

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya bisnis jasa di Indonesia yang semakin pesat dan bertambahnya jumlah bisnis bidang jasa dari tahun ke tahun, serta semakin meningkatnya perekonomian yang memberi imbas positif pada masyarakat, seperti meningkatnya minat berbelanja. Daya saing di bisnis jasa ini sangat ketat sehingga menuntut pemilik usaha untuk bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang semakin pesat, maka suatu bisnis harus memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan agar pelanggan merasa puas (Wibowo & Ardhi, 2018).

Banyaknya layanan di lokasi yang berbeda mendorong pemilik layanan untuk meningkatkan kualitas layanan mereka untuk memenuhi dan mempertahankan konsumen atau pelanggan. Membandingkan layanan lama dengan yang baru, penyedia layanan harus meningkatkan setiap indikator layanan yang mereka tawarkan. Jasa adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan individu kepada individu lain. Layanan memiliki dampak yang sangat cepat pada bisnis jasa dunia saat ini. Dilihat dari sisi kantor, perspektif pelayanan atau *service* mempengaruhi perspektif persaingan, strategi perusahaan untuk bersaing dengan para pesaingnya (Indrajaya, 2018).

Bidang jasa diantaranya yakni, bisnis Ritel adalah bisnis mendistribusikan berbagai produk kepada konsumen untuk konsumsi mereka sendiri. Bisnis retail merupakan bisnis yang sangat menjanjikan karena kebutuhan konsumen yang

semakin berkembang, oleh karena itu banyak pengusaha yang mulai saling bersaing untuk meningkatkan strategi penjualannya. Banyak convenience store yang dipandang dominan dan siap berekspansi di seluruh nusantara, bahkan banyak retail yang terus berekspansi ke wilayah-wilayah potensial di seluruh nusantara (Fadillah et al., 2020).

Salah satu usaha di bisnis retail ini yaitu indomaret, Indomaret merupakan jaringan mini market waralaba di Indonesia yang dipegang oleh PT. Indomarco Prismatama sebagai salah satu usaha ritel yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Produk yang disediakan juga beragam dan masih fresh. Mulai dari makanan, minuman, buah dan sayur. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya upaya yang dilakukan diantaranya lokasi yang strategis, tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen dengan memberikan potongan harga dan berbagai promosi lainnya, kemudahan pembayaran tidak tunai (*non-cash*), dan sebagainya (Soliha, 2017). Mutu pelayanan yang ditawarkan Indomaret membuat konsumen mempersepsikan kualitas yang ditawarkan. Seringkali terjadi perbedaan harapan konsumen dan persepsi konsumen terhadap kualitas yang ditawarkan oleh Indomaret. Fenomena yang terjadi pada Indomaret. Seperti pelayanan yang tidak memadai, pelanggan yang ingin segera dilayani, barang yang dijual tidak lengkap dan harga yang tidak sesuai dengan harga di rak sampel di komputer kasir.

Masalah layanan sebenarnya tidak sulit atau rumit, tetapi jika dibiarkan, masalah dapat menjadi rentan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan harus didukung dengan kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan

etika atau adat istiadat. Tujuan dari penyediaan layanan adalah untuk memuaskan konsumen/pelanggan, sehingga memberikan nilai tambah bagi bisnis. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dilakukan pengukuran kualitas layanan untuk mengetahui atribut dengan gap terbesar menggunakan metode Servqual dan menawarkan solusi perbaikan untuk atribut dengan gap terbesar menggunakan metode IPA.

*Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan metode yang dapat dengan mudah digunakan dalam pengembangan program untuk melakukan analisis kuadran yang menunjukkan keterkaitan antara minat dan tingkat pekerjaan. Dalam hal *Service quality* (kualitas pelayanan), sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Metode *Service quality* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa. Pengukuran dalam model *Service quality* berdasarkan lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Pengujian dilakukan sebanyak dua kali pada setiap dimensi, yaitu untuk menentukan harapan konsumen mengenai perusahaan secara keseluruhan dan mengukur kinerja pelayanan yang ada di perusahaan (Wahyuniardi et al., 2018).

Dari penelitian oleh Aufa Amalia pada tahun 2019 tentang indeks kepuasan karyawan di kantor, dikarenakan fungsi dalam menguji menjamin pemenuhan kriteria, kemudian penelitian dari (Laily Alfina, 2017) Ketujuh atribut pelayanan yang menggunakan teknik IPA tersebut merupakan hal yang fokus di Rumah Sakit, apabila performansi pelayanan yang kurang pada pasien memadai maka dilakukan investigasi (Ananda Rizki, 2017) Bagi konsumen kopi Mandheling dan analisis

IPA, identifikasi bisa jadi penting.

Kemudian penelitian tentang peningkatan pelayanan supermarket dengan metode IPA dan SERVQUAL Pada penelitian Lima dimensi kualitas dengan metode Servqual: Spesifisitas, Reliabilitas, Responsif, Keamanan dan Empati menghasilkan perbedaan sebesar 0,88 yang menunjukkan kepuasan konsumen. Meningkat Setelah dilakukan integrasi dengan metode IPA (Importance Performance Analysis), ditemukan empat atribut dominan pada kuadran I: A5, A4, A7 dan C12. Ini berarti keempat karakteristik ini sangat penting tetapi kurang memuaskan. Analisis tulang ikan mengungkapkan bahwa beberapa faktor berkontribusi terhadap masalah tersebut, termasuk masalah kepegawaian dan ketidakefektifan SOP mereka sebagaimana ditetapkan oleh manajemen supermarket Pamela Satu Supermarket (Soim, 2018).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni lokasi yang berada di Indomaret Esqarada dan variabel yang diteliti adalah tingkat kepuasan konsumen di Indomaret Esqarada. Berdasarkan pemaparan dan penelitian selama ini, penulis terdorong untuk mengangkat judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Pada Indomaret Esqarada Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (IPA)**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Terdapat beberapa keluhan pelanggan terhadap pelayanan pada indomaret Esqarada hal ini menyangkut bagaimana mutu layanan yang didapatkan *costumer*.

### 1.3 Batasan Masalah

Supaya permasalahan tidak melebar serta penelitian lebih terarah maka peneliti membatasi permasalahan, yakni:

1. Kantor Indomaret Esqarada adalah lokasi penelitian
2. Metode yang digunakan *Service Quality (SERVQUAL)*. Dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.
3. Tempat penelitian yaitu Kantor Indomaret Esqarada dan waktu pengamatan Maret 2022 – Agustus 2022.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka rumusan masalah yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pada dimensi manakah yang di anggap kurang memuaskan pelanggan.
2. Apa saja atribut kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimanakah cara mengukur kepuasan pelanggan dengan metode Servqual dan IPA.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, ialah:

1. Untuk mengetahui Atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Esqarada.
2. Untuk mengetahui dimensi manakah yang dianggap pelanggan kurang memuaskan

3. Untuk mengukur bagaimana pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Index Performance Analysis* (IPA).

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Kajian dari penelitian ini dapat digunakan dalam mempelajari analisis kepuasan pada minimarket manapun dengan menggunakan IPA serta.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Penulis, Implementasi keilmuan yang didapatkan selama perkuliahan dalam mengetahui permasalahan dan cara penyelesaiannya.
2. Untuk Indomaret Esqarada, hasil survei bisa untuk meningkatkan layanan Indomaret Esqarada.
3. Bagi Perguruan Tinggi, kajian yang dilaksanakan di Indomaret Esqarada bisa di gunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian lanjutan.