



Analisis Evaluasi Kualitas Pelayanan di K3 Mart Graha Pena Surabaya: Pengalaman Konsumen

Annisa Septi Amaliyah¹, Melinda Rosilawati², Eli Masnawati³

¹⁻³Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Brigjen Katamso II, Bandilan, Kedungrejo, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur

Korespondensi penulis: annisasa82@gmail.com

Abstract. *K3 Mart is a minimarket that markets various kinds of Korean products and from other countries as well as MSME products with a lifestyle theme. The products marketed at the minimarket are halal products. This research was conducted with the aim of finding out the quality of service provided by employee staff to consumers based on the consumer's experience after visiting. This research is qualitative research with a focus on analyzing consumer experiences regarding service quality. This research uses descriptive research. The research method used is a qualitative method with interview and observation data collection techniques. The indicators used in this research are physical evidence, reliability, empathy, responsiveness and assurance. The research results show that the five indicators have been well implicated by business owners and staff employees. Even though it is considered quite good, the business owner and staff are still trying to improve the quality of service at K3 Mart Graha Pena.*

Keywords: *Minimarket, Service Quality, Kualitatif*

Abstrak. K3 Mart merupakan minimarket yang memasarkan berbagai macam produk Korea maupun dari negara lain serta produk UMKM yang bertema *lifestyle*. Produk dipasarkan di minimarket merupakan produk yang sudah halal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh para staff karyawan kepada konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah berkunjung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan fokus pada analisis pengalaman konsumen terhadap kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Indikator yang digunakan pada penelitian ini yaitu bukti fisik, keandalan, empati, daya tanggap dan jaminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima indikator sudah terimplikasi dengan baik oleh pemilik usaha dan para staff karyawan. Meskipun dinilai cukup baik, pemilik usaha dan para staff karyawan tetap berupaya melakukan peningkatan kualitas pelayanan di K3 Mart Graha Pena.

Kata kunci: Minimarket, Kualitas Pelayanan, Kualitatif

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi mengakibatkan adanya globalisasi yang membuat budaya asing dapat masuk ke Indonesia. Salah satu budaya yang kini telah merambah ke Indonesia adalah budaya Korea atau *Korean Wave*. *Korean Wave* memiliki pengaruh besar dan menjadi hal yang populer di kalangan masyarakat, terutama kalangan remaja. *Korean wave* sendiri pertama kali masuk ke Indonesia melalui dunia hiburan seperti musik dan drama seri. Kedua hal tersebut merupakan pengaruh *Korean wave* menyebar di Indonesia sehingga menjadi daya tarik minat masyarakat untuk mencari tahu hal – hal yang berhubungan tentang Korea. Budaya Korea seperti makanan, minuman dan berbagai hal tentang Korea sering di temui di berbagai tontonan Korea melalui media sosial maupun media cetak seperti film, drama, majalah dan lain sebagainya.

Seiring dengan meluasnya *Korean wave*, permintaan makanan dan minuman Korea di Pasar Indonesia terus meningkat sehingga hal ini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dan pengusaha UMKM sebagai peluang yang menguntungkan untuk bisnis mereka. Namun, tidak semua makanan dan minuman Korea yang masuk ke pasar Indonesia terjamin halal-halalnya. Oleh karena itu, pelaku bisnis dan penjual bersaing untuk menghadirkan makanan dan minuman Korea yang mempertahankan cita rasa aslinya dengan versi yang halal. Salah satu pelaku bisnis yang menawarkan berbagai macam makanan, minuman Korea yang halal dan hal – hal tentang Korea yaitu K3 Mart.

K3 Mat merupakan minimarket yang memasarkan berbagai macam produk Korea maupun dari negara lain serta produk UMKM yang bertema *lifestyle*. K3 Mart pertama kali berdiri pada tahun 2013 di kota Medan, Sumatera Utara. Menariknya K3 Mart baru pertama kali hadir di Jawa Timur yang berlokasi di kota Surabaya. Di Surabaya sendiri K3 Mart pertama kali berdiri di Gedung Graha Pena, Jl. Ahmad Yani No. 88, Ketintang, Gayungan. Lokasi K3 Mart tergolong strategis yaitu di pinggir jalan raya membuat para konsumen dapat menemukan lokasi dengan mudah. K3 Mart di Gedung Graha Pena dibuka dari jam 09.00 pagi hingga pukul 12.00 malam. Uniknyanya disana menawarkan konsep minimarket yang berbeda dari biasanya yaitu bisa memasak sendiri atau di bantu memasakkan oleh staff karyawan aneka mie yang sudah dipilih di K3 Mart Graha Pena Surabaya dengan tambahan biaya Rp 15.000,- dan tersedia area dalam serta luar ruangan untuk makan, minum dan bersantai.

Awal pembukaan K3 Mart Graha Pena Surabaya menarik banyak pengunjung yang seseorang pencinta Korea mulai dari dalam kota Surabaya atau luar kota yang rela datang serta menikmati sensasi berbelanja disana. Pada saat pembukaan, K3 Mart Graha Pena Surabaya juga menawarkan promo *grand opening* paket Rp 15.000,- sudah dapat minuman. Tidak hanya itu saja, variasi produk Korea maupun dari negara lain serta UMKM yang tersedia dirasa cukup lengkap untuk mampu menarik konsumen berkunjung.

Kualitas pelayanan adalah faktor penting yang perlu diperhatikan karena berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Menurut Alharthey (2019), kualitas pelayanan pada intinya adalah seberapa jauh pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi dan kepercayaan konsumen. Menurut Essardi *et. al* (2022), kemampuan penjual dalam memberikan pelayanan yang berkualitas membentuk loyalitas dan kemungkinan konsumen memberikan rekomendasi positif terhadap kualitas pelayanan.

K3 Mart Graha Pena Surabaya sebagai salah satu minimarket yang menawarkan makanan, minuman dan produk produk Korea selalu menarik perhatian para pencinta Korea untuk datang berkunjung. Tidak sedikit pengunjung juga membagikan pengalaman mereka

berkunjung di K3 Mart Graha Pena dengan video singkat di media sosial seperti Tiktok, sehingga akan membuat banyak masyarakat mengetahui tentang K3 Mart Graha Pena Surabaya. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi kualitas pelayanan yang ada di K3 Mart Graha Pena Surabaya untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Berdasarkan alasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana kualitas pelayanan yang didapatkan oleh para konsumen ketika berkunjung di K3 Mart Graha Pena Surabaya.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas pelayanan adalah faktor penting yang perlu diperhatikan karena berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Menurut Goesth & Davis (2019), Kualitas pelayanan adalah keadaan yang selalu berubah terkait dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Menurut Kotler & Keller (2013), Kualitas pelayanan adalah suatu konsep dimana satu pihak menawarkan sesuatu kepada pihak lain yang tidak berbentuk secara fisik dan tidak dapat dimiliki namun bisa dirasakan oleh konsumen. Menurut Nwannebueze & Igwe (2021), Kualitas pelayanan dievaluasi dengan membandingkan kinerja aktual dengan harapan. Menurut Nejadjavad & Gilaninia (2016), Kualitas pelayanan merupakan sikap atau penilaian umum konsumen sehubungan dengan supremasi suatu layanan. Kualitas pelayanan yang unggul akan menghasilkan kinerja yang lebih baik dan mempunyai manfaat seperti loyalitas pelanggan. Menurut Nusjirwan *et. al* (2020), Indikator – indikator yang mengukur kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reability*)
3. Empati (*Emphaty*)
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
5. Jaminan (*Assurance*)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan fokus pada analisis pengalaman konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami fenomena – fenomena apa saja yang dialami subjek penelitian seperti persepsi, perilaku, tindakan, motivasi dan sebagainya secara holistik dan digambarkan dengan kata – kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode secara alami (Moleong, 2007). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu mencocokkan

kenyataan empiris dan teori yang berlaku. Penelitian ini dilakukan di K3 Mart Graha Pena Surabaya tepatnya di Jalan Ahmad Yani No 88, Ketintang, Gayungan.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang didapat secara langsung dari sumber asli, seperti pengumpulan data dari responden melalui wawancara. Data sekunder merupakan data yang didapat dari sumber kedua yang dikumpulkan orang lain dapat berupa penelitian orang lain, catatan maupun dokumentasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode wawancara dan observasi. Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada orang – orang yang dijadikan informan yang mempunyai topik dan masalah yang akan diteliti. Metode wawancara ini akan dilakukan kepada para konsumen yang pernah berkunjung di K3 Mart Graha Pena. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati subjek penelitian secara langsung dengan penuh perhatian. Metode observasi lapangan dilakukan dengan pengamatan langsung untuk mencatat perilaku, interaksi dan dinamika di dalam K3 Mart Graha Pena.

Analisis data dimulai dengan pendekatan induktif, dimana peneliti langsung terlibat dalam pengumpulan data dan menelaah kejadian – kejadian di lapangan. Setelah data didapatkan, maka penulis akan menganalisis dan merangkum data dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di K3 Mart Graha Pena Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator – indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) telah diterapkan dengan baik oleh para staff karyawan yang ada di K3 Mart Graha Pena.

Indikator Kualitas Pelayanan K3 Mart Graha Pena Surabaya

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*), yaitu berupa penampilan fisik. Penampilan fisik ini dapat berupa proses pelayanan yang dihadirkan oleh K3 Mart Graha Pena Surabaya. Pada indikator bukti fisik ini terdiri dari kemudahan dalam pelayanan di K3 Mart Graha Pena Surabaya dan kenyamanan tempat yang tersedia.

Kemudahan dalam pelayanan di K3 Mart Graha Pena Surabaya adalah kemudahan konsumen dalam mendapatkan informasi tentang makanan, minuman dan produk – produk Korea maupun produk yang ada di K3 Mart Graha Pena Surabaya dan tata letak produk yang ada. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan menyatakan bahwa masih ada beberapa staff karyawan yang belum mengetahui tentang makanan, minuman dan produk – produk Korea, sehingga ketika ada konsumen yang bertanya staff karyawan tidak dapat menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh konsumen. Hal ini perlu diperhatikan dan dilakukan evaluasi seperti penambahan pengetahuan tentang produk yang di jual K3 Mart Graha Pena Surabaya kepada staff karyawan. Untuk tata letak produk staff karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas dimana produk tersebut berada sehingga membuat para konsumen dengan mudah menemukan produk yang diinginkan.

Kenyamanan tempat yang ada di K3 Mart Graha Pena yaitu tersedianya ruangan *indoor* maupun *outdoor* yang dapat digunakan untuk makan, minum dan bersantai. Berdasarkan hasil wawancara membuktikan bahwa K3 Mart Graha Pena Surabaya telah menerapkan kebersihan dengan baik. Beberapa pengunjung yang pernah datang mengatakan bahwa tempat yang tersedia nyaman digunakan dan memadai.

2. Keandalan (*Reability*)

Keandalan (*reability*), yaitu berkaitan dengan perusahaan memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat dipercaya. Keandalan menyangkut kinerja para staff karyawan yang terampil dan cakap dalam menjalankan tugasnya. Para staff karyawan dituntut memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pada indikator keandalan ini terdiri dari keramahan dan keterampilan staff karyawan dalam melayani konsumen.

Keramahan dapat dianggap terampil atau tidak tergantung dari para staff karyawan yang melayani. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa para staff di K3 Mart sudah baik dalam berperilaku ramah terhadap konsumen. Para staff karyawan dinilai sudah menerapkan prinsip 5S yaitu senyum, salam, sapa, sopan dan santun kepada konsumen.

Keterampilan para staff karyawan di K3 Mart Graha Pena Surabaya dinilai mampu dan cekatan dalam melayani konsumen. Keterampilan ini sangat membantu dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Empati (*Empathy*)

Empati (*emphaty*), yaitu kemauan karyawan dan perusahaan untuk lebih peduli memberikan pelayanan terhadap konsumen. Pada indikator empati ini terdiri dari melakukan pelayanan tanpa membeda – bedakan konsumen dan inisiatif para staff karyawan dalam menawarkan dan menjelaskan produk yang dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan oleh para staff karyawan tanpa membeda – bedakan konsumen. Inisiatif para staff karyawan dalam menawarkan dan menjelaskan produk yang dibeli konsumen dinilai cukup baik oleh konsumen. Hal ini dibuktikan dengan para staff yang cukup membantu konsumen yang tampak bingung dengan produk Korea yang dijual disana. Para staff karyawan juga merekomendasikan produk – produk yang paling di sering dibeli oleh konsumen.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dan kesiapan perusahaan untuk memberikan layanan kepada konsumen. Pada indikator daya tanggap ini terdiri dari ketanggapan para staff karyawan dan pemilik usaha dalam menerima keluhan konsumen dan pelayanan yang cepat dan tepat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan ketanggapan para staff karyawan dalam membantu konsumen dalam menemukan barang yang diinginkan serta membantu dalam memberikan penjelasan kepada konsumen bagaimana cara memasak disana atau bisa juga dibantu untuk memasak oleh para staff karyawan. Para staff karyawan perlu meningkatkan daya tanggap dalam pelayanan ketika ramai – ramainya minimarket karena tidak sedikit konsumen mengeluhkan bahwa pelayanan yang diterima dirasa cukup lama.

5. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku karyawan berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, sementara perusahaan sendiri menciptakan lingkungan yang aman bagi konsumen. Pada indikator jaminan ini terdiri dari kehalalan produk dan keamanan saat melakukan transaksi pembayaran.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa K3 Mart Graha Pena menjamin kehalalan produk yang di jual disana. Hal ini terbukti dari didaptkannya sertifikat halal melalui serangkaian pemeriksaan kehalalan yang telah dilakukan oleh LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat –Obatan dan Kosmetika). Berdasarkan hal tersebut

konsumen tidak perlu khawatir terhadap kehalalan produk serta dapat berbelanja produk makanan, minuman dan produk lainnya dengan aman. K3 Mart Graha Pena juga menjamin keamanan saat melakukan transaksi pembayaran. Hal ini terbukti dengan adanya bukti nota yang didapatkan oleh konsumen saat berbelanja sesuai dengan produk yang dibeli. Transaksi pembayaran di K3 Mart Graha Pena dapat dilakukan secara tunai maupun non – tunai.

Faktor Pendukung Kualitas Pelayanan K3 Mart Graha Pena Surabaya

Faktor pendukung yang ditemukan penulis saat wawancara dan observasi yaitu kemudahan dalam pelayanan yang diterima para konsumen, keterampilan para staff karyawan dalam melayani dan penerapan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun) oleh para staff karyawan. Hal ini dapat berguna dalam hal memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsumen akan mendapatkan kesan yang positif dalam berbelanja yang akan berdampak terhadap loyalitas konsumen dan konsumen juga tidak perlu ragu dalam memberikan rekomendasi kepada orang lain seperti keluarga, saudara, teman dan lain – lain.

Faktor Penghambat Kualitas Pelayanan K3 Mart Graha Pena Surabaya

Faktor penghambat yang ditemukan penulis saat wawancara dan observasi yaitu ada beberapa staff karyawan yang belum mengetahui tentang makanan, minuman dan produk Korea. Hal ini berdampak dalam hal kualitas pelayanan dimana konsumen yang tampak bingung tidak mendapatkan jawaban dari hal yang ingin diketahui terhadap makanan, minuman dan produk Korea yang di jual. Jika tidak segera ditangani dengan baik, hal tersebut dapat menghambat kualitas pelayanan K3 Mart Graha Pena Surabaya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan adalah kualitas pelayanan K3 Mart Graha Pena Surabaya telah terimplementasi dengan baik kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh para staff karyawan bisa dibilang cukup memuaskan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan persepsi para konsumen yang telah berkunjung sesuai dengan harapan mereka.

Indikator kualitas pelayanan yang telah ditentukan yaitu lima indikator. Pertama, bukti fisik (*tangibles*), secara nyata ditampilkan dengan baik melalui kemudahan dalam pelayanan di K3 Mart Graha Pena Surabaya dan kenyamanan tempat yang tersedia. Kedua, keandalan (*reability*), menunjukkan hasil yang baik dilihat dari keramahan dan keterampilan para staff karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Ketiga, empati (*emphaty*), menunjukkan bahwa para staff karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan – bedakan konsumen dan inisiatif para karyawan dalam menawarkan produk dan menjelaskan produk

yang dibeli oleh konsumen. Keempat, daya tanggap (*responsiveness*), menunjukkan ketanggapan para staff karyawan dan pemilik usaha dalam menerima keluhan konsumen dan pelayanan yang cepat dan tanggap. Kelima, jaminan (*assurance*), menunjukkan bahwa kehalalan produk yang ada di K3 Mat Graha Pena Surabaya telah terjamin dan keamanan dalam melakukan transaksi pembayaran.

Meski dinilai cukup mumpuni, para staff karyawan dan pemilik usaha harus terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Selain itu, para staff karyawan juga dapat menjaga keramahannya dengan tetap menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun) terhadap konsumen, karena hal ini dapat membuat konsumen mendapatkan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan.

DAFTAR REFERENSI

- Alharthey, B. K. (2019). Impact of Service Quality on Customer Trust, Purchase Intention and Store Loyalty, With Mediating Role of Customer Satisfaction on Customer Trust and Purchase Intention: Study of Grocery Shopping. *British Journal Marketing Studies*, 7 (2), 40 – 61.
- Essardi, N. I., R. Mardikaningsih., & D. Darmawan (2022). Service Quality, Product Diversity, Store Atmosphere and Price Perception: Determinants of Purchase Decision for Consumers at Jumbo Supermarket. *Journal of Marketing and Business Research*, 2 (2), 95 – 104.
- Goesth, T., & D. L. Davis. (2019) Service Quality: A Dynamic Perspective. *Journal Theory and Practice*, 29 (1), 23 – 43.
- Kotler, P., & K. L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14*. Erlangga, Jakarta.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Remaja Rosdakarya.
- Nejadjavad, M., & S. Gilaninia. (2016). Peran Kualitas Pelayanan dalam Organisasi. *Tinjauan Bisnis dan Manajemen Jurnal Arab Bab Kuwait*, 5 (7).
- Nusjirwan., R. Regen., & R. Nardo. (2020). The Effect of Trust and Service Quality and Trust in Building Customer Satisfaction and Loyalty. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 7 (10), 75 -89.
- Nwannebueze, E. E., & S. R. Igwe. (2021). The Effect of Trust and Service Quality on Purchase Decision of Online Shoppers. *International Journal of Advance Academic Research*, 7 (10), 75 – 89.