

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Bisnis jasa merupakan sektor bisnis yang banyak diminati oleh Perusahaan dikarenakan kesejahteraan masyarakat yang semakin berkembang maka akan mempengaruhi peningkatan permintaan masyarakat terhadap produk jasa. Peningkatan pertumbuhan ekonomi di sektor jasa khususnya pada bidang yang sama telah menciptakan persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting yang dapat menumbuhkan kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Menciptakan nilai dan kepuasan konsumen adalah inti dari tujuan pemasaran modern. Tujuan kegiatan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai yang tepat dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memenuhi harapannya sehingga dapat menciptakan tingkat kepuasan konsumen tersebut. Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan konsumen yaitu melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkapkan kepuasan dan kualitas jasa. Persoalan jasa merupakan hal yang harus menjadi focus penting oleh perusahaan yang ingin tetap bertahan dalam bisnisnya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan

hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan adalah respon konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.

Dewasa ini, penggunaan teknologi informasi semakin meningkat seiring perkembangan jaman. Hal tersebut yang melatarbelakangi gaya hidup masyarakat yang semakin serba instan dan praktis namun berkualitas. Selain itu, seiring perkembangan jaman serta kemajuan teknologi menjadi peluang besar bagi suatu perusahaan untuk dapat menyediakan layanan online yang mencakup semua kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai tambahan untuk layanan offline-nya. Hal ini dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat terus bertahan dan berkembang mengikuti perkembangan jaman yang semakin canggih.

Dalam menawarkan keunggulan dan kemudahan secara online bagi konsumen serta dalam membeli produk suatu perusahaan, adanya persaingan dalam menyediakan layanan sistem penjualan online yang cepat dan mudah digunakan oleh konsumen untuk meningkatkan layanan di sektor pemasaran jasa.

Alfamart merupakan sebuah Brand Minimarket penyedia kebutuhan Masyarakat yang dimiliki oleh PT Sumber Alfaria Trijaya TBK. Pada tahun 2015 Alfamart resmi meluncurkan aplikasi perangkat lunak AlfaGift yang dapat

memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian berbagai jenis produk yang berdasarkan kebutuhannya secara instan melalui fitur pembelian kebutuhan sehari-hari secara online dengan menggunakan kartu member secara virtual. AlfaGift juga menawarkan berbagai transaksi pembayaran melalui transfer antar Bank BCA, *e-money*, *Go-pay* agar memudahkan konsumen melakukan pembayaran. (Ekaputri & Rizana, 2020)

Diperkuat dengan hasil peneliti terdahulu oleh (Ekaputri & Rizana, 2020) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik AlfaGift Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan Metode *E-servqual* dengan hasil analisis bahwa peneliti menemukan menemukan bahwa Hipotesis 1 dengan uji t terhadap Y diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai X1 terhadap terhadap Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E – Service Quality* diterima yang berarti terdapat pengaruh *E – Service Quality* yang terdiri dari (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy*) terhadap Satisfaction dengan nilai sebesar 53%. Lalu penulis menemukan bahwa Hipotesis 2 dengan uji t terhadap Y ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh nilai X2 terhadap terhadap Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E – Recovery Service Quality* ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh *E – Recovery Service Quality* yang terdiri dari (*responsiveness, compensation, contact*) terhadap Terhadap Satisfaction dengan nilai sebesar 8 %. penulis menemukan bahwa Hipotesis 3 dengan uji F terhadap Y diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai X1 dan X2 terhadap terhadap Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang

berarti terdapat pengaruh *E – Service Quality* dan *E – Recovery Service Quality* secara simultan terhadap Satisfaction.

Dapat disimpulkan bahwa model diterima dan semua variabel independen secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen, juga dapat dijelaskan bahwa Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3 diterima. Maka faktor *E – Service Quality* dan *E – Recovery Service Quality* secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap Satisfaction pengguna Alfagift dan nilai pengaruhnya adalah sebesar 83%. (Ekaputri & Rizana, 2020)

Berdasarkan Observasi yang sudah dilakukan secara langsung kepada Pegawai/Staff Alfamart Cabang Pungkur Bandung yang berlokasi Jl. Pungkur, Ciateul, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40251, Indonesia. Berdasarkan data terakhir Tahun 2023 terdapat 175 orang aktif yang menjadi member AlfaGift pada Alfamart Cabang Pungkur tersebut. Serta peneliti melakukan Survey Pra-penelitian dengan 25 orang responden melalui kuesioner dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Pra – Penelitian Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah menurut saudara pelayanan yang dilakukan oleh aplikasi AlfaGift sudah memuaskan?	32%	68%
2	Apakah jika anda memesan produk pada AlfaGift, produk yang anda pesan datang tepat waktu?	28%	72%
3	Apakah anda pernah ngalami gagal dalam penggunaan voucher pada Aplikasi AlfaGift?	72%	28%

*Sumber diolah oleh peneliti 2023*

Untuk itu dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa sebesar 68% responden merasa kurang puas terhadap pelayanan AlfaGift, namun dilihat dari ketepatan waktu yang dilakukan oleh pelayanan AlfaGift tersebut, bahwa 72% responden merasa bahwa barang yang dikirim tidak tepat waktu sesuai yang ada dalam peraturan. Serta dapat dilihat bahwa 72% responden merasa bahwa dalam penggunaan voucher dalam aplikasi AlfaGift tersebut masih terjadi kesalahan atau voucher yang tidak bisa digunakan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan pada 25 orang responden ditemukan adanya permasalahan yang dapat diketahui antara lain:

a. Keterlambatan pengiriman

Sebagian besar konsumen merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Alfamart melalui pengantaran produk tidak sampai tepat waktu kepada konsumen.

b. Voucher yang tidak dapat digunakan

Dalam permasalahan ini sebagian besar konsumen merasa bahwa jaminan yang diberikan Perusahaan dalam penggunaan Voucher masih menjadi masalah, sehingga dalam penggunaan Voucher tersebut masih gagal digunakan.

Penyebab dari adanya permasalahan tersebut antara lain:

a. *Reliability* (keandalan)

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan AlfaGift kurang baik. Artinya keandalan yang dilakukan oleh karyawan Alfamart tersebut masih kurang

seperti dijelaskan dalam permasalahan sebelumnya yang dimana masih banyak keterlambatan pengiriman barang yang terjadi.

b. *Insurrance* (Jaminan)

Voucher yang tidak dapat digunakan tersebut menjadi penyebab permasalahan yang diberikan oleh pelayanan Alfagift itu sendiri karena penggunaan Voucher tersebut menjadi salah satu jaminan yang seharusnya diberikan oleh Perusahaan kepada konsumen.

Maka berdasarkan uraian tersebut, aplikasi belum sepenuhnya berjalan lancar begitupun dengan pelayanan yang diberikan belum dapat berjalan secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan penggunaanya. Dengan adanya permasalahan tersebut maka peneliti ingin mengetahui mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA ALFA GIFT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMART CABANG PUNKUR BANDUNG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum Alfamart Cabang Pungkur Bandung?
2. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan jasa AlfaGift dan kepuasan konsumen pada Alfamart Cabang Pungkur Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen Alfamart Cabang Pungkur Bandung?
4. Hambatan apa yang dihadapi oleh AlfaGift dalam melayani pelanggan dan apa upaha yang dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran umum Alfamart Cabang Pungkur Bandung
2. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan jasa AlfaGift dan kepuasan konsumen pada Alfamart Cabang Pungkur Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen Alfamart Cabang Pungkur Bandung
4. Untuk mengetahui hambatan dan upaya dalam pelaksanaan dan upaya untuk mengatasi hambatan tersebut.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah ilmu tentang pengetahuan dan menambah ilmu tentang pengaruh kualitas pelayanan pada aplikasi AlfaGift terhadap kepuasan konsumen yang nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu kajian ilmu bagi Perusahaan dan juga dapat digunakan sebagai salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi peneliti

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui dan memahami teori yang telah dipelajari lebih mendalam lagi dengan mempraktikannya langsung pada sebuah objek usaha, dan juga dengan penelitian ini, peneliti dapat mengamalkan teori-teoridan pemahaman pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa AlfaGift terhadap kepuasan konsumen.

2) Bagi pembaca

Peneliti berharap hasil dari penelitian tersebut dapat menambah pengetahuan dan juga wawasan terkait dengan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa AlfaGift terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat dijadikan sarana informasi terkait permasalahan tersebut.

3) Bagi Perusahaan

Dapat memperoleh gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa Alfagift terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dijadikan sebagai masukan atau bahan evaluasi bagi Perusahaan.

### **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Alfamart Cabang Pungkur yang berlokasi Jl. Pungkur, Ciateul, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40251, Indonesia. Penelitian yang dilakukan pada Alfamart ini berlangsung dalam kurun waktu 6 bulan.



Tabel 1.2

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian Pada Alfamart Cabang Pungkur Bandung

No	KETERANGAN	TAHUN 2023-2024																																			
		SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI				MARET				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TAHAP PERSIAPAN																																					
1	Penjajakan																																				
2	Studi Kepustakaan																																				
3	Pengajuan Judul																																				
4	Penyusunan Usulan Penelitian																																				
5	Seminar Usulan Penelitian																																				
TAHAP PENELITIAN																																					
1	Pengumpulan Data																																				
	a. Observasi																																				
	b. Wawancara																																				
	c. Angket																																				
	d. Dokumentasi																																				
2	Pengolahan Data																																				
3	Analisis Data																																				
TAHAP PENYUSUNAN																																					
1	Pembuatan Laporan																																				
2	Perbaikan Laporan																																				
3	Sidang Skripsi																																				

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023 - 2024