**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi Indonesia sudah berkembang dan mencapai tahap kemajuan yang cukup pesat, dengan adanya perkembangan bisnis ritel yang sudah berkembang. Bisnis ritel yang awalnya bermula dari pasar tradisional, telah berkembang menjadi bisnis ritel modern. Bisnis ritel modern yang khususnya berada di kota-kota besar, sudah mulai berkembang dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bentuk bisnis ritel modern yang mengalami pertumbuhan pesat adalah *minimarket*. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin maju, bisnis *minimarket* juga bertumbuh dengan berbagai fasilitas yang semakin lengkap. Alfamart dan Indomaret merupakan salah satu contoh *minimarket* yang menjual produk kebutuhan sehari-hari dimana keduanya memiliki sistem pelayanan dan strategi pemasaran yang hampir sama.

Menurut liputan6.com ([Siska Amelie F Deil](https://www.liputan6.com/me/siska.amelie), 2014, diakses pada tanggal 2 Agustus 2018), PT Indomarco Prismatama berdiri sejak 1985 dan empat tahun kemudian mendirikan gerai Indomaret guna menyediakan kebutuhan pokok bagi karyawan. Sejak saat itu, perusahaan mulai memasuki industri ritel guna menyediakan gerai dengan kelengkapan pilihan produk berkualitas, suasana yang nyaman dan harga bersaing. Sementara itu, PT Sumber Alfaria Trijaya berdiri sejak 1989 dan mulai memasuki sektor ritel pada 1999. Pada 2002, perusahaan baru mulai melakukan ekspansi dengan mengakuisisi 141 toko Alfa Minimart dan mengganti namanya menjadi Alfamart. Marketing Director PT Indomarco Prismatama, Wiwiek Yusuf menuding Alfamart sebagai perusahaan yang meniru strategi bisnisnya. Bahkan diakuinya, sejumlah karyawan Indomaret pun banyak yang hengkang ke pesaingnya tersebut. Menurutnya, Alfamart banyak belajar dari Indomaret dalam mengelola bisnis ritelnya tersebut. Hingga kini, persaingan antara keduanya semakin memanas. Di mana ada Indomaret, di sana ada Alfamart.

Hingga Maret 2014, Indomaret berhasil mengoperasikan 9.096 outlet yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia. Sebanyak 60 persen dimiliki perusahaan dan sisanya dikelola pemilik usaha waralaba. Sejauh ini, lebih dari sembilan ribu outlet Indomaret tersebut telah berdiri di pulau Jawa, Bali, Madura, Kalimantan, Sulawesi dan Lombok. Masing-masing toko menyediakan lebih dari 4.800 jenis makanan dan kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, hingga akhir Desember 2014, gerai Alfamart di seluruh Indonesia tercatat baru berjumlah 8.557 unit. Rencananya, PT Sumber Alfaria Trijaya menargetkan penambahan 1.000 outlet Alfamart tahun 2014

 Bisnis ritel sendiri berarti menjual produk atau kebutuhan rumah tangga, produk kebutuhan sehari-hari. Perusahaan yang ingin berkembang tentunya harus mendapatkan keunggulan dengan memberikan produk atau jasa dengan kualitas dan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan sebuah bisnis tentunya dapat menjadi penentu keberlangsungan sebuah perusahaan ataupun dapat menjadi tolak ukur akan loyalitas konsumen sebagai pembeli. Loyalitas konsumen tidak akan muncul hanya karena konsumen puas akan harga barang yang cukup kompetitif, oleh karena itu kualitas pelayanan dapat menjadi fokus utama perusahaan dalam bersaing secara kompetitif.

Strategi pemasaran Alfamart dan Indomaret salah satunya adalah dengan penentuan lokasi yang sangatlah penting, Kedua *Minimarket* ini mampu mencari lokasi yang paling strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen. Selain penentuan lokasi strategis, tempat, bangunan bersih, kelengkapan produk, dan lahan parkir yang memadai juga menjadi faktor penentu juga menjadi salah satu kualitas pelayanan terhadap konsumen. Loyalitas konsumen dapat dilihat dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara berulang atau teru-menerus. Loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan, oleh karena itu perusahaan juga harus menjaga ataupun mempertahankan konsumen dengan meningkatkan loyalitas. Salah satu cara perusahaan mendapatkan loyalitas konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Adapun masalah yang dihadapi oleh peneliti adalah kurangnya penerapan algoritma dalam perhitungan untuk memperoleh suatu prediksi, tidak adanya acuan tingkat kepuasan pengguna dengan mengukur kualitas pelayanan perusahaan ritel Indoamret dan Alfamart, kurangnya analisis dan pengolahan data tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret, tidak adanya analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret menggunakan data mining dengan metode algoritma C4.5.

Dalam penelitian ini hasil *survey* kepuasan konsumen ini akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan metode data mining dengan algoritma *C4.5* dikarenakan metode paling sederhana dari pengklasifikasian probabilitas, memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi ketika diaplikasikan pada database dengan *bigdata.* Algoritma *C4.5* memiliki tingkat kesalahan yang minimum. Adapun permasalahan yang dihadapi selama ini diantaranya rendahnya tingkat akurasi dalam pengolahan analisis tingkat kepuasan konsumen dengan cara yang tradisional atau manual, kurangnya sistem yang menerapkan data untuk menghasilkan informasi tingkat kepuasan konsumen, serta tidak adanya penyajian informasi tentang tingkat kepuasan konsumen.

Dengan demikian peneliti membuat penelitian yang berjudul “Analisis Komparasi Tingkat Kepuasan Pelayanan Alfamart dan Indomaretdengan Menggunakan Algoritma C4.5”.

**B. Ruang Lingkup Penelitian**

 **1. Identifikasi Masalah**

Dari uraian pada latar belakang yang telah dibahas maka dapat diambil suatu identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

a. Tidak adanya acuan tingkat kepuasan pengguna dengan mengukur kualitas pelayanan perusahaan ritel Indomaret dan Alfamart.

b. Kurangnya analisis dan pengolahan data tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret.

c. Tidak adanya analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret menggunakan data mining dengan metode C4.5.

 **2. Batasan Masalah**

Adapun yang menjadi batasan masalah agar tidak menyimpang dari maksud dan tujuan yang sebenarnya, maka penulis membatasi masalah pada penelitian ini, batasan masalahnya sebagai berikut:

a. Tidak adanya acuan tingkat kepuasan pengguna dengan mengukur kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret.

b. Kurangnya analisis dan pengolahan data tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret.

c. Tidak adanya analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret menggunakan data mining dengan metode C4.5.

**C. Tujuan Penelitian**

 Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah melihat tingkat kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret dengan menggunakan metode C4.5 serta akurasi algoritma menggunakan metode C4.5 untuk prediksi tingkat kualitas pelayanan perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret di kalangan masyarakat umum.

**D. Manfaat Penelitian**

 Adapun beberapa manfaat yang diharapkan pada penulisan penelitian ini adalah:

1. . Bagi Institusi perusahaan ritel Alfamart dan Indomaret

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pihak institusi memberikan masukan untuk khususnya meningkatkan nilai kepuasan konsumen.

1. Bagi Masyarakat dan Khalayak Umum

Diharapkan penelitian ini dapat membantu menyelesaikan masalah yang sesuai dengan permasalahan di dalam penelitian ini. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat umum.

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu penulis bisa menambah pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dilihat dari faktor perolehan informasi dan pengetahuan, pelayanan perusahaan, ritel Alfamart dan Indomart khususnya sebagai sarana untuk penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada saat perkuliahan.