahun 2021 hingga 2023, menunjukkan adanya masalah yang memengaruhi kinerja bisnis, Wawancara dengan informan mengungkapkan bahwa responsivitas karyawan dalam memenuhi tanggung jawab mereka terhambat, yang berdampak negatif pada kualitas pelayanan, Kesalahan dalam Pengiriman: Hasil observasi menunjukkan bahwa karyawan GrootBaar pernah melakukan kesalahan dalam mengirimkan ukuran pesanan yang dipesan oleh pelanggan, yang berkontribusi pada ketidakpuasan konsumen.*

Kritik dari Konsumen, Data ulasan dan penilaian rating bintang di platform Shopee mendukung temuan bahwa ada masalah kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan rekomendasi untuk Perbaikan kualitas produk dan layanan, GrootBaar disarankan untuk meningkatkan pengawasan kualitas, memberikan pelatihan kepada pemasok, mengumpulkan dan menganalisis umpan balik konsumen secara rutin, serta berinvestasi dalam inovasi produk melalui penelitian dan pengembangan (R&D) dan kolaborasi dengan desainer.

Implikasi : *Pentingnya Peningkatan Kualitas Pelayanan GrootBaar harus segera meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal responsivitas karyawan dan keakuratan pengiriman produk. Jika tidak diperbaiki, hal ini dapat mengakibatkan penurunan lebih lanjut dalam penjualan dan hilangnya pelanggan.*

Originalitas : *Penelitian ini menggabungkan suara konsumen untuk memberikan wawasan menyeluruh tentang pelayanan dan kepuasan konsumen Distro Grootbar*

Tipe Penelitian : *Studi Empiris*

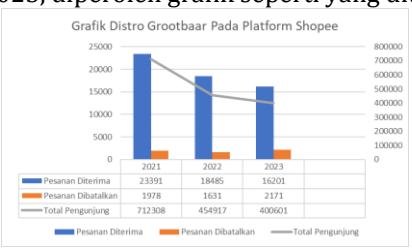
Kata Kunci *: Kualitas layanan, kepuasan konsumen, Distro fashion*

I. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang sangat pesat dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta berpengaruh terhadap persaingan bisnis. Perkembangan industri di Indonesia sangat meningkat, Salah satu industri fashion yang menjadi andalan. Dimana banyak ditemukan model dan bahan yang menjadi dasar bagi bahan pakaian maupun untuk keperluan lainnya. Namun di balik semua itu pelayanan dan kepuasan dari suara pelanggan menjadi salah satu faktor yang tidak dapat terpisahkan , khususnya bagi Distro GrootBaar bergerak dalam bidang fashion dan telah mempunyai pengalaman yang sangat berharga dalam menciptakan rancangan pakaian baik untuk kalangan anak anak hingga dewasa. pola pikir dan perilaku masyarakat juga mengalami kemajuan. Perkembangan pola pikir tersebut, misalnya masyarakat lebih cenderung dengan menilai kualitas produk, harga, atau pun pelayanan yang diberikan oleh customer service yang ada pada distro grootbaar .

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula pada jasa menjahit ini, masalah kualitas pelayanan (service quality) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan jasa ini. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan yang berkualitas kepada orang lain (Abdullah, 2013).

Berikut adalah data penjualan yang telah dijangkau oleh Distro Grootbaar berdasarkan data dari tahun 2020 hingga 2023, diperoleh grafik seperti yang ditampilkan di bawah ini :



Sumber : Data Penjualan Grootbaar pada Aplikasi Shopee

Gambar diatas menunjukkan perbandingan penjualan distro grootbaar di platform Shopee dari tahun 2021 hingga tahun berikutnya. Pada tahun 2021, terdapat 23.391 pesanan, pada tahun 2022 terjadinya penurunan menjadi 18.485 pesanan hingga 2023 masih tetap mengalami penurununan menjadi 16.201. Jumlah pesanan yang tidak stabil, terdapat potensi pembatalan pesanan yang juga perlu diperhatikan. Hal ini menjadi kelemahan yang perlu diperbaiki oleh distro grootbaar dalam memastikan kepuasan konsumen, mengingat jumlah pembatalan pesanan yang meningkat secara signifikan.

II. Kajian Teori

Definisi Strategi kualitas layanan

Menurut Tjiptono (2014) didalam jurnal (Kurnaeli et al. 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sejauh mana produk atau layanan dapat memberikan kepuasan yang dirasakan oleh penerima produk atau layanan tersebut. Sementara itu, menurut Alma (2014), kualitas pelayanan berkaitan dengan perbedaan antara harapan dan pengalaman nyata saat menggunakan produk atau layanan. Dalam penelitian ini, instrumen untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014), yang mencakup keandalan produk, kecepatan dan ketepatan produk, jaminan produk, empati, serta aspek fisik produk.

Definisi kepuasan konsumen

Menurut Sunyoto (2015:140) didalam jurnal (Zefri Efdison et al. 2022), kepuasan konsumen adalah salah satu faktor utama yang mendorong konsumen untuk memilih untuk berbelanja di suatu tempat. Ketika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan produk tersebut serta memberikan informasi positif kepada orang lain mengenai pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Definisi suara konsumen

Suara konsumen (voice of customer) adalah proses untuk menangkap kebutuhan atau masukan dari konsumen, baik internal maupun eksternal, guna memberikan pelayanan atau kualitas yang baik kepada mereka. Suara konsumen bisa didapatkan melalui berbagai metode seperti wawancara, diskusi langsung, survei, observasi, laporan lapangan, kelompok fokus, dan lain-lain (Yunan, 2023). Voice of Customer (VoC) membantu perusahaan memahami perbedaan antara harapan konsumen dan pengalaman nyata yang mereka rasakan terhadap produk perusahaan. (Aggarwal, 2021).

III. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yang melibatkan tekstual dan menggambarkan sifat kualitatif dari data yang diperoleh. Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai berbagai aspek pelayanan di distro grootbaar. Penelitian ini akan menggali, mendalami, menemukan fakta-fakta, dan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelayanan distro grootbaar

IV. Hasil Dan Pembahasan

Kualitas layanan dan kepuasan konsumen

Hasil wawancara dengan beberapa konsumen mengatakan merasa puas dengan kualitas dari produk grootbaar mereka mengatakan pengalaman yg saya dapat itu cukup baik untuk pemesanan di grootbar karena adminnya yang fast respond serta barang yg di berikan sesuai, selain itu ada juga yang mengatakan pengalaman yg saya dapat itu cukup baik untuk pemesanan di grootbar karena adminnya yang fast respond serta barang yg di berikan sesuai. Selain Kepuasan dari konsumen namun, ada beberapa masukan dan kritik yang bisa dipertimbangkan oleh Grootbar untuk meningkatkan layanan mereka lebih lanjut. Beberapa konsumen mengeluhkan akan lambatnya respon admin, seperti yang dikatakan salah satu konsumen yaitu Bapak Nova zaenal kualitas layanan pegawainya pada main hp jadi saya dilayani kurang baik tambah pada cuek sedikit berbicara. Hal ini disebabkan karena responsifitas pelayan/pegawai pada konsumen kurang fokus dan teliti sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang di berikan saat membeli produk grootbaar. Selain itu, beberapa konsumen menyarankan agar Grootbar memperbanyak variasi ukuran dan stok produk, mengingat terkadang beberapa item cepat habis dan tidak tersedia dalam berbagai ukuran.

Suara konsumen

Secara keseluruhan, produk Grootbar mendapatkan nilai positif dari konsumen. Kepuasan konsumen menunjukkan bahwa Grootbar berhasil memenuhi sebagian besar ekspektasi mereka. Namun, adanya keluhan menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan.

Memastikan bahwa bahan yang digunakan memiliki ketahanan warna yang lebih baik terhadap pencucian dan pemakaian sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan

jangka panjang. Grootbar dapat meningkatkan kualitas produk dengan memilih bahan yang telah melalui proses pewarnaan yang tahan lama dan tidak mudah luntur, seperti penggunaan pewarna reaktif atau teknologi canggih dalam proses pewarnaan kain. Selain itu, penting untuk melakukan uji ketahanan warna secara rutin dan menerapkan standar kualitas yang ketat sebelum produk diluncurkan ke pasar.
Membuat produk lebih banyak lagi dari jenis desain elakukan riset lebih lanjut dan mungkin pengembangan dalam proses produksi atau pemilihan bahan untuk meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan.

V. Penutup

Penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap Distro Grootbaar menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi, pengalaman berbelanja, keandalan pengiriman, dan harga merupakan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variasi dalam kualitas produk dan kurangnya inovasi menjadi masalah utama yang dapat menyebabkan ketidakpuasan dan hilangnya loyalitas konsumen. Selain itu, pengalaman berbelanja yang kurang memuaskan, termasuk situs web yang tidak user-friendly dan pelayanan yang tidak ramah, turut memberikan dampak negatif. Keterlambatan pengiriman dan harga yang tidak kompetitif juga menjadi kendala yang signifikan. Dengan mengatasi masalah-masalah ini, Distro Grootbaar dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan reputasi merek.
Saran Untuk meningkatkan kualitas produk, Distro Grootbaar harus meningkatkan pengawasan kualitas pada setiap tahap produksi dan memberikan pelatihan kepada pemasok untuk memastikan standar kualitas yang konsisten. Selain itu, mengumpulkan dan menganalisis feedback konsumen secara rutin akan membantu mengidentifikasi dan memperbaiki masalah kualitas. Dalam hal inovasi produk, investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) sangat penting, begitu juga dengan kolaborasi dengan desainer untuk menghasilkan koleksi yang unik dan sesuai dengan tren pasar, serta melakukan survei untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Daftar Pustaka

H Aggarwal, A. (2021). Recipe for a Great Customer Experience: The Three Voices–Voice of Customer (VoC), Voice of Employee (VoE) and Voice of Process (VoP). In *Crafting Customer Experience Strategy: Lessons from Asia* (pp. 65-90). Emerald Publishing Limited.

Efdison, Z., Yelnim, Y., Yadewani, D., & Harahap, E. F. (2022). Pengaruh perceived value, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Distro Agung Sungai Penuh. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(8), 3604-3609.

Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Retrieved November 29, 2020, From Google Books
Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *6*(1), 72-78.

Kurnaeli, K., Kurniawan, D. A., & Fathoni, I. (2022). Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Distro di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, *21*(2), 082-088.

Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen, Studi terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merk.* Serang, Banten: Bintang Sembilan Visitama.

Lupiyoadi, R. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe Dan Bistro. *AGORA*, Vol.7, No.2.

Prabowo, A. J., & Sitio, A. (2020). The Impact Of Brand Image, Sales Promotion, Service Quality Towards Customer Satisfaction And Its Implications On Customer Loyalty At X Department Store Kota Kasablanka Jakarta. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, *2*(2), 267-278.

Sa'adah, L., & Munir, F. A. (2020). *Kualitas Layanan,Harga,Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen.* Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Sugiyono, (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Zakariah, Askari, & Adriani, 2020. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Action Research (R and D). Kolaka : Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah.