

Analisis kepuasan pengunjung terhadap pusat perbelanjaan plaza Blok M

Santi Isnaini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440650&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini, pusat perbelanjaan modern tumbuh berkembang dengan pesat. Perkembangan ini tidak terlepas dari perubahan perilaku konsumen, terutama yang berada di perkotaan dan berbelanja di pasar-pasar tradisional menjadi berbelanja ke plaza atau mal. Di tengah maraknya perkembangan pusat perbelanjaan sebenarnya pengelolaan pusat perbelanjaan termasuk bisnis yang sulit di bidang properti. Adanya dua jenis pelanggan yaitu para penyewa ruangan dan para pengunjung, membuat tingkat kesulitan mengelola pusat perbelanjaan bisa dikatakan lebih tinggi daripada mengelola pusat perkantoran, kondominium, atau apartemen.

Pengunjung memiliki peranan yang penting dalam bisnis pusat perbelanjaan. Pengunjung tidak saja diharapkan untuk terus datang tapi juga diharapkan untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, dalam menghadapi tingkat persaingan yang semakin kompetitif dengan pusat-pusat perbelanjaan lainnya yang ada di Jakarta, khususnya yang berada di wilayah Blok M, tingkat kepuasan para pengunjung terhadap atribut-atribut pelayanan yang telah diberikan Plaza Blok M selama ini penting untuk diketahui.

Dalam karya akhir ini, metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah customer satisfaction survey dengan mengacu pada model SERVQUAL. Di sini terdapat 22 atribut yang digunakan untuk meneliti perbedaan antara harapan akan jasa yang diberikan Plaza Blok M dengan penilaian terhadap jasa yang diterima pengunjungnya.

Hasil survei menunjukkan bahwa para pengunjung Plaza Blok M merasa tidak puas pada seluruh atribut Plaza Blok M yang diteliti. Hal ini terbukti dari nilai negatif yang diperoleh untuk masing-masing atribut pada gap analysis. Nilai terendah dimiliki secara berturut oleh atribut-atribut: jaminan keamanan, keramahan karyawan/pramuniaga, fasilitas fisik, kesopanan karyawan/pramuniaga, keandalan karyawan/pramuniaga, pemberian informasi oleh karyawan, dan respon menangani keluhan pengunjung.

Sementara itu berdasarkan analisis yang sama, secara keseluruhan, konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diperoleh dari Plaza Blok M. Hal ini ditunjukkan oleh total nilai perbedaan (gap) antara nilai harapan dan nilai persepsi sebesar 75,4060.

Selanjutnya, hasil pemetaan atribut-atribut yang diteliti dalam Importance-Performance Matrix memperlihatkan atribut-atribut yang mendesak untuk segera ditangani adalah fasilitas fisik, respon menangani keluhan pengunjung, kesediaan memberikan pelayanan, keramahan karyawan/pramuniaga, dan kesopanan karyawan/pramuniaga.

Implikasinya, peningkatan operasi fasilitas-fasilitas fisik (lift, escalator, telepon umum, parkir, toilet dan sebagainya) mendesak untuk dilakukan. Selain itu, training-training yang menekankan pada peningkatan kualitas service seperti service of excellent juga perlu dilakukan sebagai upaya memperbaiki sikap dan meningkatkan kemampuan para karyawan pramuniaga.

Salah satu kekurangan dan pengukuran tingkat kepuasan pengunjung adalah hasil penelitian hanya memperlihatkan apakah kebutuhan saat ini telah terpenuhi tetapi gagal untuk meneliti kebutuhan

pelanggan/penguniung di masa datang. Selain itu, survey ini juga tidak melihat tingkat kepuasan para karyawan/pramuniaga terhadap pusat perbelanjaan tempat mereka bekerja, padahal diyakini bahwa kepuasan mereka akan menggerakkan loyalitas pengunjung. Oleh karena itu, studi lanjutan terhadap permasalahan ini perlu untuk dilakukan.

Selanjutnya, sebaiknya pada penelitian berikut pengukuran dengan skala interval menggunakan skor genap (1 ? 6) untuk menghindari jawaban yang tidak memberi penilaian.