

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, pertumbuhan sektor ritel modern di Indonesia berlangsung sangat cepat. Fenomena ini terlihat dari menjamurnya berbagai jaringan ritel modern seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart, dan SuperIndo, yang saling bersaing dalam menyediakan kebutuhan sekaligus kemudahan belanja bagi masyarakat. Dalam suasana persaingan yang begitu sengit seperti sekarang, pelanggan menjadi lebih kritis karena memiliki begitu banyak pilihan. Oleh sebab itu, mempertahankan pelanggan merupakan aset yang sangat bernilai sekaligus rapuh. Supermarket, sebagai salah satu bentuk ritel konvensional, harus mampu berinovasi dan menciptakan pengalaman belanja yang unik serta memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi pembeda utama antara keberhasilan dan kegagalan dalam membangun basis pelanggan yang setia (Alim et al., 2025). Tanpa fokus pada kualitas layanan, bisnis ritel akan kesulitan bertahan di tengah gempuran berbagai alternatif belanja yang tersedia saat ini.

Di tengah persaingan di sektor ritel, kualitas layanan menjadi indikator strategis untuk mempertahankan pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai harga atau lokasi toko, melainkan juga menginginkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, pelayanan yang ramah, dan penanganan keluhan yang responsif. Menjaga loyalitas pelanggan dalam sektor ritel bukan cuma karena faktor harga dan promosi, melainkan juga sangat bergantung pada mutu layanan yang selalu terjaga

dan sejalan dengan keinginan pelanggan pelanggan (Somjani, 2021). Maka dari itu, pihak perusahaan ritel berkewajiban guna senantiasa mengembangkan kinerja pelayanan agar mampu mempertahankan pelanggan di saat rivalitas yang kian dinamis dan ketat, mengingat pelanggan saat ini mudah beralih ke pesaing jika merasakan layanan yang kurang memuaskan.

Tabel 1.1 SuperIndo Wilayah Surabaya

Wilayah	Nama	Jumlah Toko
Surabaya Timur	1. SuperIndo Rungkut 2. SuperIndo Merr 3. Superindo Jemursari 4. SuperIndo Semolowaru 5. SuperIndo Arief Rahman Hakim 6. SuperIndo Kertajaya 7. SuperIndo Mulyosari 8. SuperIndo Menur 9. SuperIndo Dharmahusada	9
Surabaya Barat	1. SuperIndo Satelit Utara	1
Surabaya Selatan	1. SuperIndo Margorejo 2. SuperIndo Ketintang 3. SuperIndo Mastrip 4. SuperIndo HR Muhammad 5. SuperIndo Royal Square	5
Surabaya Utara	1. SuperIndo Kenjeran	1
Surabaya Pusat	1. SuperIndo Delta Plaza 2. SuperIndo Apart. Gunawangsa Tidar	2
Total		18

Sumber : *Google Maps* (2026)

Salah satu jaringan ritel besar di Indonesia yang menghadapi tantangan tersebut adalah SuperIndo. Sejak berdiri pada tahun 1997, SuperIndo telah mengembangkan ratusan gerai di berbagai wilayah dengan dukungan dari Ahold

Delhaize Group salah satunya di wilayah Surabaya. SuperIndo memiliki 18 gerai dengan pembagian di Surabaya, SuperIndo dikenal dengan konsep supermarket yang ramah lingkungan dan menyediakan kebutuhan harian dengan harga kompetitif. Namun, di tengah kemajuan digital dan perubahan perilaku konsumen paska pandemi, SuperIndo menghadapi tantangan untuk mempertahankan pelanggan di tengah berbagai alternatif belanja modern seperti minimarket yang tersebar luas. Akibatnya, SuperIndo dituntut tidak hanya bersaing dari segi harga, tetapi juga harus memperhatikan kualitas pelayanannya.

Masalah utama yang muncul dalam sektor ini adalah adanya celah antara harapan pelanggan dengan kenyataan layanan yang mereka terima. Ketika harapan tidak sesuai dengan realita, ketidakpuasan pun terjadi, yang pada akhirnya bisa menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan. Saputra dan Rosihan (2023) dalam penelitian mereka terhadap bengkel CV Nusantara Motor menemukan bahwa ada perbedaan yang cukup besar antara harapan dan persepsi pelanggan di setiap dimensi layanan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Putri dan Andesta (2024), yang menyatakan bahwa perbaikan pada dimensi-dimensi yang bermasalah di PT XYZ merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ritel. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya evaluasi yang mendalam terhadap kualitas layanan, agar supermarket bisa mengetahui aspek-aspek mana saja yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dengan memahami serta mengukur kesenjangan tersebut, penelitian ini mengadopsi dua metode, yaitu *Servqual* (*Service Quality*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Servqual* dipakai untuk mengukur kualitas layanan

berdasarkan lima dimensi utama, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Sementara itu, IPA digunakan untuk memetakan seberapa penting suatu atribut layanan dibandingkan dengan kinerjanya, maka diketahui skala prioritas perbaikan yang harus segera dilaksanakan. Penerapan *Servqual* dan IPA di perusahaan SuperIndo mampu mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 1.2 Survey Awal Kepuasan Pelayanan Terhadap SuperIndo

Dimensi	Atribut	Harapan	Persepsi	Gap
<i>Tangibles</i>	Kelengkapan barang yang dijual sesuai yang dibutuhkan pelanggan	4,400	3,233	-1,167
	Troli dan keranjang belanja dalam kondisi bersih dan baik (rodanya tidak rusak/tersendat, tidak kotor, pegangan tidak rusak)	4,467	3,333	-1,133
	Toilet umum SuperIndo selalu bersih, dan tisu/toilet roll selalu tersedia	4,467	3,233	-1,233
	Suhu AC di dalam toko terasa sejuk dan merata di seluruh sudut toko (tidak ada area yang gerah/pengap sementara area lain terlalu dingin)	4,400	3,367	-1,033
<i>Reliability</i>	Karyawan membantu pelanggan membawa barang yang berat dan banyak	4,400	3,100	-1,300
	Produk segar (sayur, buah, daging, ikan) selalu dalam kondisi baik dan tidak layu/busuk setiap hari	4,467	3,333	-1,133

Dimensi	Atribut	Harapan	Persepsi	Gap
	Kasir selalu cekatan dalam memproses barang belanjaan (scan barang, packing) tanpa membuat pelanggan menunggu lama	4,400	3,300	-1,100
	Harga yang tertera di rak sama persis dengan harga di nota	4,433	3,300	-1,133
<i>Responsiveness</i>	Jumlah kasir ditambah saat weekend atau jam sibuk	4,467	3,233	-1,233
	Karyawan bersedia mencari barang kosong dari gudang	4,400	3,300	-1,100
	Karyawan tanggap ketika ada pelanggan yang bertanya lokasi produk	4,433	3,267	-1,167
	Karyawan segera merapikan kembali barang yang jatuh atau berantakan di rak	4,467	3,333	-1,133
<i>Assurance</i>	Barang promo atau diskon masih mempunyai masa kadaluarsa yang panjang dan kondisi barang yang terjamin kualitasnya	4,300	3,200	-1,100
	Kecepatan kasir dalam mengendalikan antrian	4,433	3,233	-1,200
	Karyawan memberikan kenyamanan dengan menyapa dan tersenyum	4,367	3,200	-1,167
<i>Empathy</i>	Karyawan menerima kritik dan saran apabila ada keluhan seperti harga yang tidak sesuai	4,500	3,333	-1,167
	Karyawan berbicara dengan nada suara yang ramah	4,367	3,200	-1,167

Dimensi	Atribut	Harapan	Persepsi	Gap
	Pengembalian barang rusak mudah dan cepat ketika memiliki nota pembelian	4,400	3,133	-1,267

Mengacu pada tabel 1.2, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kualitas layanan SuperIndo wilayah Surabaya. Dengan *Servqual* dan IPA, dapat mengetahui seberapa besar gap antara yang diinginkan dan yang dirasakan pelanggan atas layanan. Selain itu, penelitian ini juga hendak menentukan prioritas atribut layanan mana saja yang perlu dibenahi agar pelanggan tetap loyal. Berdasarkan survei awal, ternyata masih banyak harapan pelanggan yang tidak terpenuhi. Banyak hal-hal mendasar yang justru menjadi sumber ketidakpuasan. Banyak atribut yang memiliki gap lebih -1.00 yang berarti masih banyak hal yang membuat pelanggan tidak puas terhadap pelayanan Superindo di wilayah Surabaya. Masalah lain seperti karyawan membantu pelanggan membawa barang yang berat dan banyak juga kerap terjadi dengan gap tertinggi sebesar -1,300. Tujuan dari menghitung gap antara harapan dan persepsi adalah melihat atribut mana saja yang bermasalah dari kelima dimensi *Servqual*. Dengan banyaknya gap maka diperlukan metode IPA untuk membangun pembelian ulang pelanggan untuk mempertahankan pelanggan di Superindo wilayah Surabaya sebagai penyedia macam-macam kebutuhan pelanggan (Syafitri & Sulisyawati, 2022). Diharapkan usulan perbaikan dapat membantu manajemen SuperIndo membuat strategi peningkatan layanan yang sesuai akan keinginan pelanggan.

Atas dasar penjelasan di latar belakang, maka penelitian ini mengangkat judul “Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* Untuk Mempertahankan” perlu dilakukan. Usulan perbaikan bisa dipertimbangkan manajemen SuperIndo untuk menyusun cara peningkatan pelayanan tepat guna serta lebih memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan pelanggan. Selain itu, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini berpengaruh terhadap upaya mempertahankan pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan telah dipaparkan pada pemaparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

*"Bagaimana tingkat kualitas layanan dengan metode *Servqual* dan IPA untuk mempertahankan pelanggan di Superindo wilayah Surabaya?"*

1.3 Batasan Masalah

Supaya pembahasan dalam penelitian ini tetap fokus, terarah, dan mudah diukur, maka ditetapkan beberapa batasan. Adapun batasan tersebut adalah:

1. Penelitian ini hanya menyoroti pengaruh variabel bebas yaitu lima dimensi *Servqual* (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*).
2. Sampel serta penyebaran kuesioner diambil dari pelanggan yang telah berbelanja minimal lebih dari tiga kali di Superindo wilayah Surabaya.
3. Dalam Analisis hanya dibatasi pada metode *Servqual* menghitung gap serta *Importance Performance Analysis* untuk memetakan prioritas perbaikan.

1.4 Asumsi

Agar penelitian ini memiliki landasan berpikir yang jelas, diperlukan beberapa asumsi dasar yang dijadikan titik awal pemikiran. Asumsi yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah:

1. Responden telah memberikan jawaban dan penilaian berdasarkan persepsi dan pengalaman mereka yang sebenarnya dengan sikap jujur dan objektif.
2. Seluruh item pertanyaan dalam kuesioner *Servqual* telah dipahami dengan makna yang sama oleh semua responden, sehingga minim terjadi bias interpretasi.
3. Seluruh gerai Super Indo di wilayah Surabaya menerapkan dan menjalankan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang sama dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah dijabarkan sebelumnya, lalu tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui seberapa baik kualitas layanan SuperIndo di wilayah Surabaya dengan cara menghitung kesenjangan (gap) berdasarkan lima dimensi *Servqual*, serta menentukan prioritas perbaikan mana yang paling perlu dilakukan perhitungan dengan metode *Importance Performance Analysis* di Superindo wilayah Surabaya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan temuan dari penelitian ini mampu membuktikan sekaligus menyesuaikan penerapan gabungan antara metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* dalam konteks nyata untuk mendiagnosis permasalahan pada penelitian sejenis.

2. Manfaat Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bersifat strategis dan siap untuk langsung diterapkan di lapangan, guna meningkatkan mutu layanan serta pada akhirnya mempertahankan pelanggan SuperIndo..

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika ini disusun terdiri atas lima bab, di mana masing-masing bab membahas pokok permasalahan secara berurutan. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, asumsi-asumsi, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan itu sendiri. Bab ini berfungsi sebagai landasan awal yang menjelaskan konteks, urgensi, dan area kajian secara menyeluruh.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan dasar-dasar kajian yang menjadi acuan dalam analisis, mencakup metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*, serta upaya mempertahankan pelanggan. Bab ini juga memuat tinjauan terhadap penelitian sebelumnya serta gagasan berpikir yang menghubungkan variabel-variabel utama.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi yang dipakai, meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data (terutama melalui kuesioner *Servqual*), definisi operasional dari masing-masing variabel, serta metode analisis data yang mencakup perhitungan skor kesenjangan (gap).

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sebagai inti, bab ini menyajikan *output*, mengidentifikasi kesenjangan (gap) kualitas layanan, memetakan atribut ke dalam kuadran IPA, serta membahas temuan secara mendalam untuk menentukan prioritas perbaikan dalam rangka mempertahankan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab penutup ini berisi kesimpulan akhir yang menjawab sekaligus rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta saran yang konstruktif dan dapat langsung diimplementasikan, baik oleh SuperIndo.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN