



Tersedia online di
<https://ejournal.unisbabilitar.ac.id/index.php/akuntabilitas>

<https://doi.org/10.35457/5378>



METODE GRAND THEORY SEBAGAI STRATEGI PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM PENINGKATAN PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Etnografi pada Toko Sembako Lestari)

Henni Indarriyanti¹, Nurul Farida², Bela Saputri³

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar

Email Address:

hennypatria@gmail.com, nurulfarida27@gmail.com, b.saputri02@gmail.com

Submitted 30-11-2026 Reviewed 10-01-2026 Revised 24-01-2026 Accepted 02-02-2026 Published 3-02-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Grand Theory, khususnya Expectancy Disconfirmation Theory (EDT), sebagai strategi pengendalian manajemen dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Studi ini dilakukan di Toko Sembako Lestari, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang ritel kebutuhan pokok. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jenis penelitian yang digunakan studi etnografi dengan menggali secara mendalam interaksi, pengalaman, serta persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengendalian manajemen yang diterapkan secara konsisten oleh toko, seperti peliharaan karyawan, evaluasi pelayanan, serta pemberian bingkisan menjelang hari raya, terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Pelanggan merasa puas ketika pelayanan yang mereka terima sesuai dengan harapannya. Hal ini selaras dengan prinsip dasar teori EDT yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan terjadi saat ekspektasi pelanggan terpenuhi atau dilampaui. Pengendalian manajemen yang berbasis Grand Theory memungkinkan sistem pelayanan yang lebih terstruktur, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha mikro dalam mewujudkan strategi pelayanan yang lebih efektif untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of Grand Theory, specifically Expectancy Disconfirmation Theory (EDT), as a management control strategy in improving customer service and satisfaction. This study was conducted at Toko Sembako Lestari, a micro business engaged in retailing basic necessities. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The type of research used is an ethnographic study by deeply exploring customer

¹ hennypatria@gmail.com

² Nurulfarida27@gmail.com

³ B.saputri02@gmail.com

interactions, experiences, and perceptions of the services provided. The results showed that the management control strategies consistently implemented by the store, such as employee training, service evaluation, and giving gifts before the holidays, towards improving service quality. Customers feel satisfied when the service they receive matches or exceeds expectations. This is in line with the basic principles of EDT theory which emphasizes that satisfaction occurs when customer expectations are met or exceeded. Management control based on Grand Theory is able to form a service system that is more structured, responsive, and oriented to customer needs. This research is expected to be a reference for micro businesses in designing more effective service strategies to create customer loyalty and satisfaction on an ongoing basis.

PENDAHULUAN

Dalam ranah bisnis yang kompetitif, pengendalian manajemen menjadi aspek yang sangat krusial dalam menjaga keberlanjutan dan kesuksesan sebuah usaha. Saat ini, minat masyarakat dalam menjalankan bisnis terus meningkat, termasuk dalam sektor ritel kebutuhan pokok. Seperti di Lodoyo yang terdapat Toko Sembako Lestari yang berlokasi strategis, mudah diakses, tersedia di Google Maps, menawarkan harga yang terjangkau, stok barang yang memadai, serta pelayanan yang ramah. Sejak didirikan, toko ini mengalami perkembangan pesat dengan terus berupaya meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Menurut (Husaini & Fitria, 2019) kepemimpinan yang efektif untuk diterapkan adalah sesuai dengan orang yang dipimpinnya (kondisi dan situasi). Begitu juga dengan kepemimpinan di lembaga pendidikan Islam akan sangat efektif sesuai dengan kondisi dan situasi yang muncul pada saat itu. Pengendalian manajemen tidak hanya berfungsi secara internal, namun juga berdampak besar pada kualitas layanan yang dirasakan langsung oleh pelanggan. Dalam praktiknya, pelayanan yang baik menjadi kunci keberhasilan bisnis. Menurut (Laia et al., 2022) Pelaksanaan tata kerja dari pada suatu organisasi atau instansi itu sendiri sehingga pada akhirnya dapat berjalan dengan baik dan sebagaimana yang diharapkan. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mereka dikarenakan tanpa adanya pelayanan yang baik, pelanggan tidak akan membeli barang yang dijual. Pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat sasaran akan meningkatkan kepuasan serta membangun loyalitas pelanggan terhadap toko.

Menurut (Lagiman, Suryawati Ami, 2022) Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan karena menyangkut perasaan senang atau kecewa yang muncul dari pelanggan setelah membandingkan antara persepsi hasil kinerja perusahaan dan harapan-harapannya. Agar pelanggan merasa puas, suatu perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti menerapkan Total *Quality Management*. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai ekspektasi akan menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu bisnis. Dalam persaingan yang semakin ketat, seperti disampaikan (Julianti et al., 2021), toko sembako yang menjual beraneka ragam kebutuhan rumah tangga yang dimana itu menjadi bahan pokok utama. Banyaknya toko sembako menyebabkan persaingan dalam penjualan sembako sangatlah ketat, baik dalam segi harga serta pelayanan membuat para pedagang sembako yang masih melakukan transaksi konvensional pun terancam gulung tikar karena kalah bersaing seperti halnya yang dilakukan oleh Toko Sembako Lestari, upaya menjaga loyalitas pelanggan diterapkan melalui berbagai strategi pengendalian manajemen. Salah satu strategi yang digunakan adalah pemberian bingkisan souvenir menjelang lebaran. Bingkisan ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi terhadap pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif. Ketika pelanggan merasa dihargai melalui pemberian tersebut, mereka cenderung memiliki pandangan positif terhadap perusahaan dan lebih besar kemungkinannya untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang.

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada *Grand Theory*, khususnya *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)*. Teori ini menekankan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai apabila produk atau layanan yang mereka terima sesuai atau bahkan melebihi. Selaras dengan penelitian (Nashar, 2020) Faktor kualitas pelayanan merupakan hal yang paling mendasar, supaya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat dirasakan oleh para pengguna jasa atau konsumen, dalam memberikan pelayanan juga terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan agar pelayanan yang diberikan memiliki kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa puas. Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi karena peneliti berupaya

untuk memperoleh pemahaman yang mendalam secara langsung bagaimana interaksi, kebiasaan, dan pengalaman pelanggan serta karyawan di Toko Sembako Lestari berlangsung dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Grand Theory* sebagai strategi pengendalian manajemen dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan di Toko Sembako Lestari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi pelaku usaha mikro dalam merancang strategi layanan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Pelayanan yang baik, ramah, cepat, serta promosi menarik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu: “Metode *Grand Theory* Sebagai Strategi Pengendalian Manajemen dalam Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi Etnografi pada Toko Sembako Lestari).”

METODE PENELITIAN

(Thabroni, 2022) Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis, desain, atau rancangan penelitian yang biasa digunakan untuk meneliti objek penelitian yang alamiah atau dalam kondisi riil dan tidak disetting seperti pada eksperimen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi etnografi. (Siddiq & Salama, 2019) etnografi ini adalah sifatnya yang menyeluruh dan terpadu (*holistic-integratif*), deskripsi yang kaya (*thick description*) dan analisa kualitatif dalam rangka mendapatkan cara pandang pemilik kebudayaan.(Aji & Rohmah, 2025) Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data utama dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pelanggan Toko Sembako Lestari, yang berfokus pada strategi pengendalian manajemen dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan serta data sekunder berupa profil Toko Sembako Lestari dan berbagai informasi yang diperoleh dari jurnal, artikel, dan sumber tertulis lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Menurut (Cahyani, 2022) kegiatan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul dan teknis analisis

kuantitatif dapat menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Teknis analisis data dilakukan peneliti mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk memperoleh data yang dianggap kredibel.

PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan melalui pelayanan yang efisien, ramah, dan andal. Menurut (Alfatiyah, 2018) Kualitas pelayanan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan bagi setiap perusahaan Berdasarkan hasil penelitian di Toko Sembako Lestari, pelayanan dinilai cukup baik karena pelanggan merasa nyaman dengan sikap ramah dan kecepatan pelayanan karyawan. Hal ini sesuai dengan indikator kualitas layanan menurut (Parasuraman, 2023) Indikator atau dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : *Tangibilitas, Reliabilitas, Responsiveness, Empati* dan *Assurance* pelayanan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan seperti Bu Ririn dan Bu Devi merasa puas dengan pelayanan yang cepat dan sikap pegawai yang sigap membantu. Namun, mereka juga berharap toko lebih proaktif memberikan informasi produk dan segera memenuhi stok barang yang habis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelayanan tergolong baik, aspek empati dan respons terhadap kebutuhan pelanggan masih dapat ditingkatkan agar pengalaman belanja menjadi lebih optimal. Sementara itu, tingkat kepuasan pelanggan diukur melalui perasaan puas, loyalitas, dan terpenuhinya harapan setelah berbelanja. Berdasarkan wawancara, pelanggan merasa dihargai ketika toko memberikan bingkisan Lebaran sebagai bentuk perhatian. Tindakan sederhana ini menciptakan kesan positif, memperkuat hubungan emosional, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (dalam Roya, 2024), Kepuasan muncul ketika pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, dan hal ini terbukti di Toko Sembako Lestari.

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa Toko Sembako Lestari telah berhasil memenuhi indikator kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, serta apresiasi terhadap pelanggan tetap. Kepuasan pelanggan itu sendiri relative, tergantung produk atau jasa yang

ditawarkan. Namun, peningkatan pada aspek empati, informasi produk, dan pengelolaan stok masih diperlukan agar kualitas pelayanan semakin konsisten dan kepuasan pelanggan dapat terjaga secara berkelanjutan.

Metode *Grounded Theory* menurut Moleong (2021) digunakan untuk membangun teori berdasarkan data lapangan yang nyata, bukan dari asumsi peneliti. Dalam penelitian ini, teori tersebut dipadukan dengan *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika pelayanan sesuai atau melebihi harapan mereka. Teori utama yang digunakan adalah *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT), yang berfokus pada hubungan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan. Jika pelayanan sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika pelayanan tidak sesuai, maka timbul rasa kecewa. Teori ini membantu toko memahami dan mengelola harapan pelanggan, sekaligus menjadi dasar dalam merancang strategi peningkatan layanan.

Dalam praktiknya, Toko Sembako Lestari menerapkan sejumlah strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan, terutama menjelang hari besar seperti Lebaran. Salah satunya adalah pemberian bingkisan berisi kebutuhan pokok kepada pelanggan tetap sebagai bentuk apresiasi dan penghargaan atas loyalitas mereka. Langkah ini tidak hanya menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara toko dan pelanggan. Selain itu, toko membedakan jenis bingkisan berdasarkan status pelanggan tetap dan pelanggan umum, sehingga menumbuhkan rasa dihargai di kalangan pelanggan setia.

Penerapan teori ini terlihat jelas di Toko Sembako Lestari, yang berhasil meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui strategi pengendalian manajemen yang sederhana namun efektif. Strategi utama yang diterapkan meliputi pemberian bingkisan Lebaran kepada pelanggan setia, pelayanan ramah dan cepat, serta evaluasi rutin terhadap umpan balik pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2019) Pengukuran kepuasan pelanggan menjadi penting dan sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi posisinya di tengah persaingan dan untuk mengambil keputusan manajerial yang tepat. Langkah-langkah ini

menciptakan rasa dihargai, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat hubungan sosial antara toko dan pelanggan.

Menurut Salah satu cara untuk melakukan pengembangan bisnis adalah dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan pemasaran digital.(Sangadji et al., 2024) Selain itu, toko mulai mengadopsi pembayaran digital untuk mempermudah transaksi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan modern. Hasil wawancara menunjukkan pelanggan merasa puas karena pelayanan toko dianggap melampaui harapan mereka Hal itu selaras dengan penelitian Menurut (Angraini, 2023) Pelanggan yang puas cendrung melakukan pembelian ulang, dan hal tersebut berdampak positif untuk menaikkan pendapatan perusahaan bisnis. Dengan demikian, penerapan *Grand Theory* melalui EDT terbukti membantu toko mengendalikan manajemen pelayanan secara efektif dan membangun kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan seperti Bu Ririn dan Bu Devi merasa puas dengan pelayanan yang cepat, ramah, serta stok barang yang selalu lengkap. Mereka mengakui bahwa program bingkisan dan tanggapan cepat terhadap keluhan mencerminkan pelayanan yang melebihi ekspektasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori EDT. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari harga atau produk, tetapi juga dari cara toko membangun hubungan sosial dan kepercayaan dengan pelanggan selaras dengan penelitian (Azizi et al., 2024) Semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan membawa dampak kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Secara keseluruhan, penerapan *Grand Theory* melalui *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) terbukti relevan dalam strategi pengendalian manajemen di Toko Sembako Lestari. Pendekatan ini membantu toko meningkatkan kualitas layanan, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memastikan keberlanjutan usaha melalui kombinasi antara pelayanan yang manusiawi, inovasi, serta evaluasi berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di Toko Sembako Lestari dengan pendekatan etnografi, ditemukan bahwa strategi pengendalian manajemen memiliki peran

penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Melalui penerapan *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)*, dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kesesuaian antara harapan dengan pengalaman nyata yang mereka rasakan. Hasil wawancara dengan dua pelanggan, Bu Ririn dan Bu Devi, menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan toko, terutama dalam hal kecepatan, keramahan, dan pemberian bingkisan menjelang hari raya. Temuan ini membuktikan bahwa pengendalian manajemen yang responsif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan mampu membangun loyalitas, menciptakan hubungan jangka panjang, serta memperkuat keberlanjutan usaha toko sembako skala kecil di tengah persaingan yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, T. S., & Rohmah, S. A. (2025). Pendekatan SWOT dalam Merancang Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Kompos Ko-Sulastri. *Tabela Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 3(2). <https://doi.org/10.56211/tabela.v3i2.1102>
- Alfatiyah, R. (2018). Analisis Kualitas Jasa Periklanan dengan Kombinasi Metode Servqual dan Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 1(1).
- Angraini, N. (2023). Mengukur Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.26858/jab.v2i1.43447>
- Azizi, D. H., Siti Komariah Hidayanti, & Mohammad Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2309>
- Cahyani, T. P. A. (2022). Teknik Pengumpulan Data Menurut Para Ahli. *Medcom.Id*.
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). MANAJEMEN KEPEMIMPINAN PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1). <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Julianti, M. R., Hakim, Z., & Ardiyan, T. (2021). Aplikasi Pedagang Sembako Online Berbasi Android. *Academic Journal of Computer Science Research*, 3(1). <https://doi.org/10.38101/ajcsr.v3i1.330>
- Lagiman, Suryawati Ami, W. B. (2022). Budidaya Tanaman Kedelai. In *LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta* (Vol. 4, Issue 3).
- Laia, O., Halawa, O., & Lahagu, P. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Pelayanan Publik. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1).

<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.15>

Nashar. (2020). Kualitas Pelayanan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat. In *Duta Media Publishing*.

Parasuraman, Z. dan B. (2023). *Indikator Kualitas Pelayanan Publik*. Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan.

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). peran media sosial tiktok sebagai platform untuk mengembangkan bisnis di era digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).

Siddiq, M., & Salama, H. (2019). Etnografi Sebagai Teori Dan Metode. *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 18(1). <https://doi.org/10.15408/kordinat.v18i1.11471>

Thabroni, G. (2022). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif (Konsep & Contoh). In *Serupa.Id*.

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Edisi 3. In *CV. Andi Offset* (Vol. 1, Issue 4).