

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang ketat pada era globalisasi menyebabkan organisasi dari berbagai industri mengakui tentang pentingnya konsep kepuasan dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, akan membuat organisasi tersebut memiliki posisi kuat dalam persaingan. Perusahaan yang memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat, antara lain adalah menjadi pemimpin pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas, mengurangi biaya bisnis, biaya kegagalan, dan biaya untuk menarik pelanggan baru. yang terlihat pada suatu perusahaan perusahaan dimana profitabilitas perusahaan tersebut meningkat secara proporsional dengan jumlah pelanggan setia (Bayraktar et al., 2012). Dalam hal ini suatu perusahaan akan efektif jika perusahaan tersebut mengukur kinerjanya berdasarkan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pangsa pasar industri elektronik PC *Notebook (laptop)* di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2011 permintaan *laptop* sebanyak 3,5 juta unit, pada tahun 2012 meningkat menjadi 3,8 juta unit, dan diprediksikan pada tahun 2013 meningkat sebesar 15% atau sebanyak 4,1 juta unit (IDC, 2012). Hal ini dapat menyebabkan persaingan perusahaan produsen *laptop* semakin lama semakin ketat. IDC (International Data Corporation) merupakan suatu lembaga riset yang meneliti tentang teknologi informasi, telekomunikasi dan teknologi konsumen.

Di Indonesia, terdapat beberapa merek *laptop* yang menguasai sebagian besar posisi teratas dalam pangsa pasar. Merek tersebut antara lain Acer, Toshiba dan Asus. Pemilihan tiga merek *laptop* tersebut berdasarkan jumlah *market share* terbanyak di Indonesia. *Market share* penjualan *laptop* di Indonesia, Acer sebanyak 32% menempati posisi pertama. Pada posisi kedua ditempati oleh Asus dengan nilai 20% dan posisi ketiga adalah Toshiba dengan nilai 16% (IDC, 2012).

Persaingan perusahaan produsen *laptop* semakin ketat dengan dibuktikan bahwa pada tahun 2012, *market share* penjualan *laptop* masih dikuasai oleh merek *laptop acer*, tetapi pada tahun 2013 (Gartner, 2013), *market share* penjualan *laptop* di kuasai oleh Asus yaitu sebanyak 35,1% yang menggeser merek *laptop Acer*. Gartner adalah salah satu lembaga riset di Amerika Serikat yang juga meneliti tentang teknologi informasi, telekomunikasi dan teknologi konsumen.

Dalam menghadapi persaingan, produsen *laptop* tersebut harus meningkatkan kinerja perusahaan berdasarkan konsep kepuasan dan loyalitas pelanggan. Peningkatan kinerja tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis terlebih dahulu nilai efisiensi relatif masing-masing perusahaan tersebut. Nilai efisiensi relatif adalah nilai perbandingan antara output dengan input. Nilai efisiensi relatif tersebut dapat dibandingkan dengan nilai efisiensi relatif perusahaan pesaing, setelah itu baru dilakukan evaluasi melalui hasil perbandingan. Hasil perbandingan tersebut menjadi acuan dalam membuat rancangan strategi untuk meningkatkan produktifitas masing-masing perusahaan.

Metode *Data Envelopment Analysis* (DEA) adalah teknik berbasis program linier untuk mengukur efisiensi unit organisasi yang dinamakan *Decision Making Unit* (DMU) (Ramanathan, 2003). Sementara menurut Purwantoro (2006), DEA merupakan suatu teknik pemrograman matematis yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi relatif dari sebuah kumpulan unit-unit pembuat keputusan (DMU) dalam mengelola sumber daya (*input*) sehingga menjadi hasil (*output*) dimana hubungan bentuk fungsi dari *input* ke *output* tidak diketahui.

Data Envelopment Analysis (DEA) telah lama dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam bidang riset operasi dan ilmu manajemen untuk memecahkan masalah dalam berbagai industri seperti dalam organisasi *not-for-profit*. Sebagai contoh adalah di bidang marketing, DEA digunakan sebagai suatu alat untuk mengukur efisiensi di sektor retail, mengevaluasi efisiensi website pemasaran, perbandingan produktivitas pemasaran dan mengukur efisiensi relatif pasar, atau *service quality* (Bayraktar et al, 2012).

Penelitian ini mengukur nilai efisiensi relatif unit-unit usaha dengan pertimbangan banyak *input* dan banyak *output* menggunakan metode *Data Envelopment Analysis*. Pengukuran nilai efisiensi relatif dilakukan pada tiga merek *laptop* diatas (Acer, Asus dan Toshiba) menggunakan data *input* beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya kepuasan dan loyalitas pelanggan (antara lain: *image* merek, harapan, kualitas, dan nilai), sedangkan komponen *output* adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan itu sendiri. Nilai efisiensi relatif masing-masing merek *laptop* yang didapatkan dari penelitian ini akan dibandingkan untuk dapat memberikan saran strategi untuk dua merek laptop dengan nilai efisiensi relatif terendah.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap merek *laptop* yang diteliti ?
2. Berapa nilai efisiensi relatif masing-masing merek *laptop* yang diteliti ?
3. Usulan apa saja yang diberikan pada masing-masing merek *laptop* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap merek *laptop* yang diteliti.
2. Mengetahui nilai efisiensi relatif dari masing-masing merek *laptop* yang akan diteliti
3. Memberikan usulan untuk perbaikan produktifitas bagi masing-masing merek *laptop*.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui hasil dari penelitian, maka dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Perusahaan-perusahaan merek *laptop* yang diteliti dapat mengetahui gambaran nilai efisiensi relatif dari segi kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Memberikan evaluasi dengan membandingkan nilai efisiensi relatif dengan perusahaan pesaing.
3. Memberi masukan bagi masing-masing perusahaan merek *laptop* yang diteliti sebagai strategi dalam menghadapi persaingan industri *laptop*.

1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah. Batasan masalah tersebut antara lain :

1. Semua responden berdomisili di kota Surabaya.
2. Merek *laptop* yang diteliti adalah Asus, Acer dan Toshiba.
3. Penelitian fokus pada objek *brand laptop* secara umum, tidak pada spesifikasi produk tertentu.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- **BAB I PENDAHULUAN**
Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.
- **BAB II LANDASAN TEORI**
Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, seperti manajemen strategi, produktivitas dan efisiensi, uji reliabilitas, uji validitas, Metode *Data Envelopment Analysis*.
- **BAB III METODE PENELITIAN**
Bab ini berisi tentang tahapan-tahapan penelitian, antara lain langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian, mulai dari identifikasi masalah, sampai pada kesimpulan dan saran.
- **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan data-data yang telah dikumpulkan dan diolah untuk dijadikan acuan dasar dalam mengambil kesimpulan dan saran.

- **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.