

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PADA PELAYANAN TEMPAT USAHA RITEL INDOMARET DI KELURAHAN KUKUSAN DEPOK

Mohammad Ridha¹, Winda Rohmatul Mardiananingrum²

^{1,2}Administrasi Perkantoran , Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia
Email: mohammad.ridha@ui.ac.id

Abstrak

Industri ritel di Indonesia pada beberapa tahun ini mengalami kelesuan akibat pertumbuhan bisnis online yang semakin pesat. Sudah terlihat beberapa *department store* seperti Matahari dan Lotus sudah menutup gerai-gerainya. Sementara ini yang terdeteksi mengalami penurunan yang signifikan adalah usaha ritel *fashion garment*, dan mulai mempengaruhi sektor lainnya seperti elektronik dan furniture. Kegesitan para pengusaha online dapat pula mengancam industri ritel konvensional dalam bidang makanan dan kebutuhan rumah tangga seperti *hypermarket*, *supermarket* dan *convenience store*. Para pengusaha online sudah mulai menjual makanan melalui media sosial seperti instagram dan facebook. Kekuatan usaha ritel konvensional adalah kualitas pelayanan yang bersifat personal, dengan kedekatan emosional antara penjual dan pembeli. Peneliti tertarik untuk menganalisa faktor-faktor yang paling berpengaruh dan memiliki korelasi positif pada pelayanan tempat usaha ritel Indomaret di Kelurahan Kukusan Depok. Peneliti mengharapkan agar setelah menemukan hasilnya, dapat memberikan masukan yang tepat untuk usaha ritel Indomaret agar dapat bertahan di tengah kompetisi yang ketat dengan sesama usaha ritel konvensional dan online. Penelitian dilakukan dengan mengambil data dari 44 konsumen Indomaret. Data diolah dengan SPSS, melalui metode Uji Rank Spearman yang digunakan untuk menguji hipotesis korelasi dengan skala pengukuran variabel minimal ordinal.

Kata kunci; Ritel, Indomaret, Pelayanan Pelanggan, Spearman

Abstract

Retail industry in Indonesia in recent years experiencing sluggishness due to the rapid growth of online business. Already seen some department stores like Matahari and Lotus has closed its outlets. While this is detected a significant decrease is the fashion retail garment business, and began to affect other sectors such as electronics and furniture. The onslaught of entrepreneurs can also threaten the conventional retail industry in food and household needs such as hypermarkets, supermarkets and convenience stores. The online entrepreneurs have started selling food through social media such as instagram and facebook. The strength of conventional retail business is the quality of service that is personal, with emotional closeness between the seller and the buyer. Researchers are interested to analyze the factors that have the most influence and have a positive correlation on the service where Indomaret retail business in Kelurahan Kukusan Depok. Researchers hope that after finding the results, can provide the right input for Indomaret retail business in order to survive in the middle of a tight competition with fellow conventional and online retail business. The study was conducted by taking data from 44 Indomaret consumers. Data processed with SPSS, through Spearman Rank Test method used to test the correlation hypothesis with a minimum ordinal variable measurement scale.

Keyword; Retail, Indomaret, Customer Service, Spearman

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha ritel Indomaret di Indonesia sudah cukup lama berkembang, dan diisi oleh pemain lokal dan internasional. Kemampuan untuk berbelanja rakyat Indonesia semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan usaha ritel Indomaret dalam beberapa tahun terakhir ini. Indonesia adalah negara berkembang yang cukup diperhitungkan keberadaannya di Asia Tenggara, dengan Produk

Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku triwulan II-2015 mencapai Rp. 2.866,9 triliun. Pertumbuhan ekonomi Indonesia semester I-2015 tumbuh 4,70 persen. Pertumbuhan didorong semua lapangan usaha kecuali Pertambangan dan Penggalian yang mengalami penurunan sebesar 3,58 persen. Sedangkan dari sisi pengeluaran didorong oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga yang tumbuh 4,99 persen. (Berita Resmi Statistik, Badan Pusat Statistik, 2015). Potensi Indonesia dalam bidang ekonomi mendorong pertumbuhan sektor *retail* untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Bisnis Eceran (*Retail*) secara umum mencakup

department store, hypermarket, supermarket, outlet farmasi, sarana hiburan keluarga dan sebagainya. Dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007-2012, jumlah usaha ritel Indomaret modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57 % per tahun. Pada tahun 2007, jumlah gerai ritel Indomaret di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai., kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar hampir di seluruh kota di Indonesia. Pertumbuhan gerai tersebut tentu saja diikuti dengan pertumbuhan penjualan. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis ritel antara 10 % - 15 % per tahun. Penjualan ritel pada tahun 2006 masih sebesar Rp. 49 triliun, dan melesat hingga mencapai Rp. 138 triliun. Jumlah pendapatan terbesar merupakan kontribusi dari hipermarket, kemudian disusul minimarket dan supermarket. (*Frontier Consulting Group Report, 2012*)

Ritel adalah suatu bentuk usaha yang menjual barang-barang kepada pemakai akhir (*end user*). Pengusaha ritel membeli barang dagangan dalam jumlah besar dari pabrik maupun pedagang grosiran dan menjualnya lagi kepada konsumen dengan komposisi dan variasi *assortment* yang beragam. (Kanjaya, 2010) Usaha ritel tidak terbatas hanya perusahaan besar seperti Carrefour, Matahari, Metro, Centro, Giant, Transmart, Indomaret, Alfamart, dan lainnya. Masih banyak lagi pedagang ritel yang berskala UMKM. Dalam menghadapi krisis ekonomi tahun 1998 lalu, justru para pengusaha ritel menengah dan kecil yang mampu bertahan dan menjadi tonggak utama dari perekonomian Indonesia. Peneliti memiliki ketertarikan untuk melihat pelayanan yang dilakukan oleh para pengusaha ritel menengah dan kecil, sebagai bahan kajian di masa mendatang, jika akan mengadakan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan pelayanan prima.

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara, pada tahun 1988, dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama.

Sampai dengan awal tahun 2017, jumlah gerai sebanyak 13.000 toko. Mitra usaha waralaba ini meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret tersebar merata dari Sumatera, Jawa, Madura, Bali, Lombok, Kalimantan dan Sulawesi. Motto perusahaan adalah "mudah dan hemat".

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, dapat dikemukakan bahwa masalah yang ingin dijawab dari penelitian ini adalah: Faktor-faktor apakah yang terdapat pada pelayanan tempat usaha ritel Indomaret di Kelurahan Kukusan, Depok, dan korelasi diantaranya.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Bisnis Ritel

Pengecer atau penjualan eceran atau dikenal dengan istilah ritel adalah kegiatan bisnis perdagangan (penjualan barang atau jasa) yang langsung disalurkan kepada konsumen akhir untuk digunakan sebagai kebutuhan pribadi, keluarga atau keperluan rumah tangga bukan untuk dijual kembali.

Pengecer merupakan perantara dalam sistem saluran pemasaran, dimana pengecer mendapatkan barang dari produsen dan atau pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. (Suryoto, 2015)

2.2. Koefisien Korelasi Rank Spearman

Besarnya hubungan antara dua variabel atau derajat hubungan yang mengukur korelasi berpangkat disebut koefisien korelasi berpangkat, korelasi berjenjang, korelasi berurutan, atau korelasi bertingkat

Ditemukan oleh Spearman sehingga disebut juga Korelasi Spearman. Uji Rank Spearman diperkenalkan oleh Spearman pada tahun 1904. Uji Rank Spearman digunakan untuk menguji hipotesis korelasi dengan skala pengukuran variabel minimal ordinal. Dalam Uji Rank Spearman, skala data untuk kedua variabel yang akan dikorelasikan dapat berasal dari skala yang berbeda (skala data ordinal dikorelasikan dengan skala data numerik) atau sama (skala data ordinal dikorelasikan dengan skala data ordinal). Data yang akan dikorelasikan tidak harus membentuk distribusi normal.

Populasi sampel yang diambil sebagai sampel maksimal $5 < n < 30$ pasang. Jadi Uji korelasi Rank Spearman adalah uji yang bekerja untuk skala data ordinal atau berjenjang atau rangking, dan bebas distribusi. (Creswell, 2015)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mendapat hasil penelitian yang baik, maka penulis harus memiliki suatu metodologi penelitian yang baik pula. Karena metodologi tersebut menggambarkan bagaimana proses penelitian tersebut berjalan sehingga peneliti mempunyai panduan yang jelas dalam melakukan penelitiannya.

Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Indomaret, Kelurahan Kukusan. Jumlah tempat pengambilan *sample* di lapangan sejumlah 44 konsumen. Data diperoleh dengan cara mengirimkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen Indomaret.

Kuesioner disusun dengan menampilkan lima variabel bebas yaitu tampilan, keandalan, daya

tanggap, jaminan, empati. Batas waktu yang ditentukan untuk penyebaran kuesioner kepada responden hingga pengembalian kuesioner adalah selama 1 minggu, yaitu 16 Oktober 2017 – 27 Oktober 2017.

Pembuatan analisis bertujuan memberikan interpretasi korelasi pertanyaan dari hasil pengolahan data mentah dan membahas hasil-hasil tersebut. Pada bagian selanjutnya juga akan diberikan analisis tentang tindakan yang perlu

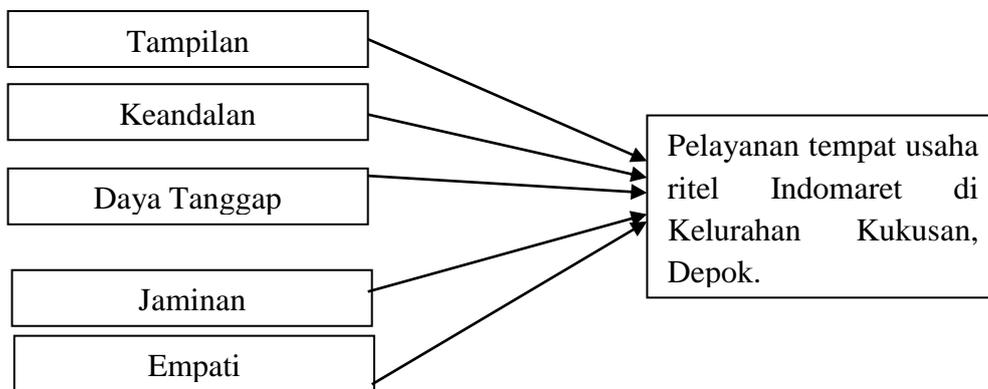
diambil untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas pelayanan di Indomaret.

3.1 Merancang Metode Penelitian

Tahap ini bertujuan untuk merancang model yang digunakan dalam menjalankan penelitian dan menurunkan variabel-variabel yang dipakai.

3.1.1 Model Penelitian

Model penelitian yang dipakai diturunkan dari model kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasurahman dkk. (Parasurahman, 1990)



Gambar 1. Model Penelitian

Pada model ini, kualitas pelayan karyawan Indomaret di Kelurahan Kukusan ditentukan oleh lima buah dimensi yang digunakan oleh konsumen untuk menilai kualitas layanan di Indomaret, Kelurahan Kukusan. Definisi dari setiap dimensi adalah sebagai berikut:

1. Tampilan

Kesiapan karyawan untuk melayani, *product knowledge*, kualitas produk, penampilan, kesabaran dan pengucapan salam kepada pelanggan.

2. Keandalan

Keandalan dari fasilitas pelayanan yang ada, berhubungan dengan sistem pelayanan karyawan yang berlaku di Indomaret, Kelurahan Kukusan seperti kerapian ruangan, ketersediaan fasilitas pelayanan, dan keamanan lingkungan.

3. Daya Tanggap

Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap yang dapat

dijabarkan pada area penjualan dapat dimasuki saat dibutuhkan dan ketanggapan petugas dalam melayani konsumen.

4. Jaminan

Dapat diimplementasikan sebagai adanya jaminan kualitas terhadap mesin kasir dapat berfungsi dengan baik, barang dagangan selalu tersedia di tempatnya, dan uang kembalian selalu tersedia

5. Empati

Hal-hal yang menyangkut tentang kerja sama yang baik antar karyawan dengan atasannya, karyawan bersikap baik, ramah dan sopan, karyawan membantu mengambil barang dagangan, dan karyawan segera datang bila dipanggil.

atribut atau item dari setiap dimensi. Elemen atau atribut itulah yang akan diukur dalam penelitian ini dengan menanyakan pertanyaan tentang atribut tersebut kepada responden. Berikut ini adalah item atau atribut-atribut tersebut.

3.1.2 Variabel-variabel Penelitian

Setelah model kualitas pelayanan ditetapkan, selanjutnya diturunkan variabel-variabel penelitian yang dipakai. Variabel-variabel tersebut merupakan

Tabel 1. Dimensi dan Atribut

DIMENSI	NO	ATRIBUT
TAMPILAN	1	Karyawan selalu siap untuk melayani.
	2	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual.
	3	Kualitas produk yang dijual dalam kondisi baik dan layak jual.
	4	Karyawan berpenampilan rapi.
	5	Karyawan membantu dengan sabar.
	6	Karyawan menyapa dengan ramah.
KEANDALAN	7	Area penjualan tertata dengan rapi dan teratur.
	8	Toilet bersih.
	9	Keamanan lingkungan terjamin.
	10	Pencahayaan di ruangan baik.
	11	Pengaturan suhu udara baik.
JAMINAN	12	Barang dagangan selalu tersedia di tempatnya.
	13	Mesin kasir dapat berfungsi dengan baik.
	14	Uang kembalian selalu tersedia.
DAYA TANGGAP	15	Area penjualan dapat dimasuki saat dibutuhkan.
EMPATI	16	Kerja sama yang baik antar karyawan dengan atasannya.
	17	Karyawan bersikap baik, ramah dan sopan.
	18	Karyawan membantu mengambilkan barang dagangan.
	19	Karyawan sangat antusias dalam bekerja.
	20	Karyawan segera datang bila dipanggil.

Dari kuesioner yang diperoleh dari hasil data primer yang berupa nilai atau angka-angka skala yaitu 1 s.d. 5, arti dari angka-angka tersebut adalah sebagai Tabel 2. Data yang berupa angka-angka

tersebut kemudian ditabulasikan dalam bentuk matriks individu-variabel yang merupakan $n \times p$, yang mana n adalah jumlah responden dan p adalah jumlah variabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Sekaran (2004), penggunaan instrumen yang lebih baik akan lebih menjamin akurasi hasil, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas ilmiah dari penelitian. Oleh karena itu,

perlu dilakukan penilaian seberapa baiknya pengukuran (*goodness of measures*) pada penelitian ini. Untuk mengukur *goodness of measures* digunakan uji validitas, uji reliabilitas.

4.1 Uji Korelasi Parsial (Spearman)

Dengan hipotesis

$H_0 : \rho = 0$ (tidak ada korelasi antar kedua variabel)

$H_1: \rho \neq 0$ (ada korelasi antar kedua variabel)

diperoleh hasil sebagai berikut

Tolak H_0 apabila $p\text{-value} < \alpha$. Jika kita tetapkan α sebesar 5% maka

- a. Tampilan 1 dengan Tampilan 2
P- value $0,003 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Tampilan 2
- b. Tampilan 1 dengan Tampilan 3
P- value $0,065 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Tampilan 3
- c. Tampilan 1 dengan Tampilan 4
P- value $0,092 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Tampilan 4
- d. Tampilan 1 dengan Tampilan 5
P- value $0,001 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Tampilan 5
- e. Tampilan 1 dengan Tampilan 6
P- value $0,174 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Tampilan 6
- f. Tampilan 1 dengan Keandalan 7
P- value $0,671 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Keandalan 7
- g. Tampilan 1 dengan Keandalan 8
P- value $0,952 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Keandalan 8
- h. Tampilan 1 dengan Keandalan 9
P- value $0,552 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Keandalan 9
- i. Tampilan 1 dengan Keandalan 10
P- value $0,092 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Keandalan 10
- j. Tampilan 1 dengan Keandalan 11
P- value $0,004 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Keandalan 11
- k. Tampilan 1 dengan Jaminan 12
P- value $0,179 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Jaminan 12
- l. Tampilan 1 dengan Jaminan 13
P- value $0,003 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Jaminan 13
- m. Tampilan 1 dengan Jaminan 14

Correlation)

P- value $0,330 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Jaminan 14

n. Tampilan 1 dengan Daya Tanggap
P- value $0,267 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Daya Tanggap

o. Tampilan 1 dengan Empati 16
P- value $0,246 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Empati 16

p. Tampilan 1 dengan Empati 17
P- value $0,001 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Empati 17

q. Tampilan 1 dengan Empati 18
P- value $0,000 < \alpha$ 5% maka Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Empati 18

r. Tampilan 1 dengan Empati 19
P- value $0,003 = \alpha$ 5% maka kita bisa menyimpulkan Tolak H_0 , ada korelasi antara Tampilan 1 dan Empati 19

s. Tampilan 1 dengan Empati 20
P- value $0,330 > \alpha$ 5% maka Terima H_0 , tidak ada korelasi antara Tampilan 1 dan Jaminan 14

Bentuk hubungan tersebut dapat dibuat tabulasi pada Gambar 3. Sehingga, kesimpulan yang diperoleh yaitu terdapat korelasi antara:

- a. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Kemudahan mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual.
- b. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Karyawan membantu dengan sabar.
- c. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Pengaturan suhu udara baik.
- d. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Mesin kasir dapat berfungsi dengan baik.
- e. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Karyawan bersikap baik, ramah dan sopan.
- f. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Karyawan membantu mengambilkan barang dagangan.
- g. Karyawan selalu siap untuk melayani dengan Karyawan sangat antusias dalam bekerja.
- h. Selainnya tidak ada korelasi antar kedua variabel.

Gambar 3. Tabulasi Matrisk

		T					K					J			DT	E					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
T	1	■	■	■	■	■					■		■					■	■	■	■
	2		■	■	■	■				■		■		■		■					
	3			■	■	■														■	
	4				■	■	■	■											■		■
	5					■	■	■	■						■					■	■
	6						■	■	■	■									■		■
K	7						■	■	■				■								
	8							■	■	■	■		■								
	9								■	■	■	■		■		■		■	■		
	10									■	■	■		■		■	■	■	■		
	11										■	■		■		■	■	■	■		
J	12											■									
	13												■								
	14													■							
DT	15														■						
E	16																■	■			
	17																	■	■	■	■
	18																		■	■	■
	19																			■	■
	20																				■

Keterangan:

T=tampilan, K=keandalan, J=jaminan, DT=daya tanggap, E=empati

■ : berkorelasi,

□ : tidak berkorelasi

4.1.1. Analisis

Peneliti melihat bahwa pelayanan prima dan *product knowledge* merupakan unsur utama dalam dunia usaha ritel di era milenial ini. Pemeliharaan seluruh fasilitas penunjang berupa pendingin udara, mesin kasir merupakan variabel penunjang yang perlu rutin dilakukan, agar konsumen akan merasa nyaman dan besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan tetap. Standar pelayanan yang diinginkan konsumen tidak semata berupa pelaksanaan SOP saja, melainkan tuntutan agar karyawan memiliki empati seperti sabar, ramah, bersedia mendengarkan keluhan pelanggan, dan tanggap dalam mengamati kebutuhan konsumen. Konsumen rupanya juga masih membutuhkan bantuan fisik dari karyawan berupa pencarian barang di area penjualan maupun gudang. Berdasarkan kebutuhan konsumen akan pelayanan dengan interaksi penuh dengan karyawan, menunjukkan bahwa dunia usaha ritel konvensional masih akan bertahan dalam jangka waktu lama walaupun begitu gencarnya usaha ritel yang berbasis online.

Variabel-variabel lainnya yang tidak berkorelasi, tetap mendapat perhatian, karena dunia

usaha ritel dapat berhasil dengan baik jika seluruh komponennya berintegrasi secara holistik.

Secara lebih rinci, peneliti menjabarkan variabel-variabel yang saling berkorelasi, yaitu; ruangan ber AC dan sejuk, adanya *Standart Operational Procedure* untuk *Customer Service*, sistem kerja yang disiplin, sosialisasi budaya perusahaan.

PENUTUP

5.1. Simpulan

Dalam dunia usaha ritel faktor pelayanan merupakan unsur utama dan menjadi perhatian khusus dari konsumen. Dari penelitian ini, terlihat bahwa unsur sumber daya manusia (SDM) di usaha ritel Indomaret merupakan variabel yang sangat berpengaruh. *Knowledge, skill, dan attitude* SDM di dunia ritel, tentunya tidak dapat dibangun dalam waktu singkat. Perusahaan perlu menetapkan *standart operational procedure* (SOP) dalam pelayanan dan *code of conduct* bagi setiap karyawan agar berdisiplin tinggi dan dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Unsur lainnya berupa fasilitas penunjang, ternyata berkorelasi erat dengan pelayanan SDM.

Jika pendingin udara tidak berfungsi dengan baik, kemampuan karyawan untuk melayani konsumen dapat menurun, karena energi mereka lebih cepat terkuras. Jika mesin kasir tidak berfungsi dengan baik, pelayanan akan berjalan lebih lambat, antrian konsumen semakin panjang, dan ada kemungkinan munculnya *complaint*, dan kondisi terparahnya adalah pindahnya konsumen ke perusahaan ritel sejenis seperti Alfamart yang letaknya tidak jauh dari Indomaret. Untuk mendapatkan konsumen bukan hal yang mudah, perusahaan perlu melakukan berbagai upaya seperti promosi, penetapan harga yang baik, penataan display barang yang menarik serta penyediaan produk yang variatif. Sangatlah disayangkan apabila seluruh upaya yang dilakukan oleh manajemen Indomaret tidak dapat berjalan sesuai rencana jika terjadi masalah pada pelayanan SDM dan tidak berfungsinya fasilitas penunjang.

5.2. Saran

Peneliti sebagai dosen di Program Pendidikan Vokasi UI dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia menyarankan penyelenggaraan pelatihan SDM yang bersifat interaktif, dan mengutamakan *role play*. Para karyawan dilatih untuk selalu dapat melayani konsumen dengan semangat tinggi, ceria, memperhatikan kebutuhan konsumen dan memiliki empati yang tinggi.

Pelatihan dapat menjadi bekal bagi karyawan Indomaret untuk mengikuti uji kompetensi sertifikasi profesi yang diselenggarakan Lembaga Sertifikasi Profesi Universitas Indonesia (LSP UI). Pelatihan-pelatihan untuk karyawan Indomaret diselenggarakan oleh Lembaga Vokasi (Lemkasi)

sebagai unit usaha ventura akademik. Selain pelatihan SDM dalam bidang pelayanan, dapat juga berupa pelatihan keterampilan dalam mengoperasikan mesin kasir, agar konsumen tidak terlalu lama dalam menunggu transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. (2015). *Riset Pendidikan: Perencanaan, pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kanjaya, M., & Susilo, Y. (2010). *Retail Rules*. Jakarta: Erlangga Group.

Supardi, U. (2012). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Jakarta: PT. Ufuk Publishing House.

Suryoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Jakarta: Center for Academic Publishing Service.

Tjiptono, F. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.

Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Penerbit EKONISIA.

Yunarto, Holiy.I. (2006). *Business Concepts Implementation Series: In Sales and Distribution Management*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.