

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera yang maju ini semakin pesatnya perkembangan teknologi, informasi dan ilmu pengetahuan, berpengaruh terhadap pola hidup masyarakat di Indonesia. Pengaruh ini jelas nampak dengan semakin banyaknya berbagai fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dampak dari pesatnya pertumbuhan akan kebutuhan masyarakat adalah semakin berkembangnya swalayan, supermarket, minimarket dan pusat perbelanjaan modern lainnya yang menawarkan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup secara mudah dan efisien. Hal ini menjadikan kompetisi di bidang bisnis retail semakin ketat, dimana yang dapat memenuhi harapan konsumen maka akan memenangkan persaingan (Simamora, 2002).

Dalam hal ini pemasaran (*marketing*) sangat dibutuhkan. Karena pemasaran adalah hal yang terpenting dari manajemen perusahaan dan pemasaran juga merupakan bagian dari manajemen, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan begitu dapat memperoleh keuntungan maksimal serta dapat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaani, maka perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam pelaksanaannya khusus pada jenis usaha *retail* waralaba dalam kegiatan pemasaran dilakukan dengan pemilihan strategi yang tepat dalam hal upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Mengingat berkembangnya *retail* waralaba ditentukan oleh kepuasan pelanggan yang selaku pelaku utama dalam mengembangkan jenis usaha *retail* waralaba.

Melalui peningkatan kepuasan pelanggan diharapkan mampu secara maksimal mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan konsumen yang muncul sebagai akibat dari pelayanan

servis yang diperolehnya setelah konsumen membandingkan dengan apa yang di expetasikan. Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Terdapat empat faktor yaitu perencanaan, koordinasi, pengawasan dan kepemimpinan. Untuk dapat mengetahui optimal atau tidaknya kepuasan pelanggan dapat dilihat dari indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu proses penyelesaian permasalahan kemudahan informasi kesopanan pegawai dan reputasi perusahaan (*retail* waralaba). Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang pertama dibutuhkan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Philip Kotler adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain atau penyediaan jasa servis kepada pelanggan, kinerja tersebut berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun.

Ada lima faktor kualitas pelayanan menurut Buchari alma (2011:284) yaitu tangible (berwujud) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik. Empati yaitu kesediaan pegawai untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Resposinveness (cepat tanggap) yaitu kemauan dari pegawai untuk membantu pelanggan dalam memberikan servis dengan cepat serta mengatasi keluhan dari pelanggan. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan servis sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat serta konsisten. Dan assurance (kepastian) yaitu berupa kemampuan pegawai untuk menyakinkan dan mendapat kepercayaan yang baik dari pelanggan.

Untuk dapat mengetahui optimal atau tidaknya kualitas pelayanan dapat dilihat dari indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu terdiri dari perlengkapan dan peralatan, kebersihan, kemampuan untuk dapat dipercaya, konsisten kerja, ketanggapan, kecepatan pelayanan, pengetahuan pegawai dan perhatian kepada pelanggan.

Kemudian untuk tercapainya kepuasan pelanggan dibutuhkan fasilitas. Menurut Kotler (2005) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan masyarakat. Menurut Nirwana (2014) dalam fasilitas terdapat lima faktor yaitu desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung dan peralatan penunjang dengan indikator-indikator fasilitas menurut Tjiptono (2014) yang terdiri dari perencanaan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna, unsur pendukung dan pengambilan keputusan.

Dalam hal ini Minimarket yang saya teliti adalah Alfamart dan Indomart, Alfamart dan Indomart merupakan salah satu jenis usaha *retail* waralaba terbanyak di Indonesia, jenis usaha tersebut terdapat di beberapa wilayah Indonesia baik di kota-kota besar maupun daerah perkampungan dan aksesnya pun mudah dijangkau oleh para pengunjung. Persaingan sengit antara kedua minimarket ini pun sangat terasa karena lokasinya yang berdekatan satu sama lain. Djoko Susanto merupakan CEO dari Alfa *Supermarket* atau dikenal sebagai Alfamart yang memiliki 16 ribu toko *franchise* tersebar di seluruh Indonesia, sedangkan PT Indomart Prismatama (Indomart Group) atau Indomart merupakan *pioneer* bisnis gerai waralaba dan merupakan yang terbesar di Indonesia, dengan total gerai lebih dari 16.336 dan pertumbuhan sampai dengan 7 gerai per harinya (industri.kontan.co.id). Dari segi kualitas pelayanan dan Fasilitas tentunya beda dalam hal mencapai tujuan kepuasan pelanggan. Alfamart dan Indomart juga memiliki masing-masing keunggulan dan juga kelemahan. Untuk hal ini peneliti akan membandingkan tentang kepuasan pelanggan pada kedua usaha *retail* waralaba Alfamart dan Indomart.

Tabel 1. Jumlah Indomart and alfamart Kelurahan Padurenan 2021

No	Indomart	Alfamart
1	6	7

Sumber data dari Kelurahan Padurenan

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jenis perusahaan *retail* waralaba. Dengan demikian penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Minimarket di Kelurahan Padurenan Kota Bekasi”**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket?
3. Apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan perumusan masalah diatas, maka penulis akan memaparkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulisan dibidang manajemen pemasaran dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket.

2. Bagi Pembaca

Menambah ilmu pengetahuan dan sumber bacaan bagi pembaca yang tertarik untuk menganalisis variabel pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Minimarket.

3. Bagi Kelurahan Padurenan

Disusunya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk melakukan evaluasi pada Minimarket dalam memberikan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Untuk mencegah terlalu luasnya pembahasan dan keterbatasan waktu, referensi, dan kemampuan penulis dalam penelitian ini maka penulis hanya membahas tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari pada penelitian ini, adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini pendahuluan penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori

Bab ini penulisan menguraikan teori tentang sumber daya manusia yang terdiri dari teori kepuasan masyarakat, teori kualitas pelayanan, teori fasilitas, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan terakhir pemaparan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini penulis menguraikan tentang objek, lokasi penelitian dan waktu penelitian, variabel dan pengukurannya, instrument penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisa data.

Bab IV Analisa Dan Pembahasan

Bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, analisa hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini penulis menguraikan sebagai akhir atau penutup dari penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari penulis dari hasil penelitian.

