

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KINERJA ALFAMART PANEMBAKAN UTARA

Bela Ayu Pratiwi¹, Gunawan²

bela10120227@digitecuniversity.ac.id¹, gunawan@digitechuniversity.ac.id²

Universitas Teknologi Digital

ABSTRAK

Supaya perusahaan dapat bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggannya, sudah menjadi keharusan untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik. Jika kepuasan pelanggan tercapai, hubungan antara bisnis dan pelanggan akan lebih baik, pelanggan akan menjadi loyal dan akan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Menurut Arianto (2018:83), semua jenis layanan yang diberikan oleh bisnis kepada pelanggan, termasuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan dengan cepat, dianggap sebagai kualitas pelayanan. Ada tiga topik utama yang diteliti oleh peneliti. 1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan. 2. Price Discount secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan. 3. Kedua faktor tersebut secara keseluruhan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan. Peneliti melakukan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif, jenis studi kasus, dan penelitian lapangan. Untuk mengumpulkan data, mereka menggunakan teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, dan triangulasi sumber digunakan untuk memastikan bahwa data tersebut benar.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Price Discount, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, Pengaruh.

ABSTRAC

In order for a company to survive and remain trusted by its customers, it is imperative to provide the best quality service. If customer satisfaction is achieved, the relationship between the business and customers will be better, customers will become loyal and will make word of mouth recommendations that benefit the company. According to Arianto (2018:83), all types of services provided by businesses to customers, including meeting customer needs and requirements and meeting customer expectations quickly, are considered service quality. There are three main topics studied by researchers. 1. Service quality partially influences customer satisfaction at Alfamart Panembakan. 2. Price Discount partially influences customer satisfaction at Alfamart Panembakan. 3. These two factors overall influence customer satisfaction at Alfamart Panembakan. Researchers conducted this research using a qualitative approach, case study type, and field research. To collect data, they use techniques such as observation, interviews, and documentation, and source triangulation is used to ensure that the data is correct.

Keywords: Service Quality, Price Discount, Customer Satisfaction, Loyalty, Influence.

PENDAHULUAN

Berbagai pusat perbelanjaan saat ini merusak masyarakat perkotaan. Bahkan lokasinya berdekatan. Kondisi ini sangat bermanfaat karena masyarakat hanya dapat memilih toko mana yang ingin mereka kunjungi. Dalam distribusi produk, toko ritel adalah bagian penting dari rantai distribusi. Ritel memungkinkan pelanggan melihat produk langsung. Industri ritel menjual produk dan layanan tambahan untuk individu, keluarga, kelompok, atau konsumen akhir. Kami berkonsentrasi pada produk yang memenuhi kebutuhan rumah tangga dan menjual sembilan kebutuhan sehari-hari.

Banyak ritel moderen di pasar ini dibuka karena memungkinkan pelanggan berbelanja di dekat pemukiman. Bisnis ritel modern tidak terpengaruh oleh krisis keuangan global saat ini. Setiap tahun, jumlah gerai yang ditambahkan akan terus meningkat. Fenomena ini mendorong perusahaan pelaku ritel untuk menyelidiki perilaku pelanggan mereka. Hal ini dilakukan agar dua pemilik atau pihak manajemen bertindak dengan cara yang sama dengan

pesaing mereka untuk mempertahankan eksistensinya (nikita , 2012)

Seiring dengan persaingan yang semakin memanas, banyak produsen yang berfokus untuk memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan mereka. Akibatnya, tujuan utama dari setiap bisnis haruslah untuk memuaskan pelanggannya. Meningkatnya jumlah perusahaan yang memasukkan kebahagiaan pelanggan ke dalam pernyataan misi, iklan, dan rilis hubungan masyarakat mereka menjadi bukti akan hal ini. Saat ini, ada keyakinan yang berkembang untuk memberikan nilai dan kebahagiaan kepada pelanggan dengan menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi dengan biaya yang masuk akal (Jurnal Sinta Rahma Putri).

Pelanggan memiliki lebih banyak pilihan ketika ada lebih banyak produsen yang menawarkan barang dan jasa. Hasilnya, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, terutama dalam hal keamanan saat menggunakan produk atau layanan tertentu. Saat ini, ada banyak konsumen yang memperjuangkan cinta dan kesadaran lingkungan, etika perusahaan, dan hak-hak konsumen. Para peneliti yang mempelajari perilaku konsumen menjadi semakin tertarik pada kebahagiaan konsumen dan berupaya memaksimalkannya.

Harapan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman pembelian sebelumnya, ulasan saingan yang menunjukkan bahwa pelanggan akan tetap puas tanpa peduli dengan harga yang ditawarkan, dan tiga perusahaan dengan ulasan yang baik. Jika perusahaan menetapkan harapan terlalu rendah untuk pelanggan, mereka mungkin kecewa.

Setelah kebutuhan pelanggan dipenuhi, pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Membuat pelanggan puas adalah tujuan utama perusahaan, menurut Schnaars (2013). Kepuasan pelanggan dapat menghasilkan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan pelanggannya, mendorong kembali pembelian jika diperlukan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang baik untuk bisnis lainnya. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen yang setia, strategi penjualan produk harus diterapkan. Sugiharto (2012) menyatakan bahwa keberhasilan manfaat pelanggan bergantung pada kepuasan pelanggan.

Karena semua orang membutuhkan kebutuhan sehari-hari, masyarakat otomatis mencari minimarket, yang menjadikannya salah satu dari banyak bisnis yang tidak dikenal selama krisis. Belanja bukan hanya kebutuhan. Dia sekarang berbelanja sebagai bagian dari gaya hidupnya. Dalam memilih suatu produk, orang tidak hanya memilih satu merek saja; mereka lebih suka mencoba merek baru yang sedang populer atau hanya melihat iklan. Setelah itu, untuk berhasil di keempat, strategi yang baik dan komitmen yang kuat diperlukan. Mengelola sistem franchise mini market sangat penting. Mengelola sistem franchise mini market sangat penting.

Di Cimahi, ada beberapa minimarket selain alfamart, seperti indomart, yomart, dan mini borma. Hal ini menyebabkan persaingan, di mana setiap minimarket berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hanya ketika harapan pelanggan terwujud, kepuasan pelanggan dapat terjadi. Pelanggan akan kembali membeli produk kami dan menyarankan orang lain jika mereka puas.

Alfamart adalah bisnis ritel yang menawarkan barang-barang kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Tanpa menyadari apakah produk mereka memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak, Alfamart telah meluncurkan kampanye pemasaran ritel. Selain itu, mereka tidak menyadari tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan tersebut. Akibatnya, Bernadetta Dwiyani Anindita (2012) menyatakan bahwa organisasi tersebut masih berupaya mengembangkan rencana bauran pemasaran ritel dengan inovasi yang didasarkan pada pengguna.

Indomaret dan Alfamart berada dalam persaingan yang sangat ketat; kedua toko ritel terkenal ini terus berjuang dengan semua kekuatan, kecerdikan, dan strategi mereka. Perusahaan nasional yang bergerak dalam perdagangan umum dan jasa eceran, minimarket Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT). Toko ini menjual barang kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Alfamart berusaha keras untuk bersaing dengan Indomaret, termasuk lokasi yang strategis, luas, mudah dijangkau, dan selalu dekat dengan Indomaret; tempat yang bersih dan nyaman; dan harga yang menarik pelanggan, seperti potongan harga, harga tinggi, kupon, dan pembukaan gerai tambahan dalam 24 jam. Pelanggan Alfamart mendapatkan pelayanan terbaik.

Pelayanan ini berusaha untuk memenangkan hati pelanggannya. Program kartu AKU (AlfamartKu) adalah salah satu layanan yang ditawarkan oleh Alfamart. Pelanggan yang memiliki kartu AKU dapat menikmati berbagai keuntungan saat berbelanja di Alfamart. Mereka yang terdaftar dalam program "Kejutan Belanja Gratis", yang memungkinkan pelanggan yang berbelanja dengan nominal tertentu dan beruntung mendapatkan hadiah dari Alfamart, serta diskon alfamart untuk barang-barang tertentu, dan lain-lain.

Untuk member Kartu AKU, ada promo khusus member, ridem poin, dan voucher belanja gratis Alfamart untuk setiap penukaran member. Namun, tidak semua barang dapat digunakan dari voucher belanja gratisnya. Bonus member Kartu AKU adalah mencari poin atau mendapatkan poin. Promo biasanya berbeda dengan Indomaret; Indomaret biasanya mengadakan promo dengan harga turun, sedangkan Alfamart biasanya mengadakan promo beli 2 gratis 1.

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa masalah tersebut memiliki banyak keluhan masyarakat atau pelanggan, terutama terkait dengan kualitas pelayanan. Beberapa masalah yang muncul selama survei yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Karyawan kurang cekatan dalam membantu pelanggan mencari barang atau produk yang mereka butuhkan dan kurang memperhatikan kehadiran pelanggan.
2. Pelayanan di kasir terlalu lama, menyebabkan antrian panjang dan kurangnya petugas, sehingga pelanggan harus mencari petugas terlebih dahulu ketika mereka membutuhkan informasi.
3. Pelanggan merasa kesulitan membuka pintu ketika mereka membawa barang belanjaan mereka.
4. Petugas atau karyawan tidak ramah saat melayani pelanggan.
5. Komputer kasir sering rusak atau tidak berfungsi dengan baik.

Berdasarkan hal-hal di atas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kinerja Alfamart Panembakan Utara"..

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, untuk melakukan penelitian pada kondisi objek yang alamiah. Peneliti berfungsi sebagai alat utama dalam penelitian ini, dan pengembalian sampel dilakukan secara purposive dari sumber data. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif lebih menekankan pentingnya daripada generalisasi.

Tujuan dari "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kinerja Alfamart Panembakan Utara" adalah untuk mengumpulkan data secara menyeluruh tentang topik ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Alfamart Panembakan yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pendekatan studi kasus digunakan.

Peneliti ingin mengetahui kualitas pelayanan mana yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Alfamart Panembakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) karena peneliti pergi ke lapangan untuk melihat fenomena dalam lingkungan alami. Penelitian ini dilakukan langsung di lapangan untuk mendapatkan data akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan.

Peneliti mewawancarai Bapak Wawan Setiawan, Kepala Toko Alfamart Panembakan, untuk mendapatkan informasi tentang kepuasan pelanggan di Alfamart Panembakan. Bapak Wawan Setiawan mengatakan bahwa :

“Untuk kualitas pelayanan yang kami tawarkan di alfamart ini, kami menjual produk yang pasti tidak rusak atau kadaluarsa, sedangkan layanan kami harus ramah dan murah hati. Oleh karena itu, alfamart terkenal karena menyambut dan mempersiapkan secara langsung dengan senyum, sapa, salam, dan mempersiapkan secara tidak langsung dengan AC yang dingin dan musik yang enak didengar. Selain itu, tempatnya bersih dan wangi, memungkinkan pelanggan yang lebih tua untuk masuk, dan biasanya ibu hamil dan orang tua akan dilayani terlebih dahulu. Semua kegiatan dilakukan dengan cepat. Dalam memperlakukan pelanggan, karyawan harus mengetahui apakah pelanggan membutuhkan kehadiran karyawan atau tidak. Dalam kasus di mana masalah promosi tidak langsung, JSM itu menggunakan media sosial untuk menjual produk promosi ke pelanggan terdekat. Di Alfamart, manajer toko biasanya tidak menetap, tetapi biasanya diganti setiap enam bulan jika diperlukan. Ada 16 toko di daerah ini. Jumlah pelanggan yang datang ke Alfamart setiap hari adalah 180, yang termasuk dalam kategori sepi, dan jumlah pelanggan yang lebih ramai dapat mencapai 360, kadang-kadang lebih banyak. Saat promo JSM, minyak goreng adalah produk yang paling diminati karena jika promo tidak ada, harganya akan naik menjadi 37.000, misalnya, jika promo minyak goreng tropical tidak ada, harganya akan naik menjadi 33.900, dan jika promo Idul Fitri tidak ada, harganya akan naik menjadi 33.900.

Selain itu, sesuai dengan apa yang Marsela katakan sebagai karyawan toko Alfamart Panembakan saat wawancara, dia menyatakan bahwa:

“Alfamart menerapkan 3S, salam dan senyum, untuk menarik pelanggan dengan menyebarkan brosur dan memberi tahu pelanggan tentang promosi dan kadang-kadang berkeliling di daerah sekitar. Di Alfamart, ada dua promosi setiap bulan: perubahan harga dan JSM (Jumat Sabtu Minggu). Konsumen dapat membeli lebih banyak saat promo JSM, hari raya idul fitri, dan tahun baru. Alfamart juga menawarkan kartu bagian, juga dikenal sebagai kartu Ponta. Dengan menunjukkan kartu ponta saat berbelanja, Anda akan otomatis mendapatkan poin satu poin, senilai 200 rupiah, yang akan ditambahkan dua hari setelah belanja. Bahan-bahan pokok seperti minyak goreng, sabun cuci, dan pasta gigi biasanya merupakan fokus JSM. Setiap Jumat dan Sabtu, ada promo di alfamart yang menjual barang-barang di daerah sekitar, mbak. Dengan cara ini, pelanggan dapat lebih mengetahui tentang promosi dan harga yang lebih murah. Ini juga dapat memudahkan pelanggan untuk membeli barang seperti minyak goreng di toko dekat. Alfamart dapat membuat pelanggan puas. Selain itu, ada kartu part yang dapat kita dapatkan dengan cepat, setelah itu kita daftarkan dan secara otomatis akan terdaftar sebagai part. Caranya, hanya dengan menunjukkan kartu part atau poin di mana saja di alfamart, Anda akan mendapatkan poin sebesar 200 rupiah dalam dua hari, dan jika poinnya sudah banyak, maka poinnya akan naik menjadi 200 rupiah.”

Berdasarkan informasi di atas, peneliti dapat mengetahui bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan di alfamart terdiri dari barang dan jasa. Kualitas barang meliputi barang yang layak dikonsumsi oleh pelanggan dengan mempertimbangkan tanggal kadaluarsa

produk; kualitas jasa meliputi pelayanan pelanggan dengan baik, seperti karyawan harus ramah, sopan, dan lainnya untuk membuat pelanggan nyaman dan mendapatkan keuntungan.

Karena konsumen adalah ladang rezeki bagi perusahaan, kualitas pelayanan sangat penting dalam membangun kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan layanan suatu produk atau jasa, konsumen akan lebih cenderung menyarankan orang lain untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Selanjutnya, konsumen Ibu Yuyun diwawancarai, yang mengatakan,

"Saya sudah sering berbelanja disini karena lokasi strategis dan dekat dengan rumah, pelayanan di alfamart juga baik sekali, karyawannya juga sabar dalam melayani konsumen yang selalu banyak complain mengenai harga yang terlalu mahal dan harga promosi yang sedikit. Saya juga sering pembayaran angsuran lewat alfamart, bpjs, dan juga promosi yang banyak kalo seringnya itu Jumat sekitar pukul 10:00 malam".

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Ibu Isum, konsumen, dikatakan bahwa:

"Saya belanja di alfamart hanya saat ada promosi; jika ada promosi, harganya mungkin lebih murah daripada pasar tradisional. Namun, jika tidak ada promosi, saya jarang berbelanja di sana karena harganya terbilang mahal bagi saya karena saya berasal dari ekonomi menengah kebawah. Jika ada promo lagi, saya biasanya membeli minyak. Pelayanannya juga baik; kasirnya ramah, sopan, dan selalu tersenyum saat melayani berbagai macam pelanggan. Selain kualitas pelayanannya, Alfamart sangat mudah diakses karena berada di pinggir jalan raya. Namun, tidak ada tempat duduk, jadi jika Anda ingin menunggu, Anda harus berdiri, tidak seperti di tempat lain."

Bapak Dede, konsumen, juga diwawancarai, yang menyatakan:

"Belanja di Alfamart lebih mudah daripada belanja di toko atau pasar tradisional, jadi saya memilihnya karena lebih mudah. Lokasinya strategis dan barang-barangnya disusun dengan rapi, sehingga lebih mudah untuk menemukan barang yang saya inginkan. Jika dibandingkan dengan toko, harganya, menurut pendapat saya, juga tidak jauh berbeda. Tidak adanya wifi dan tempat duduk di lokasi ini adalah satu-satunya masalah. Berbelanja di minimarket, terutama alfamart, selama ini lebih menyenangkan karena tempat itu telah kembali dan pelayannya ramah.

Selain itu, sesuai dengan presentasi yang diberikan kepada Bapak Ahur sebagai konsumen, dikatakan bahwa:

"Saya memilih untuk berbelanja di Alfamart karena saya memiliki kartu membernya, jadi jika saya sering berbelanja dengan menunjukkan kartu membernya, saya secara otomatis mendapatkan poin, dan jika poinnya sudah banyak, saya bisa menggunakannya untuk berbelanja. Di Alfamart juga ada banyak promo, saya sering berbelanja di sana pada hari-hari promo seperti Jumat, Sabtu, dan Minggu, dan karyawannya baik-baik saja, saya pikir mereka akan membantu saya jika saya perlu membeli sesuatu."

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan, dan memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan persaingan. Berdasarkan analisis informasi kepuasan konsumen, jika nilai yang diberikan oleh suatu pelayanan baik membuat konsumen merasa puas, maka besar kemungkinan mereka akan menjadi konsumen untuk waktu yang lama.

2. Price Discount secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan.

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Toko Alfamart Panembakan, Bapak Wawan Setiawan, untuk mendapatkan informasi tentang price discount atau pengurangan harga yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Panembakan dan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Penelitian tersebut menemukan bahwa:

“Price discount sangat berpengaruh terhadap Keputusan pelanggan untuk membeli sebuah produk, dengan adanya program potongan harga contohnya tebus murah dengan belanja diatas 50k pelanggan berhak mendapatkan sebuah produk yaitu daylight dari harga awal Rp. 21.900 menjadi Rp. 15.000 , Adapun program potongan harga yang selalu diadakan setiap jumat,sabtu,minggu atau JSM yaitu sebuah produk yang promo dengan potongan harga yang bisa mencapai 50% harga awal, selanjutnya ada program promo gantung dimana promo ini periode mulai akhir bulan dengan potongan harga yang lumayan besar.”

Selain itu, sesuai dengan apa yang Marsela katakan sebagai karyawan Toko Alfamart Panembakan saat wawancara, dia menyatakan bahwa:

“Alfamart selalu memberikan Cost rebate disetiap minggunya agar menarik perhatian pelanggan agar belanja lebih banyak dan bisa menimbulkan kenaikan deals toko menjadi meningkat, dengan adanya Cost rebate memudahkan kasir dalam penawaran sebuah produk yang sedang promo dan bisa mencapai target yang telah ditentukan oleh promoting, sangat berpengaruh terhadap Keputusan pelanggan untuk membeli sebuah produk

Sebagai hasil dari wawancara dengan konsumen, Ibu Yuyun, diketahui bahwa:

“Diskon harga dapat menguntungkan karena memiliki potongan harga yang cukup besar. Mereka dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari Anda dan digunakan untuk waktu yang lama, seperti perlengkapan mandi, kosmetik, perlengkapan dapur, perlengkapan bayi seperti pampers, minyak wangi, sabun, dan sampo. Dengan potongan harga ini, Anda juga dapat menghemat uang setiap bulan. Selain itu, sangat membantu ibu rumah tangga dalam situasi darurat.”

Sehubungan dengan temuan konsumen, Ibu Isum mengatakan,

"Menurut saya jika ada discount bisa menarik pembeli, memberikan keuntungan penjualan kepada perusahaan, dan menciptakan pelanggan yang loyal. Selain itu, bisnis bisa mendapatkan pelanggan baru karena menjadi hal yang menarik."

Bapak Dede, konsumen, juga diwawancarai, yang menyatakan:

“Menurut saya hampir setiap konsumen di luar sana selalu mencari cara untuk menghemat uang saat melakukan pembelian. Hal ini karena mereka lebih memilih membeli produk dari merek yang memberikan penawaran dan penawaran produk terbaik. Menawarkan diskon kepada pelanggan Anda bisa dibilang merupakan cara paling efektif untuk menarik mereka ke toko Anda dengan cepat. Saat Anda memberi tahu pelanggan bahwa Anda menawarkan diskon, Anda selalu ditakdirkan untuk menarik perhatiannya.”

Selanjutnya, selaras dengan pemaparan yang dilakukan dengan Bapak Ahur selaku konsumen, menyatakan bahwa :

Menurut Saya Menetapkan diskon pada harga Produk adalah taktik yang terbukti berpotensi mendorong lebih banyak volume penjualan ke bisnis , menarik klien baru, dan menikmati peningkatan keuntungan.jika tidak ada potongan barang yang dijual tidak akan laku dengan harga yang mahal

3. Kualitas Pelayanan dan Price Discount secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Wawan Setiawan, Kepala Toko Alfamart Panembakan, untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart. Wawan Setiawan menyatakan bahwa:

“Kualitas pelayanan bergantung pada kualitas karyawan; jika karyawannya baik, masyarakat akan melihatnya baik, tetapi jika karyawannya buruk, masyarakat juga akan melihatnya buruk. Jika ada karyawan yang tidak memberikan layanan yang buruk kepada

pelanggan, kami pasti meminta maaf jika komplain tersebut disampaikan di toko; namun, jika komplain tersebut disampaikan melalui telepon, kami pasti menanyakan alamat pelanggan, dan kami meminta maaf saat sampai di rumahnya. Untuk setiap perpindahan karyawan dan perpindahan karyawan, alfamart melakukan briefing terlebih dahulu. Ini bertujuan untuk memberikan promosi yang menarik, menjaga tempat kerja yang nyaman, seperti kebersihannya, kerapian karyawan, dan menyediakan sarana dan prasarana yang tersedia.”

Selain itu, sesuai dengan apa yang Marsela katakan sebagai karyawan Toko Alfamart Panembakan saat wawancara, dia menyatakan bahwa:

“Kita harus berperilaku baik terhadap pelanggan seperti orang lain di sekitar Alfamart, mbak, karena jika karyawannya tidak berperilaku baik, Alfamart juga akan dinilai buruk. Cara Alfamart memasarkan barang-barangnya adalah dengan menyebarkan brosur ke orang-orang di sekitarnya, memberi tahu orang-orang tentang promosi yang sedang berlangsung di toko, dan memberi konsumen barang-barang dengan harga terjangkau. Selain itu, setiap hari harus ada pengecekan barang, mbak, dan jika ada barang yang kadaluarsa, kita akan segera mengembalikannya. Ada juga aturan penempatan produk di tempat ini agar pelanggan lebih mudah menemukannya dan tetap nyaman saat berbelanja.”

Berdasarkan informasi di atas, peneliti dapat memahami citra perusahaan alfamart, yaitu membuat produk yang dijual oleh alfamart dipandang baik oleh pelanggan, sehingga pelanggan menilai produk dengan baik. Alfamart menciptakan citra perusahaannya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, menyediakan sarana dan perlengkapan yang memuaskan kepada pelanggan, dan memberikan promosi untuk produk tertentu.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas perusahaan; citra yang baik dari suatu perusahaan dapat membuat produk atau jasa tersebut menarik minat pelanggan dan, jika produk atau jasa tersebut tidak memuaskan pelanggan, dapat menarik pelanggan baru. Pelanggan yang merasa puas dengan suatu perusahaan akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain, yang pada gilirannya akan membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Bapak Dede, konsumen, juga diwawancarai, yang menyatakan:

“Dengan menjadi minimarket yang serba ada, Alfamart tersedia di setiap daerah, bahkan di pelosok desa, dan karyawannya berpenampilan rapih dan ramah kepada pelanggan. Ada banyak promosi, tempatnya nyaman dan bersih, tetapi sekarang ini di alfamart ini sudah tidak buka 24jam, dan dengan adanya potongan harga itu sangat berpengaruh bagi konsumen karena dapat menghemat pengeluaran dan bisa menarik perhatian konsumen agar berbelanja di alfamart. Menurut saya alfamart mampu memberikan apa yang konsumen butuhkan.”

Selanjutnya, konsumen Bapak Ahur diwawancarai, yang menyatakan bahwa:

“Menurut pendapat saya, Alfamart adalah minimarket yang cukup baik, mbak. Saya lebih suka berbelanja di sana karena karyawannya ramah dan selalu tersenyum, tidak seperti di pasar atau toko lain, di mana penjualnya kadang-kadang tidak ramah.” Selain itu, ada banyak promosi yang tersedia, dan jika Anda memiliki kartu member, Anda dapat mendapatkan poin otomatis yang dapat ditukarkan dengan barang belanjaan”Setelah itu, konsumen Ibu Yuyun diwawancarai, yang menyatakan bahwa:

““Alfamart, mbak, pelayanannya baik, barang-barangnya sudah terjamin higienis, Anda juga bisa tarik tunai di kasir, dan lahan parkirnya cukup luas. Selain itu, karyawan Alfamart mempromosikan produk di luar toko sehingga pelanggan banyak yang mengetahui bahwa beberapa produk diskon sehingga mereka tertarik untuk membelinya.”

Selanjutnya, konsumen Ibu Isum diwawancarai, yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya di Alfamart ini karyawannya ramah dan barang-barang yang

dibutuhkan ada rapih dan bersih. Selain itu, jika harga tidak sesuai dengan daftar harga, pelanggan dapat langsung komplain dan harga akan diberikan sesuai dengan daftar harga. Pelayanan yang cukup baik dan peka terhadap pelanggan, mbak, membuat nilai tambah dan sering melakukan promosi..”

Berdasarkan informasi di atas, ketika pelanggan merasa puas, perusahaan juga akan merasakan manfaatnya. Kualitas bisnis sangat bergantung pada bagaimana karyawan melayani pelanggan dengan baik dan seberapa lengkap barang yang dimiliki alfamart sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan agar mereka tidak mencari di toko lain. Misalnya, jika harga di rak pajangan tidak sama dengan harga yang ada di komputer, pelanggan berhak mendapatkan harga yang mereka lihat di rak pajangan. Jika alfamart tidak mengutamakan pelanggan, maka yang akan rugi adalah mereka sendiri.

Pembasan Penelitian

Berdasarkan informasi yang disajikan dalam penelitian melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta analisis yang dilakukan berdasarkan fokus masalah yang telah dirumuskan, beberapa temuan di lapangan akan dipresentasikan sesuai dengan teori yang ada. Menurut peneliti di lapangan, kepuasan pelanggan di Alfamart Panembakan dapat dicapai dengan mempertimbangkan kualitas barang dan jasa. Menurut Gasperz dalam Umar, kualitas suatu produk, baik barang maupun jasa, dapat didefinisikan sebagai kualitas pelayanan; oleh karena itu, kualitas produk harus ditentukan melalui :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Panembakan.

Yang pertama Kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji dikenal sebagai kualitas pelayanan. Selain itu, toko Alfamart Panembakan melakukan pelayanan dengan mengadakan promosi setiap hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Dengan belanja seratus ribu, pelanggan dapat melakukan tebus murah dan setiap pembelian pulsa seratus ribu akan mendapatkan reward. Penggunaan kartu bagian, juga dikenal sebagai kartu PONTA, yang mendapatkan poin secara otomatis saat berbelanja tanpa ketentuan minimum dan dapat digunakan untuk berbelanja. Jika poinnya sudah banyak, kartu ini dapat digunakan untuk berbelanja.

Yang kedua responsiveness, yang berarti bagaimana karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dengan cara yang sama seperti yang dilakukan di toko Alfamart, karyawan harus ramah terhadap pelanggan. Jika wajah pelanggan terlihat bingung, karyawan harus segera bertanya dan membantu mereka dengan apa yang mereka butuhkan.

Yang ketiga confirmation, seperti pengetahuan karyawan tentang produk, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan pelayanan, keterampilan memberikan informasi, keamanan dalam memanfaatkan layanan yang ditawarkan, dan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Seperti halnya Alfamart Panembakan, yang menerapkan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam) dan harus tahu tata letak barang agar pelanggan tidak bingung saat bertanya kepada mereka.

Yang keempat fokus adalah kombinasi dari aspek akses (kemudahan mendapatkan jasa), komunikasi (komunikasi dua arah antara penjual dan pelanggan), dan pemahaman pelanggan (upaya perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan). Karena pentingnya komunikasi antara karyawan dan pelanggan, karyawan Alfamart Panembakan akan melakukan promosi baik di dalam toko maupun di luar toko selama promosi berlangsung. Namun, Alfamart Panembakan tidak beroperasi 24 jam sehari. Jika tidak, tutup jam 10 malam.

yang kelima penting, yaitu penampilan luar, seperti gedung dan ruang kantor. Dengan cara yang sama, karyawan di Alfamart harus terlihat menarik, rapi, dan bersih. Gedungnya

juga bersih, ACnya dingin, dan musiknya tidak terlalu keras. Namun, di Alfamart Panembakan, tidak ada wifi dan tempat istirahat atau tempat duduk untuk bersantai.

Kualitas pelayanan terdiri dari fitur barang yang pertama, elemen performa yang menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya.

Yang kedua kesesuaian adalah kesesuaian dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan atau keseimbangan antara fitur desain produk dengan fitur kualitas standar yang telah ditetapkan.

Yang ketiga kekuatan adalah umur ekonomis, yang merupakan ukuran daya tahan barang atau masa pakainya.

Yang keempat adalah serviceability, yang mencakup kecepatan, kemampuan, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan perbaikan barang.

Yang terakhir menyimpulkan tentang bagaimana konsumen melihat keberadaan suatu produk sebagai produk berkualitas.

Dalam kasus ini, Alfamart telah melakukan tindakan yang disebutkan dalam teori di atas, seperti memastikan bahwa karyawannya selalu memeriksa tanggal kadaluarsa pada setiap produk untuk memastikan bahwa tanggal kadaluarsa tidak tercantum. Alfamart juga langsung mengganti barang yang sama jika barang tersebut rusak. Kualitas pelayanan sangat penting untuk membangun kepuasan pelanggan; jika perusahaan tidak memberikan layanan yang baik, pelanggan akan kecewa dan mungkin tidak akan kembali berbelanja di Alfamart. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat dicapai oleh perusahaan yang menjadikan kepuasan pelanggan sebagai strategi bisnis yang berkelanjutan dan bukan hanya tindakan politik sesaat. Saat menentukan kepuasan konsumen, lima faktor utama yang harus diperhatikan adalah kualitas produk, kualitas layanan, emosi, biaya, dan harga.

Teori di atas diterapkan di Alfamart: Alfamart lebih mengutamakan pelayanan, harga, dan kualitas barang dan jasa. Konsumen percaya bahwa menembak harga menawarkan harga yang lebih murah dan sering mengadakan promosi.

Konsumen memiliki peran penting dalam dunia bisnis karena mereka dapat berinteraksi dengan bisnis secara tidak langsung. Pelanggan akan dengan senang hati merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain jika mereka merasa puas dengan pelayanannya.

1) Peran Kualitas Perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan Alfamart

Kualitas untuk mendukung pertumbuhan perusahaan adalah salah satu harapan. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan lebih kuat dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan publik, dan berdampak pada produk yang dikeluarkan, karena pelanggan akan lebih mudah memilih produk dengan reputasi yang baik. Di sisi lain, perusahaan dengan reputasi yang buruk akan memberikan kesan yang buruk bagi pelanggan, memungkinkan mereka untuk beralih ke perusahaan lain yang menawarkan kualitas produk yang lebih baik.

Jika seorang pelanggan atau konsumen memberikan rekomendasi positif kepada seorang atau lebih calon pelanggan, penjual akan merasa lebih baik karena mereka tidak perlu ragu akan kualitas produk atau jasa tersebut. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas atau bahkan kecewa terhadap suatu produk atau jasa, kesediaan mereka untuk menggunakan produk atau jasa tersebut dari penjual itu akan hilang dan mereka tidak akan lagi membeli produk atau jasa tersebut dari penjual itu.

Dengan cara yang sama, Alfamart Panembakan mengklaim bahwa pelayanan yang ramah sangat memengaruhi kepuasan pelanggan; misalnya, jika seorang karyawan memberikan pelayanan yang buruk, seperti tidak ramah atau tidak senyum kepada pelanggan, Jika komplain pelanggan tidak ditanggapi dan jika karyawan berbuat salah kepada pelanggan atau tidak meminta maaf kepada pelanggan, maka pelanggan akan berpikiran buruk dan tidak akan kembali berbelanja di Alfamart. Namun, jika karyawan

menunjukkan sikap yang positif terhadap pelanggan, misalnya, ramah kepada pelanggan, peka terhadap pelanggan yang sedang kebingungan, dan peka terhadap pelanggan yang komplain barang pihak dari Alfamart Panembakan menabrak, maka pelanggan akan berpikiran buruk dan tidak akan kembali berbelanja di Alfamart

Ujung tombak perusahaan jasa pelayanan adalah tempat pelanggan berinteraksi secara langsung dengan perusahaan. Pelayanan ini harus dapat berfungsi sebagai komunikator atau hakim dan menanamkan citra positif perusahaan. Mereka juga harus mampu membantu perusahaan memahami bahwa pelanggan adalah sumber yang penting yang harus dijaga dan dipertahankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data penelitian dan pembahasan tentang Analisis Kualitas Pelayanan Bisnis Retail Alfamart Panembakan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Karena ujung tombak perusahaan jasa pelayanan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan merupakan hal yang diperhatikan oleh pelanggan saat membuat keputusan, kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan yang dimiliki pelanggan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat dianggap sukses. Di Alfamart, kualitas yang diterapkan termasuk kualitas barang, yaitu menjaga masa pakai barang dan kelayakan untuk dikonsumsi oleh pelanggan, dan kualitas layanan, yaitu dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan saat berbelanja dan menawarkan promosi akhir pekan yang menarik.
2. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah kualitasnya. Perusahaan harus dapat menciptakan kualitas pelayanan positif tentang dirinya sendiri dan juga harus dapat membantu perusahaan memahami bahwa pelanggan adalah aset penting yang harus dijaga dan dipertahankan. Ketika orang datang ke Alfamart Panembakan untuk berbelanja, karyawannya berperilaku baik, sopan, ramah, dan rapih. Ini adalah kualitas perusahaan yang diterapkan oleh Alfamart Panembakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Francis Tantri, (2015). Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan 4. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arianto, N, (2018) “Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor”. 1(2), 83–101.
- Danang Sunyoto, (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Fandy Tjiptono, (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Fandy Tjiptono, (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi.
- Fandy Tjiptono, Greforius Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- Feri Fernandes Ginting, . (2021) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA REDDOORZ NEAR MIKIE HOLIDAY. Skripsi thesis, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI.
- Hafidz, Luqman. 2023. Teamwork: Definisi, Manfaat, Peran, dan Data. <https://talentics.id/resources/blog/teamwork-adalah/>. Diakses pada 12 April 2024.
- Handi Irawan, (2015). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Donni Junni Priansa, (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Setyo, Purnomo Edwin, (2017), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen BEST Autoweeks’. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6:755-764.

Jurnal Maksipreneur. Vol 7 No. 2 (Juni),129-140
Kasmir, (2017). Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
Kotler Phillip, Kevin Lane Keller, (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
Kotler Phillip, Kevin Lane Keller, (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks. Kotler Philip, Gary Amstrong, (2018). Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
Lestari, Sri Isfantin Puji, (2018). “Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik di Carefour Surakarta,
Putri, Amanda. 2024. Budaya Kerja Alfamart yang Wajib Dipelajari Calon Karyawan. https://blog.pintarnya.com/profesi/budaya-kerja-alfamart/#google_vignette. Diakses pada 04 April 2024.
Rahmalia, Nadiyah. 2023. Teamwork: Pengertian, Pentingnya, Manfaat, dan Skill yang Harus Dikuasai. <https://glints.com/id/lowongan/teamwork-adalah/>. Diakses pada 12 April 2024.
Riyanto, A. 2018. Implikasi Kualitas Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi Andi. *Ecodemica*,2(1)
Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017), 245-246
Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017), 247-252
Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), 94.
www.alfamart.com.