

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS (STUDI KASUS PADA TOKO ZEN BOGOR)

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

TENI KRISMIATI
NIM : 2411807222



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
(Studi Kasus Pada Toko Zen Bogor)**

Oleh :

Nama : TENI KRISMIATI
NIM : 2411807222
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 12 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Sandi Noorzaman, S.Si., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
(Studi Kasus Pada Toko Zen Bogor)**

Oleh :

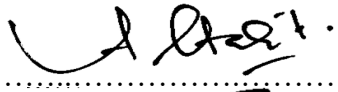
Nama : TENI KRISMIATI
NIM : 2411807222
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 12 Agustus 2022
Waktu : 10.40 - 12.00 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Altatit Dianawati, S.Si., MM (.....)
Penguji II : Novie Nostalgia Adiwinata, S.E., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen


Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah :

Nama	: TENI KRISMIATI
NIM	: 2411807222
Jurusan	: Manajemen
Nomor KTP	: 3201316208980005
Tempat, Tanggal, lahir	: Bogor, 22 Agustus 1998
Alamat	: Jl. Raya Ciapus Tamansari RT 04 RW 04 Desa. Tamansari Kec. Tamansari Kab. Bogor 16610

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kualitas (Studi Kasus pada Toko Zen Bogor) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk di copot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 12 Agustus 2022

TENI KRISMIATI

ABSTRAK

TENI KRISMIATI. NIM 2411807222. STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS (STUDI KASUS PADA TOKO ZEN BOGOR). JURUSAN MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI.2022

Pada akhirnya, dari seluruh tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah tuntunan profesionalisme dari staff pelayanan konsumen. Seiring dengan perkembangan bisnis tentu ada banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan. Dan persaingan tidak bisa dipungkiri, maka dari itu Toko Zen berusaha menciptakan strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam situasi maraknya dengan usaha yang sejenis dan mampu mengatasi ancaman dari pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Toko Zen. Lalu menganalisis alternatif strategi apa yang merekomendasikan prioritas strategi yang akan diterapkan dengan kondisi Toko Zen. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan-tahapan formulasi strategi yaitu matriks IFE dan matriks EFE, matriks SWOT, dan QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal di Toko Zen terdapat 6 kekuatan dan 6 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 3 peluang dan 3 ancaman. 3 peluang diantaranya perkembangan teknologi dan informasi, sumber bahan baku yang mudah di dapat, banyaknya usaha tailor, dan 3 ancaman diantaranya harga bahan baku yang sewaktu-waktu naik, usaha mudah ditiru, adanya pesaing yang lebih besar. Berdasarkan matriks IFE dan EFE menghasilkan skor sebesar 2,89 dan 3,87 yang artinya menunjukkan bahwa kondisi internal toko zen diatas rata-rata atau dapat dikatakan cenderung kuat dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan dan kondisi eksternal toko zen memiliki potensi eksternal yang kuat hal ini toko zen berada diatas rata-rata dalam memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman yang terjadi. Berdasarkan hasil analisis matriks QSP dari 4 alternatif strategi yaitu mengembangkan produk berkualitas yang sudah dimiliki dan mengembangkan pelayanan pembuatan busana pakaian dengan memanfaatkan sumber bahan baku yang mudah di dapat, memperluas pelayanan obras, neci dan pembuatan busana pakaian untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam mengatasi persaingan, menggiatkan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi, melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan untuk memperkuat modal. Terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk diimplementasikan oleh perusahaan yaitu Mengembangkan produk berkualitas yang sudah dimiliki dan mengembangkan pelayanan pembuatan busana pakaian dengan memanfaatkan sumber bahan baku yang mudah di dapat dengan nilai (TAS=6,26).

Kata kunci : Toko Zen Bogor, faktor internal, faktor eksternal, Matriks SWOT, QSPM

ABSTRACT

TENI KRISMIATI. NIM 2411807222. SERVICE STRATEGY IN IMPROVING QUALITY (CASE STUDY IN BOGOR ZEN STORE). DEPARTMENT OF ECONOMIC SCIENCE HIGH SCHOOL MANAGEMENT GICI.2022

In the end, all levels of service provided to consumers are professional guidance from customer service staff. Along with business development, of course there are many companies engaged in service. And competition cannot be denied, therefore Zen Store tries to create the right strategy so that ca survive in a booming situation with a similar business and able to overcome threats from competitors.

The purpose of this research is to identify and identify internal factors that become strengths and weaknesses as well as external factors that become opportunities and threats for Zen Stores. Then analyze what alternative strategies recommend a shortcut strategy that will be applied with Zen Store conditions. This study uses descriptive analysis methods and stages of strategy formulation, namely the IFE matrix and EFE matrix, SWOT matrix, and QSPM.

The results showed that the internal factors in Zen Stores had 6 strengths and 6 weaknesses and external factors had 3 opportunities and 3 threats, 3 opportunities including the development of technology and information, easy sources of raw materials for many tailor businesses, and 3 threats including the price of raw materials, which increases from time to time, business is easy to imitate, there are bigger competitors. Based on the IFE and EFE matrices, it produces a score of 2.89 and 3.87, which means that the store's internal conditions, zen is above average or it can be said that it tends to be strong in utilizing opportunities to overcome weaknesses and external conditions Zen stores have strong external potential. Zen store are above average in taking advantage of existing opportunities and overcoming tough threats. Based on the results of the QSP matrix analysis and 4 alternative strategies, namely developing quality products that are already owned and developing services for making clothing by utilizing easy sources of raw materials, it can expand overtime services. Deci and the manufacture of clothing to improve service quality in overcoming competition, intensify promotions by utilizing developments in technology and information in collaboration with financial institutions to strengthen capital. There is an alternative strategy that is prioritized for implementation by the company, namely developing quality products that are already owned and developing expert clothing manufacturing services by utilizing sources of raw materials that are easily obtained with value (TAS 6.26).

Keywords: Zen Store Bogor, internal factors, external factors, SWOT matrix, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kualitas (Studi Kasus pada Toko Zen Bogor) ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Toko Zen Bogor. Kemudian memformulasikan alternatif strategi untuk Toko Zen Bogor.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc. MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati., S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapat Akreditasi B.
4. Bapak Sandi Noorzaman., S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi

seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini. Ayahanda Sunarwah dan Ujang Ikay serta Ibu Tati Suryati yang telah senantiasa berdo'a bagi kesuksesan anaknya.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ibu Rahmah Alaydrus selaku Pimpinan Toko Zen Bogor yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Karyawan Toko Zen Bogor yang telah bersedia menjadi responden untuk dijadikan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 12 Agustus 2022

Penulis,

TENI KRISMIATI

NIM : 2411807222

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	2
2.1. Landasan Teori	2
2.1.1. Pengertian Strategi	2
2.1.2. Manajemen Strategi	2
2.1.3. Proses Tahapan Manajemen Strategi	8
2.1.4. Jenis-jenis strategi	9
2.1.5. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.6. Matriks EFE	17
2.1.7. Matriks IFE	17
2.1.8. Analisis SWOT	18
2.1.9. QSPM (Quantitive Strategic Planning Matrix)	19
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Konseptual	23
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24

3.3	Jenis dan Sumber Data	25
3.4	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5	Metode Analisis Data	26
3.5.1	Matriks IFE	26
3.5.2	Matriks EFE	27
3.5.3	Matriks SWOT	28
3.5.4	Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Toko Zen Bogor	32
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.2	Lingkungan Internal	34
4.2.1	Sistem Informasi Manajemen	34
4.2.2	Pemasaran	35
4.2.3	Keuangan	38
4.2.4	Produksi dan Operasi	38
4.2.5	Sumber daya manusia	39
4.3	Lingkungan Eksternal	39
4.3.1	Faktor ekonomi	39
4.3.2	Faktor Sosial, Budaya dan Demografi	41
4.3.4	Faktor Teknologi	44
4.4	Lingkungan Industri	44
4.5	Kualitas Pelayanan	45
4.6	Pengukuran kualitas pelayanan	46
4.7	Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Toko Zen Bogor	47
4.7.1	Kekuatan (<i>strength</i>)	47
4.7.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	49
4.7.3	Peluang (<i>Opportunities</i>)	50
4.7.4	Ancaman (<i>Threats</i>)	51
4.8	Formulasi Alternatif Strategi	52
4.9	Tahap pencocokan	55
4.10	Analisis Tahap Keputusan QSPM	58
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran	61
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	17
Tabel 2.2.	Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	18
Tabel 2.3	Matriks QSPM.....	21
Tabel 2.4.	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	25
Tabel 4.1.	Harga Toko Zen Bogor	36
Tabel 4.2.	Data Inflasi di Indonesia Tahun 2017-2021	40
Tabel 4.3.	Jumlah Penduduk Kota Bogor Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.4	Jumlah Penduduk Kota Bogor	42
Tabel 4.5	Matriks IFE Toko Zen Bogor	53
Tabel 4.6	Matriks EFE Toko Zen Bogor	55
Tabel 4.8	QSPM Toko Zen Bogor	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Matriks SWOT	19
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual Penelitian	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Zen Bogor	33
Gambar 4.2	Tempat Pelayanan Obras dan Neci	48
Gambar 4.3	Tempat Peletakan Barang	50
Gambar 4.7	Matriks SWOT Toko Zen Bogor	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat Pengantar Kuesioner	66
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner Penilaian Bobot	74
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Penilaian Rating	82
Lampiran 4	Hasil QSPM	84
Lampiran 5	Hasil Wawancara	90
Lampiran 6	Surat Izin Tempat Usaha	93
Lampiran 7	Kartu Bimbingan Skripsi	94
Lampiran 8	Riwayat Hidup	95