

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor industri ritel yang sangat pesat berdampak pada banyaknya usaha baru yang dirintis oleh para pelaku usaha, baik berskala kecil, menengah, maupun berskala besar. Pelayanan menjadi elemen yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan, seiring dengan berkembangnya kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Saat ini, pelayanan tidak hanya berperan sebagai aktivitas pendukung, tetapi juga menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Rahmah dkk., 2024). Salah satu strategi perusahaan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar mampu bertahan dan tetap menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterimanya. Namun, sering kali terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan (Rakhmalina dan Marsih, 2022).

Di Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir industri ritel modern telah berkembang pesat terutama minimarket atau *convenience store*. Minimarket atau *convenience store* merupakan jenis toko ritel yang menjual berbagai produk kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, minuman, produk kebersihan, dan barang lainnya, serta berlokasi di area yang strategis (Rahmah dkk., 2024). Salah satu *convenience store* internasional yang berkembang di Indonesia adalah FamilyMart. FamilyMart merupakan salah satu minimarket atau *convenience store* yang berasal dari Jepang dan telah hadir di berbagai negara, termasuk Indonesia. Selain

menyediakan berbagai macam produk seperti makanan, minuman, dan barang kebutuhan rumah tangga, FamilyMart juga menawarkan keunikan dengan menghadirkan konsep cafe atau yang biasa disebut sebagai FamiCafe. Konsep FamiCafe dibuat, agar FamilyMart tidak hanya sekadar menjadi tempat untuk berbelanja, tetapi juga ruang untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul bersama teman dan keluarga.

Salah satu cabang FamilyMart yang menarik perhatian adalah FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya. Cabang ini terletak di pusat kota dan kawasan komersial, sehingga memiliki potensi pelanggan yang tinggi, terutama dari kalangan pekerja, mahasiswa, dan wisatawan. Namun, meskipun memiliki lokasi strategis, cabang ini mendapatkan ulasan yang kurang memuaskan dari pelanggan. FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya memperoleh *rating* sebesar 2,5 dari 5 sesuai dengan Lampiran 2. Nilai tersebut lebih rendah jika dibandingkan dengan beberapa cabang FamilyMart lainnya di wilayah Surabaya sesuai dengan Lampiran 1. Berikut merupakan rincian data ulasan FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya dari bulan Agustus 2024 hingga bulan Januari 2025:

Tabel 1.1 Rincian *Rating* Data Ulasan *Google Maps* FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya

| <b>Bintang</b>           | <b>Jumlah Bintang</b> | <b>Perhitungan Bintang</b> |
|--------------------------|-----------------------|----------------------------|
| 1                        | 56                    | 56                         |
| 2                        | 10                    | 20                         |
| 3                        | 7                     | 21                         |
| 4                        | 11                    | 44                         |
| 5                        | 28                    | 140                        |
| <b>Total</b>             | 112                   | 281                        |
| <b>Rata-Rata Bintang</b> | <b>2,5</b>            |                            |

Sumber: *Google Maps*, 2025

Selain itu, dari jumlah 112 ulasan yang ada, sebagian besar pelanggan memberikan *rating* terendah yaitu pada bintang 1 sebanyak 56 ulasan, hal ini dapat dinyatakan bahwa FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya masih belum mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Beberapa keluhan utama dari pelanggan FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya yaitu waktu pelayanan dan penyajian yang lama, kurangnya keramahan dan responsivitas dari karyawan, cita rasa makanan atau minuman tidak konsisten, produk yang diberikan tidak sesuai, serta kenyamanan lingkungan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang datang untuk menikmati suasana FamiCafe.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan penelitian mengenai analisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *Service Quality* dan Kano Model di FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya. Dengan metode *Service Quality* dan Kano Model diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dan evaluasi bagi FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya untuk menentukan prioritas perbaikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya dapat bersaing dengan FamilyMart cabang lain maupun *convenience store* lainnya.

*Service Quality* merupakan konsep untuk mengukur *gap* antara persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. *Service Quality* memiliki lima dimensi untuk mengevaluasi kualitas layanan, yaitu *Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Sedangkan Kano Model digunakan untuk mengkategorikan karakteristik suatu produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa dapat memenuhi kepuasan pelanggan dengan membaginya menjadi beberapa kategori, diantaranya yaitu *Must-Be, One-*

*Dimensional, Attractive, Indifferent, Questionable, dan Reverse* (Prasetyo dan Sulistiyowati, 2022).

Penelitian terkait kualitas pelayanan dengan metode *Service Quality* dan Kano Model telah banyak dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Mochammad Eko Prasetyo dan Wiwik Sulistiyowati (2022) menunjukkan bahwa terdapat 9 atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan *gap Service Quality*. Penelitian serupa oleh Adi Nugroho dan Suparto (2021) memperoleh 5 urutan teratas atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan, sementara Richie Renaldi dan Dewi Shofi Mulyati (2022) memperoleh 5 atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan *gap Service Quality*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada metode yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan kombinasi metode *Service Quality* dan Kano Model, sedangkan penelitian sebelumnya hanya menggunakan metode Kano Model dengan dimensi *Service Quality*. Selain itu, penelitian ini menambahkan data *real* dari *Google Reviews* untuk mengetahui keluhan pelanggan secara lebih aktual, sementara penelitian terdahulu hanya mengandalkan kuesioner tanpa referensi tambahan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di FamilyMart Cabang Tunjungan Surabaya?
2. Bagaimana usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di FamilyMart Cabang Tunjungan Surabaya?

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di FamiCafé FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya.
2. Responden pernah memesan makanan atau minuman di FamiCafé FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya minimal 1x.
3. Data yang digunakan merupakan data dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan Café FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya.
4. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Maret 2025.
5. *Rating google reviews* menggunakan data pada periode Agustus 2024 hingga periode Januari 2025.

### **1.4 Asumsi**

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Responden memahami dengan baik semua pertanyaan dalam kuesioner.
2. Tidak ada perubahan sistem kebijakan FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya.
3. Sampel yang digunakan dapat mewakili seluruh pelanggan FamilyMart Cabang Tunjungan Surabaya.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di FamilyMart Cabang Tunjungan Surabaya.

2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di FamilyMart Cabang Tunjungan Surabaya.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya dan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan mengenai penerapan *Service Quality* dan Kano Model dalam industri ritel.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai usulan perbaikan serta menjadi faktor pertimbangan FamilyMart cabang Tunjungan Surabaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat mencapai pelayanan yang optimal dan berkualitas.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Adapun sistematika penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang dari permasalahan yang akan diteliti dan dibahas. Serta terdapat uraian mengenai rumusan masalah, batasan masalah, asumsi, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai dasar-dasar teori dan penelitian terdahulu yang menjadi pendukung dan memiliki kaitan dengan permasalahan penelitian yang menjadi landasan utama penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai tempat dan waktu penelitian, identifikasi dan definisi operasional, dan langkah-langkah pemecahan masalah yang menggambarkan tahapan-tahapan mengenai penelitian yang dilakukan.

**BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai penjelasan langkah-langkah pengumpulan data, pengolahan data, serta analisa data yang telah dikumpulkan dan hasil yang diperoleh diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan tersebut harus menjawab tujuan penelitian. Selain itu, terdapat saran untuk penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**