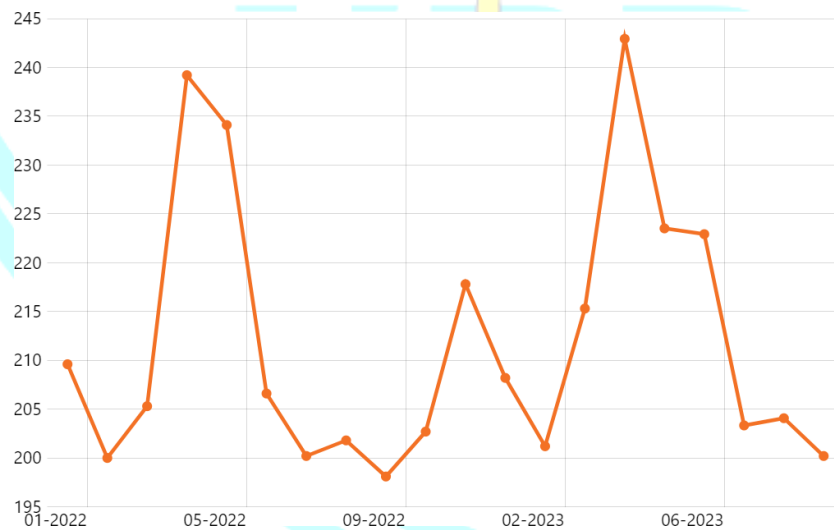


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan merumuskan strategi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memastikan keberlangsungan bisnisnya dalam jangka waktu yang berbeda-beda. Perusahaan dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan ketat dan kompleks harus terus memahami dinamika pasar dan keinginan konsumen serta menyesuaikan diri dengan perubahan di lingkungan bisnis agar mampu bersaing secara efektif dengan perusahaan lain. (Aprizal, 2017). Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1, industri ritel adalah salah satu sektor bisnis yang saat ini menghadapi persaingan ketat. Selain bersaing, industri ritel juga mengalami penurunan penjualan.



Gambar 1.1 Peningkatan Penjualan Ritel di Indonesia

Sumber : (Indomaret, 2023)

Penjualan ritel telah mengalami fluktuasi bulanan sejak tahun 2022, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1. Pada Januari 2022, September 2022, dan Februari 2023, industri ritel mengalami pertumbuhan penjualan yang negatif. (Databoks, 2023). Fenomena ini mengindikasikan bahwa industri ritel masih berada di bawah tekanan. Penurunan penjualan disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk penurunan tingkat konsumsi masyarakat dan peningkatan suku bunga kredit, yang berdampak pada berkurangnya penggunaan kartu kredit dalam aktivitas belanja.

(Kurniawan, 2019). Dengan adanya penurunan penjualan dan perubahan pola konsumsi masyarakat, perusahaan harus merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi saat ini serta meningkatkan efisiensi operasional.

Namun, bisnis ritel yang lebih kecil, seperti minimarket, menunjukkan peningkatan penjualan meskipun beberapa mengalami penurunan. Salah satu contohnya adalah Indomaret. (Tamara, 2019). Disebabkan oleh perubahan perilaku pelanggan, yang lebih cenderung membeli barang sesuai kebutuhan, minimarket memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dibandingkan dengan jenis ritel lainnya, seperti supermarket atau hypermarket. Faktor jarak juga penting; lokasi Indomaret yang dekat dengan rumah dan tempat kerja pelanggan membuat belanja lebih mudah. Gumiwang (2019) Tabel 1.1 menunjukkan pendapatan bisnis Indomaret.

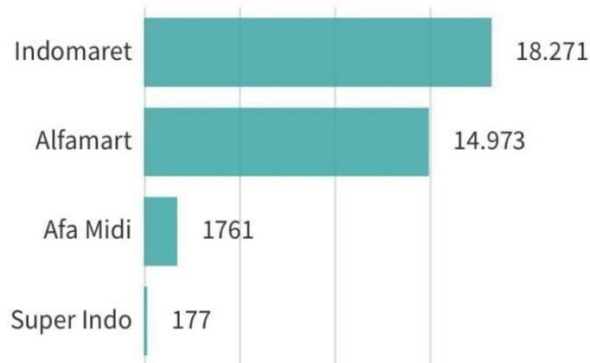
Tabel 1.1 Pendapatan Usaha Indomaret

Mini Market	2022	2023
Indomaret	Rp. 63.125.4 Miliar	Rp. 70.376.5 Miliar

Sumber : (Tamara,2023)

Berdasarkan Tabel 1.1, pendapatan usaha Indomaret meningkat dari Rp 63.125,4 miliar pada tahun 2022 menjadi Rp 70.376,5 miliar pada tahun 2023. Ini menunjukkan bahwa Indomaret berhasil meningkatkan pendapatannya, sementara beberapa perusahaan lain mengalami penurunan.

Indomaret, sebagai perusahaan ritel minimarket, menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dengan konsep lokasi gerai yang dekat dengan tempat tinggal konsumen, memudahkan akses belanja. Strategi utama Indomaret untuk bersaing adalah memastikan lokasi gerainya mudah dijangkau. Jumlah gerai toko ritel di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Jumlah Gerai Supermarket di Indonesia

Sumber: (*United States Departement Of Agriculture, 2023*)

Berdasarkan Gambar 1.2, Indomaret memiliki 18.271 gerai, Alfamart memiliki 14.973 gerai, dan Alfa Midi memiliki 177 gerai. Ini menunjukkan bahwa Indomaret terus menambah jumlah gerai dan memimpin sebagai toko ritel dengan jumlah gerai terbanyak. Sebagai salah satu supermarket terbesar, Indomaret terus berusaha untuk unggul dalam persaingan. Untuk menarik pelanggan, perusahaan harus fokus pada memberikan nilai tinggi kepada pelanggan, karena semakin baik nilai yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan akan kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, fokus pada kepuasan pelanggan dan nilai sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Sударso, 2016).

Indomaret terus berusaha membangun reputasi baik di mata konsumen dengan mengembangkan produk baru dan melakukan integrasi antar divisi untuk memperkuat reputasinya sebagai merek. Perusahaan berusaha meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan terhadap mereknya dengan membuat persepsi bahwa Indomaret adalah tempat utama konsumen berbelanja.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sejauh mana pelanggan atau pengguna merasa puas dengan barang atau jasa yang mereka terima. Pemasar tahu bahwa mendapatkan pelanggan lama lebih menguntungkan daripada mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, pemasar harus memastikan bahwa pelanggan yang sudah ada puas dengan produk mereka dan bagaimana mereka dapat menggunakannya (Firmansyah, 2017).

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang terjadi. Konsumen yang puas cenderung melakukan

pembelian ulang. Jika pelanggan Indomaret merasa puas dengan pelayanan, produk, harga, dan elemen lainnya, mereka akan lebih cenderung kembali berbelanja di sana. Dengan menawarkan pelayanan yang baik, harga bersaing, dan kualitas produk yang terjamin, Indomaret berupaya untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian ulang (Neupane, 2015).

Layanan memainkan peran penting tidak hanya dalam kehidupan manusia tetapi juga dalam komunitas secara keseluruhan. Namun, layanan sering dianggap buruk, seperti lambat, mahal, atau membosankan, sehingga masyarakat terus membutuhkan layanan berkualitas tinggi. Salah satu strategi yang digunakan oleh bisnis untuk bersaing dengan sukses adalah kualitas layanan yang baik, yang didefinisikan sebagai tingkat keunggulan layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Pratama & Sulisworo, 2018).

Secara umum, kualitas layanan mencerminkan upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan klien dengan baik. Karena kepuasan konsumen sangat terkait dengan kualitas layanan, memahami kualitas pelayanan berarti memahami tingkat kepuasan konsumen. Standar kualitas layanan mencakup berbagai aspek, termasuk kemampuan individu, metode pekerjaan, cara pelaksanaan, serta hasil akhir dari pekerjaan atau layanan yang diberikan (Naibaho, 2020).

Tabel 1.2 Data Kunjungan

Bulan	Kunjungan Konsumen
Januari	732
Februari	666
Maret	630
April	622
Mei	582
Juni	553
Juli	514
Agustus	421
September	367
Oktober	334
November	298
Desember	281
Jumlah	6000
Rata-rata/bulan	500

Sumber : (Data Sekunder Indomaret Rest Area KM 62. 2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung ke Indomaret Rest Area KM 62 turun setiap bulan pada tahun 2023. Konsumen kurang puas karena penurunan ini. Perusahaan memerlukan pengelolaan usaha yang baik dan upaya maksimal untuk melayani pelanggan agar dapat berkembang. Ini adalah daftar keluhan konsumen yang diterima Indomaret KM 62:

Tabel 1.3 Daftar Keluhan Pada Indomaret Rest Area KM 62

No	Dimensi Aspek Pelayanan	Keluhan Konsumen	Jumlah Keluhan
1	Tangibles	1. Daftar harga tidak teratur. 2. Fasilitas kasir yang kurang memadai mengakibatkan waktu tunggu yang lama bagi konsumen saat melakukan transaksi.	18
2	Reliability	1. Kekurangan jumlah karyawan yang tersedia di area grocery menyebabkan konsumen harus mencari staf terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. 2. Banyak konsumen yang tidak mendapatkan informasi mengenai fasilitas yang tersedia, seperti penggunaan Isaku.	15
3	Responsiveness	1. Karyawan tidak cukup memperhatikan konsumen yang memasuki toko. 2. Karyawan kurang responsif dalam membantu konsumen mencari barang atau produk yang dibutuhkan.	19
4	Assurance	1. Karyawan tidak cukup berkomunikasi dengan konsumen 2. Karyawan memberikan pelayanan yang kurang memadai	17
5	Emphaty	1. Karyawan tidak membantu membuka pintu ketika konsumen kesulitan membukanya sambil membawa barang belanjaan. 2. Konsumen tidak disambut atau diucapkan selamat datang saat memasuki atau meninggalkan toko.	16
Total			58

Sumber : (Data Primer, 2023)

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Indomaret Rest Area KM 62 belum optimal, dengan masih banyak keluhan dari konsumen. Perusahaan sebaiknya mencari cara untuk mempertahankan konsumen dalam jangka panjang berdasarkan kepercayaan dan loyalitas. Penurunan frekuensi kunjungan konsumen berdampak pada penurunan laba yang diperoleh oleh Indomaret Rest Area KM 62. Berikut adalah rekap penjualan Indomaret Rest Area KM 62:

Tabel 1.4 Rekap Penjualan Indomaret Rest Area KM 62

Bulan	Sales
Januari	610,385,513
Februari	601,498,433
Maret	521,643,900
April	515,898,545
Mei	424,644,933
Juni	411,807,765
Juli	409,876,564
Agustus	332,800,565
September	324,898,344
Oktober	277,646,231
November	223,732,091
Desember	212,762,563
Jumlah	4.867.595.447
Rata-rata	405.632.953,9

Sumber : (Data Sekunder Indomaret Rest Area KM 62, 2023)

Tabel diatas menunjukan penjualan Indomaret Rest Area KM 62 pada tahun 2023 mengalami penurunan. Bisa dilihat bahwa pada bulan januari sales mencapai 610,385,513 namun terjadi penurunan pada bulan desember. Jumlah penjualan mengalami penurunan menjadi 212,762,563. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang signifikan yang menyebabkan jumlah penjualan di Indomaret Rest Area KM 62 menurun setiap bulannya, padahal seharusnya penjualan idealnya mengalami peningkatan secara konsisten setiap bulan.

Penerapan kualitas pelayanan yang baik di Indomaret Rest Area KM 62 akan meningkatkan kepuasan konsumen, yang kemudian akan membandingkan pelayanan yang diterima. Kepuasan yang tinggi mendorong konsumen untuk kembali berbelanja. Oleh karena itu, Indomaret Rest Area KM 62 perlu secara serius mempertimbangkan pentingnya pelayanan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merujuk pada standar yang diinginkan oleh konsumen. Penilaian kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen didasarkan pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Salah satu indikator kepuasan pelayanan adalah kunjungan ulang oleh konsumen..

Berdasarkan observasi yang dilakukan selama tahun 2023 melalui wawancara dan survei, ditemukan bahwa jumlah pengunjung Indomaret Rest Area KM 62 mengalami penurunan setiap bulannya. Pelayanan yang diberikan belum optimal, banyak keluhan konsumen, dan penjualan terus menurun. Penurunan produktivitas ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk fasilitas, ketersediaan produk, kecepatan pelayanan, dan kebersihan..

Mengukur kepuasan pelanggan sangat penting untuk mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dan memastikan kelangsungan bisnis. Teknik seperti Servqual dan IPA dapat digunakan untuk melakukan penilaian ini.

Dalam penelitian ini, digunakan metode Servqual dan IPA. Metode Servqual unggul karena dapat mengidentifikasi harapan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan serta menentukan aspek yang perlu diperbaiki. Metode Servqual telah ditetapkan sebagai standar penilaian untuk berbagai dimensi kualitas layanan, dan telah terbukti efektif dalam berbagai situasi layanan. Selain itu, kuesioner Servqual dapat dipercaya karena responden yang berbeda melihat pernyataan secara konsisten. Widia (2016)

Metode IPA memungkinkan identifikasi aspek-aspek yang sangat penting tetapi masih memiliki kinerja rendah saat ini. Hal ini akan membantu Indomaret Rest Area KM 62 untuk menetapkan prioritas dalam meningkatkan pelayanan dan mengatasi keluhan konsumen. *Importance Performance Analysis* (IPA) akan memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa efektif upaya perbaikan yang dilakukan terhadap aspek-aspek tertentu dalam meningkatkan penjualan. Dengan

demikian, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diharapkan dapat menjadi panduan yang efektif bagi Indomaret Rest Area KM 62 dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Berdasarkan Heru (2014), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara pelayanan yang diterima oleh pelanggan dibandingkan dengan harapan mereka tentang apa yang mereka terima. Untuk menilai kualitas layanan, metode Servqual umumnya digunakan. Selain itu, analisis kinerja penting (IPA) menggunakan analisis data untuk memberikan saran praktis. Menurut Heru (2014), Grafik IPA membagi hasil pengukuran menjadi empat kuadran yang membuatnya cukup mudah untuk diinterpretasikan. Akibatnya, penelitian ini memanfaatkan metode Servqual dan IPA.

Adanya keluhan dari konsumen yang merasa tidak puas terhadap kinerja pelayanan karyawan di Indomaret, sebagaimana diobservasi oleh penulis, mendorong penulis untuk mengangkat masalah dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Karyawan di Indomaret Rest Area KM 62 dengan Metode *Service Quality* (*Servqual*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan dan faktor yang paling berpengaruh pada Indomaret Rest Area KM 62 ?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen pada Indomaret Rest Area KM 62 ?
3. Apa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Indomaret Rest Area KM 62?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menilai kualitas pelayanan di Indomaret Rest Area KM 62.
2. Mengukur tingkat kepuasan konsumen di Indomaret Rest Area KM 62.

3. Mengidentifikasi faktor-faktor utama dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Indomaret Rest Area KM 62.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, manfaat yang akan didapatkan bagi peneliti ialah akan menambah wawasan maupun ilmu pengetahuan tentang bagaimana membangun kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan karyawan di Indomaret.
2. Bagi Perusahaan, sebagai bahan saran bagi perusahaan untuk menambah maupun memperhatikan hal-hal dalam segi kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan karyawan yang lebih baik lagi di dalam perusahaan.
3. Bagi Universitas, agar mampu mengevaluasi kurikulum pembelajaran yang digunakan agar sesuai dengan kebutuhan yang akan di hadapi mahasiswa/i di kehidupan maupun di dunia kerja, serta mampu menambah bahan referensi dalam pengembangan kurikulum terhadap manajemen resiko.

1.5 Batasan Masalah

Dari banyaknya masalah dalam perusahaan, peneliti membatasi masalah dalam penelitian agar peneliti lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan tersebut adalah:

1. Data yang digunakan adalah data berdasarkan laporan tahunan yang terjadi di tahun 2023.
2. Penelitian hanya pada penelitian kepuasan konsumen terhadap kinerja karyawan di Indomaret Rest Area KM 62.