

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan sejarah manajemen bagi dunia pendidikan yang formal di Indonesia, manajemen mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan dan lembaga, karena suatu lembaga tidak akan pernah bisa berjalan dengan baik dan benar jika lembaga tersebut tidak betul-betul memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen didalam perusahaan tersebut. Manajemen memiliki peran penting dalam menjalankan suatu kegiatan dan aktivitas perusahaan. Manajemen yang efektif dan efisien sangatlah dibutuhkan agar keberjalanan suatu perusahaan dapat sampai pada tujuan juga konsisten dalam penerapannya. Keberhasilan suatu tujuan dapat dilihat dari kemampuan para pelaku dalam menjalankan dan menerapkan manajemen yang baik dan benar¹

Dengan adanya perubahan trend perilaku berbelanja konsumen yang lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan, maka timbullah motif pembelian dalam pemilihan tempat berbelanja di pasar-pasar modern seperti Mall, Supermarket, Departement Store, Shopping Center dan lain-lain. Masyarakat yang dulunya suka berbelanja di pasar tradisional, seiring dengan kemudahan yang diterima konsumen seperti terpenuhinya semua kebutuhan di dalam satu atap dan tidak perlu lagi keluar masuk dari satu toko ke toko lainnya untuk memenuhi dua atau tiga macam barang, Dengan kehadiran minimarket-minimarket ini semakin

¹ Ibrahim Lubis, "Pengendalian dan Pengawasan Proyek Dalam Manajemen, (Jakarta Timur: Ghalia Indonesia, 1985), Hlm. 22

menggeser peranan pasar tradisional dan toko-toko eceran kecil lainnya sehingga banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku usaha khususnya pedagang kelontong dengan modal terbatas, dengan kondisi usaha yang semakin terpuruk bahkan bisa mati.

Perkembangan dunia yang semakin maju ini menuntut setiap individual untuk siap menghadapi segala hal perubahan yang akan terjadi. Tanpa disadari bahwa segala perubahan itu terjadi begitu cepat. Perubahan-perubahan itu akan selalu terjadi dalam suatu kerangka waktu yang relatif tidak terlalu lama.

Beberapa aspek yang mendukung terjadinya akselerasi perubahan itu disebabkan karena adanya perubahan perekonomian yang bersifat global, perubahan selera konsumen, arena persaingan yang semakin luas, dan juga karena teknologi yang semakin mengarah pada kemudahan. Pada saat ini, pola gaya hidup masyarakat pun berubah yang salah satunya ialah terjadi perubahan dalam motivasi perilaku berbelanja konsumen atau yang disebut dengan perilaku konsumen. Perilaku berbelanja konsumen saat ini berubah di karenakan adanya tuntutan era modernisasi. Dalam trend perilaku konsumen di era modern khususnya dalam pemilihan tempat belanja di Indonesia termasuk di kota Binjai juga mengalami peningkatan yang sangat berarti. Para konsumen sekarang menuntut kenyamanan dalam berbelanja.

Ketika mendengar kata manajer, sebagian besar orang akan menganggap bahwa manajemen itu berbeda dengan pekerjaan lainnya. Kebiasaan telah banyak membuktikan bahwa setiap orang yang *profesional* dalam bidang tertentu, gagal

dalam memimpin suatu perusahaan seorang spesialis dokter kesehatan yang baik mungkin bukanlah seorang administrator rumah sakit yang baik. Ketika menjadi seorang manajer, ia akan mengerjakan pekerjaan yang sebelumnya telah biasa ia kerjakan setiap waktu. Namun bisa saja ia tidak mengerjakan aktivitas biasanya karena ia telah menemukan hal baru yang secara keseluruhan adalah tugas manajerial. Ia harus menyusun aktivitas untuk orang lain, menentukan apa yang harus dilaksanakan oleh setiap orang yang dipimpinnya, serta selalu mengawasi dan mengecek setiap kemajuan.²

Manajemen adalah sebuah alat yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dalam sebuah perusahaan, maka seorang pemimpin harus mampu menjadi penanggung jawab dan menjadi awal dari semua kegiatan, karena dengan bersedianya dia sebagai seorang pemimpin perusahaan maka dia akan menjadi contoh serta petunjuk arah bagi para staf-stafnya dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

Dewasa ini, manusia senantiasa memperhatikan kerja sama dengan manusia lain dan sarana pendukungnya. Dengan adanya manajemen, manusia secara rasional akan bertindak efisien dan efektif. Di mana Manajemen merupakan faktor penting sebagai pendukung sukses atau tidaknya suatu kegiatan yang dilakukan. Maka diperlukan manajemen yang bagus untuk mengatur dan mengelola suatu perusahaan salah satunya seperti minimarket.

² M. Munir dan Wahyu Ilahi, "Manajemen dakwah" (Jakarta, Pradana Median, 2006) Hlm. 4

Koperasi syariah 212 mart adalah koperasi syariah yang hadir untuk melestarikan semangat para peserta aksi damai 212, yaitu pada tanggal 21 februari 2017 di mana aksi yang mencerminkan perdamaian, persatuan, semangat pada kebangsaan, ukhuwah islamiah dan kebangkitan umat islam di indonesia. Koperasi syariah 212 mart dalam hal menunjang pertumbuhannya, maka 212 mart dikembangkan dari beberapa produk pendanaan, pembiayaan dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha menjadi salah satu investasi besar. Dimana saat ini sektor yang strategis ekonomi umat sekarang ini adalah penguasaan jaringan waralaba dan minimarket. 212 mart adalah brand minimarket koperasi syariah. Yang kepemilikannya adalah berjama'ah

Dalam hal ini maka 212 mart haruslah berusaha untuk memberikan fasilitas dan juga pelayanan, sebagaimana telah kita ketahui bersama bahwa manajemen sangatlah berhubungan dengan organisasi atau kelembagaan. Walaupun manajemen dan organisasi hanya merupakan sebatas antara alat dan wadah saja, namun organisasi dan manajemen itu haruslah diatur dengan sebaik mungkin. Karena jika alat dan wadah ini diatur dengan baik maka dapat mewujudkan tujuan akan tercapai dengan optimal. Karenanya hal-hal yang dapat merugikan perusahaan akan dapat dihindari seperti pemborosan dan kelalaian staf dalam hal pelayanan.

Dalam hal ini 212 mart menyediakan berbagai macam barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat, mulai dari kebutuhan hidup hingga kebutuhan Fardhu kifayah. layaknya toko ritel yang lain tentunya pelayanan merupakan kunci utama untuk mencapai keberhasilan. Mulai dari bagaimana SOP pelayanannya dan

bagaimana sikap juga kerapian dan bagai mana kenyamanan ruangan sehingga pembeli di 212 mart merasa nyaman dan puas dalam berbelanja.

Penulis melihat bahwa 212 mart ini telah mempunyai daya tarik tersendiri di mana pelayanannya yang sangat baik. Senyum, sapa dan salam akan dijumpai sewaktu pembeli masuk ke dalam ruangan, dan juga tak jarang pembeli akan mendengarkan lagu-lagu religi yang akan mengiringi langkah pembeli sewaktu memilih-milih barang yang sedang dibutuhkan. Selain dari penampilan para pegawai yang rapi juga ditambah dengan ruangan yang difasilitasi AC, pencahayaan yang cukup dan juga telah disediakan tempat parkir gratis khusus untuk konsumen.

Koperasi 212 mart kota Binjai memiliki standarisasi terkait manajemen pelayanan seperti: mengucapkan salam ketika konsumen hendak masuk ke dalam 212 mart yang hendak berbelanja, namun setelah penulis meninjau tempat penelitian yakni pada 212 mart kota Binjai, paneliti tidak mendapati standarisasi pelayanan yang demikian.

Pelayanan dari pegawai 212 mart pada dasarnya bertujuan untuk membantu para konsumen yang didalam ruangan dalam mempermudah mendapatkan apa yang akan dibeli oleh konsumen tersebut. Dengan demikian untuk mendapatkan kepuasan pelayaan dari pegawai 212 mart maka diperlukan manajemen dalam meningkatkan pelayanan pegawai 212 mart yang baik dan benar.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengangkat judul tentang “Manajemen Pelayanan 212 Mart Kota Binjai Untuk Meningkatkan Kepuasan konsumen” agar dapat memperoleh informasi yang jelas bagaimana manajemen

pelayanannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan Konsumen di 212 Mart Kota Binjai.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah saya uraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya manajemen pelayanan 212 Mart kota Binjai.
2. Kurang lengkapnya barang-barang yang disediakan.
3. Tidak banyak diskon seperti mini market lainnya.
4. Fasilitas 212 Mart kota Binjai kurang memadai
5. Kurangnya promosi.

C. Rumusan Masalah

Ada banyak hal bisa menyebabkan timbulnya masalah manajemen pelayanan 212 mart Binjai. Berdasarkan dari identifikasi masalah , penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Peneliti membatasi permasalahan pada manajemen pelayanan 212 Mart Binjai dalam meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Bagaimana Manajemen Pelayanan 212 Mart Binjai dalam meningkatkan kepuasan konsumen?
2. Sejauh mana keberhasilan Manajemen Pelayanan 212 Mart dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang masalah diatas, maka secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui Manajemen Pelayanan 212 Mart kota Binjai dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan Manajemen Pelayanan 212 Mart kota Binjai dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran tentang variabel apa saja yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada 212 Mart Jl. Kota Binjai jl. Sultan Hasanuddin No.3A, Satria, Binjai Kota.
2. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna untuk menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian yang lebih terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat digunakan menjadi bahan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan atau penelitian di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Serta informasi yang

dihasilkan dapat diimplementasikan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan di lapangan.

F. Batasan Istilah

1. Manajemen

Manajemen adalah usaha untuk mengelola, membina, mengurus dan memimpin. Pada dasarnya manajemen adalah merupakan suatu proses yang mengelola sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya agar tujuan dapat tercapai dengan efektif dan efisien dengan menggunakan ilmu pengetahuan seseorang atau kelompok.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah yang menolong agar menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain seperti: Pelayanan yang diberikan kepada orang lain sebagai pertolongan apa yang dibutuhkan oleh orang yang ditolong tersebut. Di mana pertolongan yang diberikan tersebut dapat membantu orang lain dalam mengatasi kebutuhan atau permintaannya.

Dari pengertian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan adalah seorang yang memberi pertolongan atau pelayanan dari apa yang dibutuhkan oleh orang yang dilayani baik itu mencarikan sesuatu hingga membawakan yang dibutuhkan orang yang dilayani tersebut.

3. 212 Mart

212 Mart adalah merek sebuah minimarket koperasi syariah. Dimana 212 Mart ini menyediakan atau menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti bahan pokok, alat tulis dan lain sebagainya. Pada umumnya 212 Mart ini berbeda dengan mini market lainnya, karena 212 Mart ini dilabeli dengan syariah. Tentunya demi menjaga kesyari'ahannya maka 212 Mart ini tidak menyediakan apa-apa yang telah diharamkan oleh MUI. Seperti minuman keras, rokok, alat kontrasepsi dan semua produk-produk yang haram. Layaknya sebuah koperasi syariah, 212 Mart ini juga ada pengawas syariahnya seperti halnya dengan bank syariah dan BPRS lainnya. Selama perusahaan ini berjalan maka perusahaan tersebut tidak akan pernah menyimpang selagi pengawas syariah itu masih diadakan

