# STUDI KOMPARASI PELAYANAN PADA KONSUMEN INDOMARET DAN ALFAMART DI WILAYAH KOTA GORONTALO

**ARTIKEL JURNAL**

**SUSANTY D. MONOARFA**
**NIM: D02419051**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK**
**FAKULTAS ILMU SOSIAL**
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GORONTALO**
**GORONTALO**
**2023**

# STUDI KOMPARASI PELAYANAN PADA KONSUMEN INDOMARET DAN ALFAMART DI WILAYAH KOTA GORONTALO

**Susanty D. Monoarfa[1], Muh. Firyal Akbar[2], Dian Fitriani Karim[3]**
[1,2,3]Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Gorontalo. 96212
Email: susantymonoarfa186@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui Perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo memiliki beberapa perbedaan, namun dalam pelayanan kepada konsumen sudah cukup berjalan dengan baik. Berdasarkan indikator pelayanan yang digunakan dalam penelitian ditemukan: a) *tangible,* baik gerai Indomaret dan Alfamart memiliki toko yang beroperasional 1x12 jam dan 1x24 jam. Dengan perbedaan waktu operasional tersebut akan memiliki perbedaan pelayanan dalam hal tempat duduk bagi konsumen. Selain itu kedua gerai tidak memiliki fasilitas WiFi yang dapat diakses oleh konsumennya. b) *reliability,* hasil penelitian ditemukan adanya penyampaian dari konsumen yang mengalami perbedaan harga dipajangan dengan yang ada dikasir dalam prosesnya konsumen akan diminta untuk menyesuaikan harga yang ada di kasir, sehingga disimpulkan indikator ini belum berjalan dengan baik. c) *responsiveness,* berdasarkan hasil penelitian ditemukan dalam pemberian pelayanan tidak semua pegawai memberikan respon dengan baik dan cepat yang disebabkan adanya kesibukan dan keterbatasan jumlah karyawan yang bertugas, sehingga disimpulkan indikator ini belum cukup berjalan dengan baik. d) *assurance*, berdasarkan temuan penelitian bahwa dalam melakukan pembatalan transaksi konsumen harus menunggu otorisasi yang harus dilakukan oleh SPV atau pimpinan toko hal ini menyebabkan proses pelayanan yang lama, sehingga disimpulkan indikator ini belum berjalan dengan baik. e) *empathy,* sesuai dengan hasil penelitian bahwa indikator ini sudah berjalan dengan baik.

**Kata Kunci:** Komparasi, Konsumen, Pelayanan

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui Perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo memiliki beberapa perbedaan, namun dalam pelayanan kepada konsumen sudah cukup berjalan dengan baik. Berdasarkan indikator pelayanan yang digunakan dalam penelitian ditemukan: a) *tangible,* baik gerai Indomaret dan Alfamart memiliki toko yang beroperasional 1x12 jam dan 1x24 jam. Dengan perbedaan waktu operasional tersebut akan memiliki perbedaan pelayanan dalam hal tempat duduk bagi konsumen. Selain itu kedua gerai tidak memiliki fasilitas WiFi yang dapat diakses oleh konsumennya. b) *reliability,* hasil penelitian ditemukan adanya penyampaian dari konsumen yang mengalami perbedaan harga dipajangan dengan yang ada dikasir dalam prosesnya konsumen akan diminta untuk menyesuaikan harga yang ada di kasir, sehingga disimpulkan indikator ini belum berjalan dengan baik. c) *responsiveness,* berdasarkan hasil penelitian ditemukan dalam pemberian pelayanan tidak semua pegawai memberikan respon dengan baik dan cepat yang disebabkan adanya kesibukan dan keterbatasan jumlah karyawan yang bertugas, sehingga disimpulkan indikator ini belum cukup berjalan dengan baik. d) *assurance*, berdasarkan temuan penelitian bahwa dalam melakukan pembatalan transaksi konsumen harus menunggu otorisasi yang harus dilakukan oleh SPV atau pimpinan toko hal ini menyebabkan proses pelayanan yang lama, sehingga disimpulkan indikator ini belum berjalan dengan baik. e) *empathy,* sesuai dengan hasil penelitian bahwa indikator ini sudah berjalan dengan baik.

**Kata Kunci:** Komparasi, Konsumen, Pelayanan

## PENDAHULUAN

Bisnis ritel di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia. Kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan pasar modern dan bisnis ritel Indonesia. Tumbuhnya masyarakat kelas menengah di tanah air mendorong meningkatnya minat belanja di ritel modern. Ritel modern atau pasar modern selain memberikan alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional/pedagang eceran. Pasar modern memiliki sistem pelayan yang mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket atau swalayan.

Pada pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli dapat melihat pada label harga pada barang yang akan dibeli, serta berada dalam sebuah bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Kegiatan dunia usaha seperti minimarket menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Minimarket yang ada dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli disana. Misalnya dengan rak-rak yang tersusun rapi, sistem pembayaran kasir dan juga ruangan yang ber-AC agar konsumen merasa nyaman dan tidak pengap ketika berbelanja. Minimarket yang ada harus mampu menciptakan keunggulan dalam produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat konsumen dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya (perspektif) terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa/pelayanan dengan harapan-harapannya (ekspektasi) (Markus Hartono et al, 2018).

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan termasuk minimarket Indomaret dan Alfamart yang ada di wilayah Kota Gorontalo agar dapat memuaskan pelangganya. Untuk melakukan pelayanan tersebut tidak semata-mata hanya menekankan pada aspek transaksi namun justru berfokus pada aspek relational. Pelayanan menurut Kolter (2000) didefinisakan sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha memenuhi kebutuhan orang lain, sedang melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Penyelenggaraan pelayanan publik di Indonesia berdasarkan pada cita-cita bangsa Indonesia dimana tertuang pada Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. Cita-cita tersebut adalah untuk memajukan kesejahteraan umum serta mencerdaskan kehidupan bangsa. Penyelenggaraan terkait pelayanan publik yang diberikan pemerintah adalah wujud upaya dari Negara dalam memenuhi kewajiban sebagai pemerintah dan memenuhi hak-hak masyarakat sebagai warga Negara untuk menerima pelayanan baik itu barang, jasa dan pelayanan administratif. Pelayanan publik ini menjadi erat sekali dengan masyarakat maka diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.

Herbert A. Simon (2004), mengatakan bahwa Teori Administrasi pada hakekatnya menyangkut batas-batas aspek perilaku manusia yang rasional dan yang tidak rasional. Teori administrasi menurut Simon adalah secara khas juga merupakan teori

rasionalitas yang diharapkan dan terbatas teori mengenai perilaku manusia yang mementingkan kepuasan karena ia tak memiliki kecerdasan untuk berusaha mencapai titik maksimum. Sedangkan menurut Pasolong (2014) mendefinisikan administrasi sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Siagian (2008) administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990) menyatakan bahwa ada lima dimensi pokok yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: 1. *Tangibles*, 2. *Reliability*, 3. *Responsiveness*, 4. *Assurance* dan 5. *Empathy*. Pelayanan pelanggan ini sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan harus mempertimbangkan dari awal konsumen datang hingga konsumen itu pulang. Untuk mengukur kepuasan pelayanan terhadap konsumen harus didukung oleh fasilitas yang baik, seperti parkir yang luas, meja yang bersih dari sampah sehingga tidak berserakan, toilet yang bersih dan tidak bau. Lantai yang bersih juga harus diperhatikan, hingga karyawan yang menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada konsumen. Adanya fasilitas fisik tentu akan memberikan kelebihan yang membuat nyaman konsumen seperti, komputer, ATM, bahkan Wifi.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

اَخْرَجْنَا وَمِمَّآ كَسَبْتُمْ مَا طَيِّبٰتِ مِنْ اَنْفِقُوْا اٰمَنُوْٓا الَّذِيْنَ يٰٓاَيُّهَا
وَلَسْتُمْ تُنْفِقُوْنَ مِنْهُ الْخَبِيْثَ تَيَمَّمُوا وَلَا ۗ الْاَرْضِ مِّنَ لَكُمْ
حَمِيْدٌ غَنِيٌّ اللّٰهَ اَنَّ وَاعْلَمُوْٓا ۗ فِيْهِ تُغْمِضُوْا اَنْ اِلَّآ بِاٰخِذِيْهِ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji

Ayat tersebut menjelaskan kepada kita bahwa dalam pemberian pelayanan harus betul-betul dilakukan secara sadar dan tidak memandang siapa yang dilayani. Semua pelayanan harus sama kepada sesama manusia. Dalam ayat itu Allah mengatakan dengan kata memicingkan mata yang berarti memberika pelayanan tetapi dengan tidak memberikan senyum dan hanya melihat kearah lain tanpa mau memandang wajah orang yang dilayani tersebut.

Beberapa kajian penelitian yang relevan terkait dengan komparasi pelayanan yang diteliti memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya yang dilakukan oleh Umiyati Umiyati, dan Suyoto (2014). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart Di Wilayah Dukuhwaluh. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arie Prayoga (2018), dengan judul penelitian Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Indomaret dan Alfamart di Candi Gebang, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian

yang dilakukan oleh Ana Ulan Dari, Nurul Qomariah, dan Budi Santoso. (2019), dengan judul penelitian Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Indomaret dan Alfamart di Wilayah Jl. Karimata Jember.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap gerai minimarket di wilayah Kota Gorontalo yakni Indomaret dan Alfamart terdapat beberapa temuan terkait dengan pelayanan yang diberikan yakni: disisi dimensi *tangible* bahwa kedua minimarket ini memiliki persoalan yang berbeda dimana beberapa gerai yang dimiliki oleh indomaret memiliki fasilitas tempat duduk bagi konsumen yang ingin bersantai sejenak, namun hal tersebut tidak diberikan oleh gerai alfamart. Selain itu dari sisi ketersediaan fasilitas lain berupa WiFi, ATM kedua gerai tersebut rata-rata tidak memilikinya. Selanjutnya pada sisi *Reliability*, ditemukan beberapa permasalahan dimana pelayanan yang diberikan oleh kedua gerai tersebut belum begitu cermat. Pada sisi *Assurance* (jaminan), adanya keluhan yang ditemukan berupa tidak samanya harga yang tertera pada display dengan yang ada di kasir sehingga hal ini yang selalu dikeluhkan oleh para konsumen. Selain itu dari hasil observasi juga ditemukan bahwa dari sisi *Emphaty* (empati) berupa pemberian sapa dan salam yang seharusnya didapatkan oleh konsumen sudah tidak ada lagi. Pada awal gerai ini berdiri di wilayah Kota Gorontalo, pelayanan yang diberikan kepada konsumen berupa memberikan sapa dan salam selalu ada, namun pada akhir-akhir ini hal ini sudah tidak dapat ditemukan lagi.

## METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan didalam penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif, karena adanya pihak pihak untuk dipertanggung jawabkan dan juga adanya pihak yang diarahkan untuk melakukan proses pendekatan secara kualitatif mengenai permasalahan terkait perbandingan pelayanan kepada konsumen Indomaret dan Alfamart. Pendekatan kualitatif adalah penelitian untuk memahani fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata serta bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Nawawi, 2012). Untuk melakukan sebuah penelitian yang dapat diukur tingkat validitasnya, sebuah penelitian harus menganut metode penelitian sesuai dengan tema yang menjadi objek penelitian. Sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif dalam mendeskripsikan tentang perbandingan pelayanan kepada konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo.

Penelitian kualitatif pada prinsipnya merupakan salah satu upaya untuk menemukan teori yang dapat menunjang hasil peneletian dan hal itu dilakukan melalui pendekatan induktif. Dengan pendekatan tersebut data dikumpulkan kemudian dianalisis, diabstrasikan, sehingga muncul teori-teori sebagai penemuan penelitian kualitatif. Hal ini dimaksudkan karena, penelitian kualitatif data ditunjang dengan menggunakan data kuantitatif, tetapi yang sering terjadi pada umumnya tidak menggunakan analisis kuantitatif bersama-sama. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kedua peendekatan tersebut memungkinkan untuk digunakan apabila desainya dalam memanfaatkan satu paradigma sedangkan paradigma lainnya hanya seebagai pelengkap. Alasan menggunakan pendekatan kualitatif karena lebih mudah mengadakan penyesuaian dengan kenyataan yang berdimensi ganda, lebih mudah menyajikan secara langsung keterkaitan antara hubungan penelitian dan subjek penelitian, memiliki kepekaan dan daya penyesuaian diri dengan banyak

pengaruh yang timbul dari pola-pola nilai yang dihadapi

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder untuk mendukung proses penelitian ini.

1. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian ini, data primer didapatkan oleh peneliti melalui observasi atau pengamatan langsung dan hasil wawancara dengan para informan terkait perbandingan pelayanan kepada konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo. Beberapa informan dalam penelitian ini, diantaranya:
   - Supervisor (SPV): 6 orang
   - Karyawan : 6 orang
   - Masyarakat/Konsumen : 6 orang
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari dokumen atau sumber informasi lainnya yang berkaitan dengan Studi Komparasi Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo sebanyak 6 gerai yang masing-masing terdiri atas 3 gerai baik Alfamart maupun Indomaret .

Alat pengumpulan data yang digunakan akan disesuaikan dengan jenis penelitian, masalah penelitian, serta jenis data yang dibutuhkan. Peneliti dalam hal ini menggunakan teknik dan alat perolehan data sebagai berikut :

1. Observasi; Nawawi (2012) observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.
2. Wawancara; Nawawi (2012) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara merupakan sumber data atau informan yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti..
3. Dokumentasi; merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam proses penelitian. Akbar dan Usman (2009) memaparkan bahwa dokumentasi merupakan proses pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen pengumpulan data bertujuan untuk mencatat dan mempelajari data yang terdapat di lokasi penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi pokok dalam permasalahan yang didapatkan melalui hasil observasi awal, peneliti menuangkan dalam sub bagian identifikasi masalah, yaitu: 1) Kurangnya fasilitas pendukung bagi kenyamanan konsumen berupa tempat duduk, WiFi dan ATM, 2) Belum begitu cermatnya pelayanan yang diberikan, dan 3) Tidak samanya harga yang tertera pada display dengan yang ada di kasir, dan 4) Pelayanan kepada konsumen yang masih kurang dalam pemberian salam dan sapa ketika konsumen datang dan pergi. Ketiga masalah yang ditemukan oleh peneliti pada saat observasi awal tersebut kemudian dituangkan dalam kajian peneliti dengan menghubungkan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk (1990) dalam bentuk pertanyaan kepada informan dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui Perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo yang melihat dari sisi indikator pelaanan yang terdiri dari 5 indikator yaitu; 1) Dimensi *Tangibel* (berwujud), 2) Dimensi *Reliability* (kehandalan), 3) Dimensi *Responsiviness* (respon/tanggapan), 4) Dimensi *Assurance* (jaminan), 5) Dimensi *Emphaty* (empati).

Dalam melihat perbandingan (komparasi) pelayanan pada konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo telah dilakukan penelitian dengan menggunakan data primer berupa wawancara kepada para SPV, Karyawan dan Konsumen dari masing-masing gerai/toko tersebut. Hasil wawancara yang ada kemudian dikolaborasikan dengan hasil observasi

awal maupun pengamatan yang dilakukan selama melakukan penelitian. Adapun hasil dari penelitian tersebut dapat diuraikan dalam matriks sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Perbandingan Pelayanan

| Dimensi Pelayanan | Hasil Observasi | Temuan Penelitian dalam Pelayanan Kepada Konsumen | |
|---|---|---|---|
| | | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| *Tangibel* (berwujud) | Kurangnya fasilitas pendukung bagi kenyamanan konsumen berupa tempat duduk, WiFi dan ATM. | - Kedua gerai memiliki tempat duduk pada jenis gerai tertentu<br>- Memiliki fasilitas WiFi yang hanya digunakan internal toko<br>- Memiliki fasilitas AC | Pada gerai Indomaret memberikan layanan berupa point coffe yang menjadi tempat nongkrong anak muda. |
| *Reliability* (kehandalan) | Belum begitu cermatnya pelayanan yang diberikan. | Kedua gerai memiliki standar pelayanan (SOP) | Pada gerai Alfamart karyawan belum sepenuhnya menguasai penggunaan komputer |
| *Responsiviness* (respon/tanggapan) | | Karyawan memberikan respon yang cepat dan baik | Pada gerai Alfamart sering dalam pelayanan tidak lengkap karyawannya |
| *Assurance* (jaminan) | Tidak samanya harga yang tertera pada display dengan yang ada di kasir | - Adanya promo yang sering dilakukan sehingga berbeda harga<br>- Pada kedua gerai konsumen dapat membatalkan transaksi | - Pada gerai Indomaret perbedaan harga disebabkan karena harga pusat langsung<br>- Untuk membatalkan transaksi, pada gerai Alfamart harus menunggu otorisasi dari pimpinan, sedangkan Indomaret bisa secara langsung oleh karyawan |
| *Emphaty* (empati) | Pelayanan kepada konsumen yang masih kurang dalam pemberian salam dan sapa ketika konsumen datang dan pergi | Kedua gerai tidak membedakan pelayanan kepada konsumen | Pada gerai Alfamart, konsumen tidak diberikan salam pada saat masuk dan keluar toko. |

Sumber: Hasil Wawancara

Pembahasan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:

**1. *Tangible* (berwujud)**

Menurut Albarq (2013) *tangible* meliputi tampilan fisik pelayanan, seperti fasilitas fisik, alat atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Menurut Sokachae (2014) bahwa *tangible* dapat dilihat dari dimensi ini, segala sesuatu yang dapat terlihat dimulai dari fasilitas, perlengkapan dan karyawan. Menurut Zeithaml dkk (1990) dimensi tangible meliputi, penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan, kemudahan akses pelanggan dalam melakukan pelayanan, dan penggunaan alat bantu. Pelayanan yang baik selain berorientasi pada pelanggan juga harus mampu menyediakan kebutuhan yang menambah nilai dari pelayanan tersebut. Pelayanan yang berwujud kepada pelanggan harus dapat dirasakan dan dilihat langsung oleh pelanggan.

Pelayanan disetiap gerai atau toko tentunya memiliki perbedaan dan persamaan, seperti pelayanan yang ada di gerai Almaft tentunya juga memiliki persamaan maupun perbedaan dalam pemberian pelayanan kepada pelanggannya yang perbedaan ataupun persamaan tersebut semata-mata memberikan ciri khas bagi setiap

pelayanan. Pelayanan di gerai Alfamart dalam hal adanya fasilitas pelayanan yang dapat dilihat juga disediakan oleh gerai Alfamart. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa tidak semua gerai Indomaret dan Alfamart yang menyediakan fasilitas berupa ruang tunggu bagi konsumennya. Ada gerai yang menyediakan tempat duduk dengan waktu operasional 1x24 jam. Selain itu juga ada gerai yang secara umum memiliki jaringan internet (WiFi) tetapi WiFi tersebut tidak secara bebas dapat diakses. Kebanyakan jaringan internet tersebut hanya digunakan oleh karyawan gerai untuk melakukan kegiatan transaksi.

Indikator dari tangible salah satunya juga terkait dengan kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi di gerai atau toko. Kenyamanan merupakan suatu hal yang harus diberikan agar para pelanggan betah dan nyaman ketika mereka mencari barang kebutuhannya di gerai yang tersedia. Terkait dengan kenyamanan ini, informan yang di wawancarai mengatakan bahwa mereka telah dilatih untuk memberikan pelayanan yang baik sehingga akan menimbulkan kenyamanan bagi pelanggagnya. Sehingga wujud kenyamanan tersebut diatur dalam sutau aturan baku (SOP) yang harus ditaati oleh seluruh karyawan.

Kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan yang ada di gerai Indomaret tentunya juga harus dirasakan oleh pelanggan yang ada di gerai Alfamart. Sebagai sebuah gerai yang berskala nasional, tentunya gerai ini memiliki pedoman yang jelas dan teratur dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Pelanggan yang selalu berinteraksi dengan para karyawan dan merasakan secara langsung pelayanan yang diberikan tentunya memiliki pandangan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan.

Pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan semua orang adalah adanya karyawan telah bekerja sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Tepat waktunya dalam pemberian pelayanan tentunya akan berdampak makin puasnya para konsumen ataupun calon konsumen dalam melakukan transaksi di gerai. Pelanggan yang selama ini selalu berinteraksi dengan para karyawan ketika melakukan transaski di toko, memiliki pendapat yang sama dengan informan-informan sebelum-sebelumnya. Mereka mengatakan bahwa para karyawan telah melakukan tugasnya tepat waktu dalam melayani para pelanggan. Masalah jam kerja tentunya setiap perusahaan memiliki aturan mainnya tersendiri. Hal ini pula berlaku pada gerai yang dimiliki oleh Alfamart. Dalam pelayanan yang diberikan, pihak gerai Alfamart memiliki aturan yang jelas terkait dengan jam operasional ataupun jam kerja para karyawannya.

**2. *Reliability* (kehandalan)**

Menurut Sugiyono (2012) *reliability* atau reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Menurut Soegeng A.Y (2006) reabilitas merupakan tingkat konsistensi, untuk mengukur apapun. Makin bervariasi pengukuran dengan sebuah alat ukur maka semakin tidak reliabel alat ukur tersebut. Menurut Azwar (2017) reliabilitas berasal dari kata reliability yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama. Sedangkan Menurut Zeithaml (1990) *reliability* (kehandalan) meliputi kecermatan petugas dalam melayani pelanggan, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, dan

keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

Dimensi *reliability* merupakan kecermatan petugas dalam melayani pelanggan, memiliki standar pelayanan yang jelas dan kemampuan pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Untuk mengukur dimensi *reliability* (kehandalan), dalam upaya mengetahui perbandingan pelayanan kepad konsumen yang dilakukan oleh gerai Alfamart dan Indomaret di Wilayah Kota Gorontalo tentu telah dilakukan pencarian informasi dengan melalaui wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam melihat kehandalam karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Olehnya, disetiap perusahaan untuk menjadikan karyawan menjadi handal dalam pemberian pelayanan harus didasari pada pedoman standar pelayanan yang menjadi ciri khas dari perusahaan. Hal ini sebagaimana penuturan yang disampaikan oleh para SPV selaku informan dalam penelitian ini. Penyampaian para SPV tersebut juga dikuatkan oleh para karyawan yang ada di gerai Indomaret. Para pegawai telah dilatih oleh perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal berdasarakn standar operasional prosedur yang ada dalam perusahaan. Harapan besarnya dengan adanya standar tersebut, akan menjadikan para karyawan menjadi lebih handal dalam melaksanakan tugasnya.

Terkait dengan kehandalan, tentunya yang lebih memahami apakah para karyawan tersebut dapat diandalkan disaat dibutuhkan bantuannya oleh para konsumen adalah konsumen itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen, mereka meyakini bahwa para karyawan dapat diandalkan karena telah melalui proses pelatihan dari perusahaan. Selama ini juga konsumen merasakan bahwa para karyawan telah bekerja sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Kehandalan yang dimiliki oleh karayawan yang ada di gerai Indomaret, seharusnya juga dimiliki oleh karyawan yang bekerja di gerai AlfamartBerkaitan dengan kehandalan karyawan dalam pelayanan kepada konsumen oleh perusahaan telah dilakukan pelatihan atau training bagi karyawan yang baru bergabung. Olehnya ketika karyawan sedang bertugas tentunya akan mengimpelementasikan apa yang telah dia dapatkan selama pelatihan yang juga didukung oleh prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Salah satu indikator dari kehandalan adalah mampu menggunakan alat bantu dalam pemberian pelayanan kepada konsumen. Alat bantu yang dimaksud dalam hal ini terkait dengan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan dalam pelayanan berupa komputer. Dengan demikian bahwa karyawan harus mampu dalam menggunakan alat komputer tersebut. tidak semua mampu dalam mengoperasikan computer, ada karyawan yang harus meminta tolong kepada karyawan lain dalam memecahkan kendala yang diahadapi ketika mengoperasikan komputer.

Salah satu yang menjadi keluhan dari konsumen adalah tidak samanya harga barang yang tertera di pajangan rak penjualan dengan harga yang ada dalam sistem komputer gerai. Sehingga ketika kasir memberitahukan harga yang harus dibayar kepada konsumen, maka konsumen akan biasanya melakukan protes atas ketidaksamaan harga tersebut. Informan mengatakan sebelum melakukan pembayaran, konsumen diminta untuk mengecek kembali kesesuaian harga yang ada antara di pajangan dengan yang di kasir. Sedangkan karyawan lain mengatakan jika terjadi ketidaksesuaian harga di pajangan dengan yang ada di kasir maka dilakukan penyampaian dengan baik. Perbedaan harga biasanya terjadi karena adanya promo dari barang tersebut. Informan lainnya memiliki pernyataan yang tidak jauh berbeda dengan informan lainnya diatas. Perbedaan harga disebabkam karena

label harga harga yang tertera berasal dari pusat. Sehingga kadang terjadi ketidaksesuaian harga tersebut.

Ketidaksesuaian harga yang dilihat konsumen di rak pajangan dengan yang mereka dapatkan ketika membayar menyebakan konsumen harus membayar selisih harga. Terkait dengan masalah harga yang ada di pajangan dengan harga yang ada dikasir tidak semua gerai mengalaminya. Walaupun terjadi tapi sangat jarang ditemui. Walaupun perbedaan harga pada gerai Alfmart tersebut jarang terjadi, sebagai manusia tentunya memiliki kekhilafan. Sehingga jika terjadi perbedaan harga tentunya hal tersebut menjadi tanggungjawab dari karyawan pemegang rak tersebut. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan yang berinisial IMU dan WRW. Ketidaksamaan harga dapat disebabkan karena tidak dilakukan pembaruan atas harga yang ada dengan yang disistem komputer. Sehingga jika hal tersebut terjadi, biasanya karyawan akan mengganti selisih harga.

**3. *Responsiviness* (respon,ketanggapan)**

Menurut Fandy Tjipto (2012) *responsiviness* berkenaan dengan persediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pelayanan yang responsive terhadap permintaan, tidak lama menunggu. Sedangkan menurut Zeithmal dkk (1990) *responsiviness* (respon, ketanggapan) meliputi merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat dan semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas. Dimensi *responsiviness* merupakan sikap tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat merespon semua keluhan konsumen dengan cepat dan tepat. Untuk mengukur dimensi responsiviness (respon/ketanggapan) dalam upaya mengetahui perbandingan pelayanan kepad konsumen yang dilakukan oleh gerai Alfamart dan Indomaret di Wilayah Kota Gorontalo mengenai kecepatan karyawan dalam merespon konsumen dalam pemberian pelayanan. Resppn karyawan memiliki perbedaan namun pada prinsipnya tetap sama bahwa para karyawan melakukan respon dengan cepat atas apa yang diminta oleh konsumen. Bagi karyawan pelayanan yang cepat dan pemberian respon yang cepat menjadi sebuah kewajiban yang diatur dalam SOP.

Para karyawan dituntut oleh perusahaan untuk memberikan respon dan pelayanan yang prima kepada konsumen. Hal itu juga telah diatur dalam standar operasional prosedur yang dibuat oleh perusahaan. Konsumen yang merasakan pelayanan serta respon yang cepat dan baik dari para karyawan pun mengiyakan apa yang disampaikan oleh para informan sebelumnya. Bahwa para karyawan meskipun memiliki kesibukan yang lain dalam pelayanan kepada konsumen, mereka tetap memberikan respon yang baik dan cepat kepada konsumen lainnya yang meminta untuk dilayani. Lain halnya yang terjadi di gerai/toko Alfamart. Gerai ini memiliki model pelayanan dengan sistem pengantaran langsung ke rumah konsumen. Konsumen cukup memesan barang yang dibutuhkan melalui aplikasi yang mereka miliki dan tidak perlu repot untuk datan dan mengantri untuk melakukan pembayaran barang yang dibutuhkan. Dalam memberikan respon dalam pelayanan, menurut para supervisor toko ini menjadi sebuah keharusan bagi seluruh karyawan yang bekerja di gerai Alfamart. Bagi karyawan pelayanan yang maksimal adalah sebuah tanggungjawab serta tentunya menjadi salah satu cara mencitrakan yang baik kepada konsumen. Sebagai perusahaan yang melakukan praktek penjualan barang kepada masyarakat tentunya

pelayanan yang cepat dan baik menjadi sebuah modal dan keharusan yang harus dimiliki. Olehnya dalam pelayanan kepada konsumen para karyawan yang bekerja di gerai Alfamart memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada para konsumen.

Selain memberikan respon yang baik, salah satu hal yang harus direspon oleh karyawan dalam memberikan pelayanan adalah terkait dengan layanan ataupun mutu barang yang ditawarkan oleh gerai-gerai tersebut. Sebagai perusahaan ritel tentunya mutu barang yang ditawarkan harus diperhatikan dengan baik oleh para karyawan. Sehingga jika adanya keluhan terkait dengan barang yang dijual maka karyawan harus memberikan respon yang baik. Bagi karyawan yang bekerja di gerai Indomaret, mereka telah diajarkan dalam memberikan respon yang baik atas keluhan dari para konsumen. Selain itu karyawan akan menawarkan solusi yang baik atas keluhan yang disampaikan.

Yang selalu menjadi keluhan dari konsumen adalah adanya ketidaksamaan antara harga yang ada dipajangan (display) dengan yang ada di komputer kasir. Sehingga sering menjadi kerugian bagi konsumen yang berbelanja. Jika hal ini terjadi biasanya karyawan akan menjelaskan atas kesalahan yang terjadi kepada konsumen. Atas kesalahan yang terjadi tersebut tentunya akan direspon dan disikapi dengan cepat oleh para karyawan. Adanya kepuasan yang didapatkan oleh para konsumen atas respon yang cepat yang diberikan para karyawan tentunya akan memberikan dampak kepuasan bagi konsumen. Jika karyawan selalu dengan senang hati menerima keluhan serta memperbaiki kesalahan dengan respon yang baik tentunya akan membuat konsumen akan merasa senang.

**4. *Assurance* (jaminan)**

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001) menyatakan *assurance* adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, antara lain komunikasi, kualitas, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun. Menurut Robert Irwin Mehr yang diterjemahkan oleh Sula (2004) asuransi adalah suatu alat untuk mengurangi resiko keuangan, dengan cara pengumpulan unit-unit dalam jumlah yang memadai, untuk membuat agar kerugian individu secara kolektif dapat diperkirakan. Kerugian yang dapat diprediksi itu kemudian dibagi dan didistribusikan secara proporsional diantara semua unit dalam gabungan tersebut. Sedangkan menurut Zeithmal dkk (1990) *assurance* (jaminan) meliputi memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan dan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.

Dimensi *assurance* merupakan sikap dari pegawai memberikan jaminan kepada masyarakat berupa tepat waktu dalam memberikan pelayanan. Untuk mengukur dimensi ini dalam upaya mengetahui mengetahui perbandingan pelayanan kepad konsumen yang dilakukan oleh gerai Alfamart dan Indomaret di Wilayah Kota Gorontalo. Dalam pemberian pelayanan, jaminan atas ketepatan waktu karyawan dalam pemberian pelayanan kepada konsumen sangat penting. Bukan hanya kehadiran karyawan tepat waktu namun juga berkaitan dengan ketepatan waktu karyawan dalam menyelesaikan tugasnya sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Karyawan yang bekerja di indomaret, dalam melaksanakan tugasnya telah dibagi sesuai dengan bidangnya masing-masing. Karyawan dalam pemberian pelayanan kepada konsumen dituntut untuk secara optimal dalam menyelesaikan tugas yang telah ditetapkan. Jika karyawan tidak melakukannya ataupun menyelesaikan tgas tersebut tepat waktu akan berujung

dengan pemberian surat peringatan (SP1) dari pimpinan gerai.

Menurut karyawan gerai Indomaret bahwa mereka telah dibagi tugas serta diwajibkan dalam menyelesaikan tugasnya tepat waktu. Sehingga dengan ketetapan tersebut, setiap karyawan menyelesaikan segala tugasnya sesuai dengan ketetapan dari perusahaan. Konsumen gerai Indomaret mengatakan bahwa karyawan gerai tersebut telah melaksanakan tugasnya tepat waktu dan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Berbeda dengan penjelasan dari supervisor Alfamart. Para karyawan agak sulit dalam menyelesaikan tugasnya tepat waktu dikarenakan banyaknya laporan yang harus dibuat serta pekerjaan lainnya yang harus diselesaikan. Sehingga dengan keadaan tersebut tentunya membuat ketidaktepatan waktu bagi karyawan dalam menyelesaikan tugasnya. Namun demikian, para karyawan tetap menyelesaikan tugas tersebut walaupun tidak sesuai dengan janji yang telah ditetapkan. Penjelasan yang sama juga disampaikan oleh para karyawan gerai Alfamart. Para karyawan mengakui bahwa mereka tidak menyelesaikan tugasnya tepat pada waktunya disebabkan adanya pekerjaan lainnya yang sangat penting. Konsumen ketika diwawancarai terkait dengan ketepatan waktu karyawan dalam menyelesaikan tugasnya mengatakan bahwa memang para karyawan belum tepat waktu dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan mereka.

Selain adanya ketepatan waktu dalam pelayanan, hang harus juga diperhatikan oleh perusahaan ataupun karyawan dalam pemberian pelayanan adalah adanya alur layanan ataupun petuntuk bagi konsumen dalam mendapatkan pelayanan ataupun melakukan komplain atas layanan yang diberikan. Pada gerai yang dimilki oleh Indomaret, petunjuk atas pelayanan yang diberikan dimuat dalam sebuah poster yang diletakkan pada sudut-sudut toko untuk memudahkan konsumen dalam melihatnya. Dengan adanya petunjuk layanan yang diberikan, harapannya konsumen tidak mengalami kebingungan ketika melakukan komplain atas layanan yang diberikan. Senada dengan apa yang disampaikan oleh informan sebelumnya, bahwa dalam pemeberian layanan kepada konsumen telah disediakan petunjuk dalam pemberian pelayanan guna memudahkan konsumen dalam melakukan aduan atas pelayanan yang diberikan. Petunjuk ataupun alur pelayanan yang disediakan oleh gerai dalam bentuk poster dan disteiap komputer kasir telah terdapat sharing yang menjadi petunjuk dalam pemberian pelayanan kepada konsumen.

Berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh dua orang konsumen yang menjadi informan dalam penelitian yakni MRI dan RIM. Mereka berdua kompak mengatakan bahwa alur ataupun petunjuk pelayanan yang disediakan oleh gerai/tokok. Konsumen mengatakan bahwa selama ini mereka tidak pernah melihat petunjuk pelayanan tersebut. Jika konsumen mengalami masalaha ataupun memiliki keluhan hanya diminta menghubungi nomor tertentu untuk melakukan aduan. Namun, salah seorang konsumen meyakini bahwa setiap toko seperti yang dimiliki oleh Indomaret pastinya memiliki alur ataupun petunjuk dalam pemberian pelayanan kepada konsumen. Wawancara yang dilakukan kepada para SPV yang bekerja di gerai Alfamart menemukan kesamaan jawaban seperti yang disampaikan oleh informan yang telah diwawancarai sebelumnya di Gerai Indomaret. Hal ini mengindikaskan bahwa layanan yang diberikan oleh kedua toko tersebut memiliki aturan dan konsep yang sama dalam pemberian pelayanan kepada konsumen.

Tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh para SPV, para karyawan yang melakukan pelayanan kepada konsumen ketika berbelanja di toko juga mengatakan hal yang sama terkait dengan alur pelayanan dalam

pemberian pelayanan kepada konsumen. Apa yang disampaikan oleh informan sebelumnya baik itu SPV dan karyawan dibenarkan oleh konsumen yang diwawancarai. Para konsumen meyakini bahwa setiap gerai/toko pastinya memilki alur atau petunjuk dalam pelayanan yang dapat memudahkan bagi konsumen dalam memberikan komplain ataupun aduan.

Dalam setiap transaksi yang dilakukan, kadangkala konsumen terlau terburu-buru dalam memilih produk sehingga menyebabkan konsumen tersebut ketika telah sampai di kasir dan kasir telah melakukan input atas produk yang diambil tersebut kadangkala konsumen ingin mengganti produk tersebut dengan alasan salah ambil ataupun barang terlalu mahal. Sebagai penjual yang baik tentunya setiap gerai akan mengikuti permintaan dari konsumen untuk membatalkan dan mengganti produk yang mereka beli. Gerai/Toko Indomaret ketika menghadapi konsumen semacam itu dalam prakteknya akan mengikuti kemauan konsumen untuk membatalkan (cancel) barang yang dibeli. Namun gerai ini memiliki aturan bahwa barang yang dibatalkan tersebut hanya bisa diganti dengan barang yang memiliki nilai harga yang sama.

Pernyataan yang sama juga diberikan oleh para karyawan yang menjadi informan dalam penelitian ini. Mereka menyampaikan bahwa konsumen dapat membatalkan transaksi namun hanya bisa menggantinya dengan barang yang memilki harga yang sama dengan produk yang dibatalkan. Konsumen tidak bisa mengganti barang yang dibatalkan tersebut dengan uang. Salah seorang konsumen mengatakan bahwa dalam pembatalan transaksi hanya bisa dilakukan paling banyak 3 kali. Namun konsumen hanya bisa menggantinya dengan barang yang sama karena disetiap toko/gerai memiliki standar yang pasti terkait dengan pembatalan transaksi oleh konsumen.

Pada gerai/toko yang dikelola oleh Alfamart memiliki kebijakan yang tidak jauh berbeda dengan apa yang dimilki oleh Gerai/Toko Indomaret. Pada gerai Alfamart, kosumen juga dapat membatalkan barang belanjaan dan menggantinya dengan barang yang memiliki harga yang sama ataupun harga yang lebih mudah ataupun lebih mahal. Namun setiap transaksi yang dibatalkan harus dilakukan otorisasi dari SPV ataupun pimpinan toko. Demikian pula penyampaian oleh informan lainnya bahwa konsumen dapat membatalkan transaksi dan mengganti barang tersebut dengan barang yang memiliki nilai yang sama, lebih murah ataupun mahal dan setiap transaksi yang dibatalkan tentunya harus dilakukan otorisasi oleh SPV ataupun pimpinan toko/gerai tersebut. Penyampaian yang diberikan oleh para SPV diatas yang telah diwawancarai juga dibenarkan oleh para karyawan yang melakukan pelayanan perbelanjaan di toko/gerai tersebut. Karyawan mengakui bahwa konsumen dapat membatalkan barang belanjaan dengan menggantinya dengan barang lain.

Tentunya dengan adanya kebijakan dapat membatalkan barang yang telah masuk dalam transaksi komputer kasir tidak serta merta bahwa barang itu secara otomatis dapat diganti. Kasir dalam melakukan pembatalan dan penggantian barang yang sudah masuk dalam pencatatan komputer memerlukan sbuah otorisasi yang hanya dimiliki oleh SPV ataupun pimpinan toko/gerai. Namun jika otorisasi tersebut membutuhkan waktu yang lama dan konsumen sudah buru-buru akan meninggalkan toko/gerai, maka kasir secara spontan akan melakukan pembatan tersebut tanpa menunggu otorisasi. Sehingga jka hal tersebut terjadi maka kasir akan menanggung kekurangan atas transaksi dan harus menggantinya dengan uang pribadi dari petugas kasir tersebut.

**5. E*mphaty* (empati)**

Menurut Hodges, S.D dan Klein, K.J (2011) empati adalah kemampuan dengan berbagai definisi yang berbeda yang mencakup spektrum yang luas, berkisar pada orang lain yang menciptakan keinginan seseorang untuk menolong sesame, mengalami emosi yang serupa dengan emosi orang lain, mengetahui apa yang orang lain rasakan dan pikirkan, mengaburkan garis antaradiri dan orang lain. Sedangkan menurut Zeithmal dkk (1990) *emphaty* (empati) meliputi petugas melayani dengan sikap ramah sopan santun, melayani dan menghargai setiap pelanggan dan tidak diskriminatif.

Dimensi *emphaty* yaitu perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap masyarakat dalam melayani masyarakat dengan sikap ramah, sopan santun dan tidak diskriminatif serta melayani dan menghargai setiap masyarakat. Untuk mengukur dimensi ini dalam upaya mengetahui perbandingan pelayanan kepad konsumen yang dilakukan oleh gerai Alfamart dan Indomaret di Wilayah Kota Gorontalo. tentunya keramahan dan kesopnanan harus dimiliki oleh seluruh karyawan yang melakukan pelayanan kepada konsumen. Dengan adanya rasa ramah dan sopan yang diberikan tentunya akan memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen yang berbelanja. Di Gerai/Toko Indomaret menganut sistem TSS yakni pegawai harus memberikan Tatap, Syenum dan Sapa kepada setiap konsumen yang berbelanja pada gerai tersebut. Hal ini juga telah diatur dalam Standar Operasional Prosedur yang dikeluarkan oleh perusahaan. Penyampaian ini sebagaimana yang diutarakan oleh informan yang berinisial RH. Dalam prakteknnya bahwa SOP yang dibangun oleh perusahaan tersebut selalu dilakukan pengecekan apakah sudah dijalankan dengan benar oleh seluruh karyawan.

Tidak jauh berbeda dengan sistem pelayanan yang diberikan oleh gerai Indomaret. Pada Gerai yang dimiliki oleh Alfamart, pemberlakukan terkait dengan kesopanan dan keramahan juga wajib diterapkan oleh para karyawan dari gerai tersebut. Menurut informan lainnya bahwa kesopanan dan keramahan menjadi sebuah kewajiban yang harus diberikan oleh karyawan kepada konsumen. Para SPV yang diwawancarai juga mengatakan bahwa sikap ramah serta memberikan salam kepada konsumen yang datang harus dijalankan oleh seluruh karyawan di toko dan para SPV bertugas bahwa sikap tersebut benar-benar dilakukan oleh karyawan yang sedang bertugas.

Sedikit berbeda dengan penyampaian dari konsumen selaku informan dalam penelitian ini yang mengatakan bahwa benar para karyawan memberikan senyum yang ramah, namun para karyawan tersebut tidak memberikan sapaan selamat datang kepada konsumen yang masuk di toko/gerai tersebut. Senyuman, sapaan ataupun salam yang seharusnya diberikan tidak ada sama sekali dilakukan oleh para karyawan. Informan lainnya dibarengi dengan sapaan dan salam. Namun karyawan akan mengarahkan konsumen jika menanyakan terkait dengan barang yang sedang dibutuhkan.

Pelayanan yang baik tentunya mencakup seluruh aspek yang menjadi luaran dari pelayanan yang diberikan. Pelayanan harus adil dan tanpa membedakan siapa yang dilayani. Dengan adanya penyamaan palayanan kepada konsumen tentunya akan dapat menarik simpatik dari konsumen yang melakukan transaksi pada toko/gerai yang dijalankan. Pada gerai Indomaret ketika dilakukan wawancara kepada para SPV yang menjadi informan penelitian didapatkan bahwa dalam pelayanan memberikan kesetaraan yang sama kepada konsumen yang datang. Tidak ada perbedaan yang dilakukan oleh para SPV dan bahkan SPV berkewajiban dalam melakukan pengecekan kepada setiap karyawan

yang bertugas untuk tidak melakukan diskriminasi kepada setiap konsumen. Demikian pula diungkapkan oleh karyawan lainnya, ketiga karyawan secara kompak mengatakan bahwa tidak ada perbedaan perlakuan kepada konsumen yang datang berbelanja. Setiap konsumen memiliki hak yang sama.

Pada gerai yang dikelola oleh Alfamart, dalam pelayanan yang diberikan juga sama seperti pada gerai sebelumnya. Karyawan akan melakukan pelayanan dengan tanpa membedakan staus dari setiap konsumen yang datang. Bahwa jika ada perbedaan pelayanan dari karyawan tetapi tidak membedakan pelayanan tersebut kepada konsumen yang dilayanani. SPV lain mengatakan bahwa setiap karyawan memilki karakter dan perilaku yang berbeda dalam pelayanan kepada konsumen. Walaupun memiliki karakater dan perilaku yang berbeda tersebut tetapi dalam pelayanan yang diberikan tetap sama dengan tidak memberikan perbedaan pelayanan kepada konsumen. Diakui oleh karyawan lainnya bahwa sudah pasti ada perbedaan namun perbedaan yang diberikan tersebut memiliki tujuan yang sama yakni pelayanan terbaik kepada konsumen. Diakui oleh konsumen bahwa setiap karyawan pasti memilki perilaku dan pemikiran yang berbeda satu sama lainnya. namun dengan perbedaan tersebut tidak menjadi hal yang membedakan dalam pelayanan yang diberikan. Dengan perbedaan perilaku dan pemikiran yang dimiliki, karyawan dalam pelayanan tidak membedakan setiap konsumen yang datang.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa perbandingan Pelayanan Pada Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Kota Gorontalo memiliki beberapa perbedaan, namun dalam pelayanan kepada konsumen sudah cukup berjalan dengan baik. Dimana berdasarkan indikator pelayanan didapatkan bahwa berdasarkan dimensi-dimensi pelayanan yang diteliti ditemukan: a) *tangible,* baik gerai Indomaret dan Alfamart memiliki toko yang beroperasi 1x12 jam dan 1x24 jam, dengan perbedaan waktu operasional tersebut akan memiliki perbedaan pelayanan juga misalnya pada pelayanan yang memiliki jam operasional 12 jam tidak memiliki tempat duduk bagi konsumen sedangkan gerai yang memiliki jam operasional 24 jam memiliki tempat duduk. Selain itu kedua gerai tidak memiliki fasilitas WiFi yang dapat diakses oleh publik ataupun konsumennya, WiFi hanya digunakan dalam operasional toko. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator ini belum berjalan dengan baik, b) *reliability,* sesuai dengan hasil penelitian didapatkan bahwa indikator reliability belum berjalan dengan baik, ditemukan adanya penyampaian konsumen yang mengalami perbedaan harga dipajangan dengan yang ada dikasir. Dalam prosesnya konsumen akan diminta untuk menyesuaikan harga yang ada di kasir, c) *responsiveness,* berdasarkan hasil penelitian, indikator ini belum cukup berjalan dengan baik, dimana dalam pemberian pelayanan tidak semua pegawai memberikan respon dengan baik dan cepat yang disebabkan adanya kesibukan dan keterbatsan jumlah karyawan yang bertugas, d) *assurance*, berdasarkan temuan penelitian indikator ini belum berjalan dengan baik. Ditemukan bahwa dalam melakukan pembatalan transaksi konsumen harus menunggu dalam hal otorisasi yang harus dilakukan oleh SPV atau pimpinan toko tersebut dan e) *empathy,* sesuai dengan hasil penelitian bahwa indikator ini sudah berjalan dengan baik. Para pegawai dalam memberikan pelayanan tidak membedakan setiap konsumen yang datang. Mereka dilayani secara sama.

**Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan yaitu:

a. Peningkatan pelayanan untuk indikator *tangible* (bukti fisik) yaitu dapat berupaya menyediakan tempat tunggu bagi konsumen yang harus menunggu jemputan pada gerai yang tidak memilikinya. Selain itu harus menyediakan fasilitas WiFi untuk kelancaran transaksi bagi konsumen. Selain itu hrus ada alur pelayanan yang jelas bagi konsumen.
b. Peningkatan pelayanan untuk indikator *responsiveness* (daya tanggap) yaitu dengan memberikan respon yang baik serta perlu adanya perubahan sikap petugas pelayanan dalam memanfaatkan waktu pelayanan sebaik-baiknya agar lebih efektif dan efisien

**DAFTAR PUSTAKA**


Akbar & Usman. (2009). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.

Albarq, Abbas. N. (2013). Applying a SERVQUAL model to measure the impact of service wuality on customer loyalty among local Studi banks in Riyadh.American Journal of Industrial and Business and Management, 3(08), 700-707.

Ana Ulan Dari, Nurul Qomariah, dan Budi Santoso. (2019). Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Indomaret dan Alfamart di Wilayah Jl. Karimata Jember

Arie Prayoga. (2018). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Indomaret dan Alfamart di Candi Gebang, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Azwar, S. (2017). Metode penelitian psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hodges, S.D., & Klein, K.J. (2001). Regulating the costs of empathy : the price of being human. Journal of Socio-Economics

Kotler, Philip. (2008) Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.

Markus Hartono et al. (2018). Kerangka Konseptual Aplikasi Kensei Engineering dan TRIZ pada Industri Layanan.

Nawawi, Hadari. (2012). Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Pasolong, Harbani. (2014). Teori Administrasi Publik. Yogyakarta: Alfabeta

Siagian, P. Sondang. (2008). Filsafat Administrasi, Jakarta: PT Gunung Agung

Simon A, Herbert. (2004). Administrative Behavior: Perilaku Administrai. Jakarta: Bumi Aksara.

Soegeng, A.Y. (2006). Dasar-Dasar Penelitian. Semarang:IKIP PGRI Semarang Press

Sokachae, E. H. & Moghaddam, F. M. (2014). The Impact of Service Quality of Customer Satisfaction by Using SERVQUAL Model. International Journal of Business and Marketing, 1 (1)1 1-16.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sula, M Syakir. (2004). Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional. Jakarta:Gema Insani.

Tjiptono, Fandy. (2012). Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

Umiyati Umiyati, dan Suyoto. (2014). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart Di Wilayah Dukuhwaluh

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations. Simon and Schuster.