

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Yogyakarta adalah kota yang terkenal dengan sebutan sebagai kota pelajar, merupakan tujuan dari banyak orang untuk menimba ilmu pengetahuan. Sampai dengan saat ini kota Yogyakarta telah menjadi salah satu kota yang berkembang sangat pesat di Indonesia, dan menjadi tujuan oleh para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan usahanya di kota ini. Hal ini nampak dengan bermunculannya berbagai macam usaha yang berkembang baik dari skala kecil, menengah, maupun dengan skala besar di area. Dewasa ini telah terdapat sedikitnya lebih dari 8 mall di besar di Yogyakarta, berbagai macam jenis wirausaha berupa mulai dari bidang yang berorientasi pada jasa sampai dengan industri rumah tangga dapat kita temukan di kota Yogyakarta dan sekitarnya.

Seiring dengan berkembangnya kota Yogyakarta tersebut kita juga dapat menemukan banyak tempat perbelanjaan, baik perbelanjaan moderen maupun perbelanjaan tradisional baik yang dimiliki oleh pengusaha dari daerah maupun yang berasal dari luar daerah . Tempat perbelanjaan tersebut dapat kita jumpai di sudut-sudut jalan kota Yogyakarta dan sekitarnya.

Peritel atau pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen. Peritel perorangan atau peritel kecil memiliki jumlah gerai bervariasi dari satu gerai hingga beberapa gerai. Gerai dalam segala bentuknya berfungsi sebagai tempat pembelian barang dan jasa, yaitu

dalam arti adalah konsumen datang ke gerai untuk melakukan transaksi belanja dan membawa pulang barang atau menikmati jasa. Kata “gerai” merujuk pada dimana tempat seseorang dapat membeli barang atau jasa dan merupakan terjemahan dari kata *outlet*. Gerai-gerai dari peritel kecil terdiri dari dua macam, yaitu gerai tradisional dan gerai moderen (Ma’ruf, hendri. 2005 :72).

Gerai tradisional adalah gerai yang telah lama beroperasi di negeri ini, yaitu berupa: warung, toko, dan pasar. Toko adalah format gerai tradisional yang bentuk dan penataannya lebih baik dari pada warung yang menjual kebutuhan sehari-hari maupun produk-produk tahan lama (Ma’ruf, hendri. 2005 :72). Gerai modern mulai beroperasi awal 1960-an di Jakarta. Arti modern disini adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga profesional (Ma’ruf, hendri. 2005 :72). Beberapa contoh gerai modern di Yogyakarta adalah Cyrcl K, Alfamart dan Indomaret.

Perkembangan kota Yogyakarta yang sangat pesat tidak terlepas dari pengaruh aspek budaya dan sosial yang datang dari luar daerah dan membuat pola perilaku masyarakat Yogyakarta berubah. Dengan adanya perubahan dan pengaruh itu, maka menyebabkan pergeseran dan atau perubahan fungsi dari sebuah gerai, dari gerai yang hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja saja, sekarang menjadi tempat berkumpul (*nongkrong*), bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, ataupun tempat memperluas jaringan. Pergeseran fungsi dari gerai tersebut menimbulkan fenomena sosial dan budaya baru.

Dalam bidang industri yang berkaitan dengan produk dan jasa, kualitas layananlah yang memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan secara keseluruhan. Oleh karena itu sebuah gerai yang mampu memberi kualitas layanan terbaik akan berkembang dan mampu mempertahankan pelanggannya. “Sejak kualitas superior menjadi salah satu faktor penting dalam pengendalian industri layanan, menyarankan bahwa meningkatkan kualitas layanan diseluruh departemen menjadi yang utama dalam kelangsungan industri” (Remiasa dan Lukman, 2007 :70). Seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka. Menurut Brady dan Cronin (2001), “persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan ini terdiri dari tiga kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Ketiga kualitas ini membentuk pada keseluruhan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Kualitas layanan ini sengaja dipisah-pisahkan supaya memudahkan pihak manajemen dalam melihat evaluasi pelanggan terhadap masing-masing kualitas.

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat modern?
2. Bagaimanakah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat tradisional?
3. Apakah terdapat perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat tradisional dan gerai berformat modern?

C. Batasan Masalah

Dengan adanya berbagai keterbatasan yang dimiliki penulis dalam penelitian ini dan agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis memberikan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Yogyakarta.
2. Menurut Ma'ruf, Hendri (2005 : 72) “Gerai modern adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga profesional. Beberapa contoh gerai modern di Yogyakarta adalah Circle K, Alfamart dan Indomaret. Gerai tradisional adalah gerai yang masih menggunakan penataan barang yang belum baik, penataan yang dimaksud adalah dimana barang menurut keperluan yang sama belum dikelompokkan dengan baik, dan barang yang dilihat diambil langsung kepada penjual, belum adanya alat pendingin ruangan dan belum adanya pramuniaga profesional. Contoh dari gerai berformat tradisional adalah toko kelontong dan warung.
3. Menurut Kotler dan Armstrong (1997 : 156) “ Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilalui orang lain dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia”. Dari proses memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi tersebut, seseorang akan memberi makna atau arti dalam bentuk pendapat tentang obyek benda, orang, dan situasi tertentu. Dengan demikian persepsi pelanggan dapat diartikan sebagai pernyataan pendapat pelanggan tentang suatu obyek benda, orang, dan situasi tertentu.

4. Gerai modern adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga profesional (Ma'ruf, 2005 : 70). Beberapa contoh gerai modern di Yogyakarta adalah Circle K , Alfamart , dan Indomaret.

5. Gerai tradisional adalah gerai yang masih menggunakan penataan barang yang belum baik, barang yang dilihat diambil langsung kepada penjual, belum adanya alat pendingin ruangan dan belum adanya pramuniaga profesional. Contoh dari gerai berformat tradisional adalah toko kelontong dan warung (Ma'ruf, 2005 : 72)

6. Konsep Perceived Service Quality merupakan bagian dari persepsi yang menyoroti kualitas layanan secara khusus. Tentunya kualitas berdasarkan persepsi pelanggan. Perceived service quality menurut Zeithaml (2003) merupakan dasar dari terbentuknya sebuah kualitas dan dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pelanggan adalah subyek yang menilai dan mengevaluasi sebuah kualitas layanan yang didasarkan pada :
 - a. Kualitas interaksi yaitu sehubungan dengan antara pelanggan dengan staf gerai. Indikator empirik :
 - 1) Staf bersikap ramah kepada pelanggan (murah senyum)
 - 2) Kesiagaan staf dalam melayani pelanggan
 - 3) Kecepatan staf dalam melayani kebutuhan pelanggan
 - 4) Staf jarang melakukan kesalahan dalam pekerjaannya
 - 5) Staf cepat dalam menjawab pertanyaan pelanggan

- 6) Staf mempunyai pengetahuan yang baik dalam mengenai produk yang ditawarkan
- b. Kualitas lingkungan fisik yaitu kualitas lingkungan di dalam gerai sewaktu proses penyampaian layanan terjadi. Indikator empirik :
- 1) Tata letak meja dan rak tidak membtasi ruang gerak pelanggan
 - 2) Tipe pelanggan gerai tidak menunggu kenyamanan pelanggan lain
 - 3) Gerai tersebut mengutamakan kebersihan dan kelengkapan
 - 4) Suhu ruangan yang nyaman bagi pelanggan

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat modern.
2. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat tradisional.
3. Mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan gerai berformat tradisional dan gerai berformat modern.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi praktisi bisnis dalam industri terkait sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangannya maupun dalam pembuatan kebijakan demi tetap mempertahankan loyalitas pelanggan dan atau image dari perusahaan tersebut.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman. Sehingga dapat lebih mengetahui berbagai macam strategi bisnis dan implementasinya dalam dunia bisnis nyata, yang nantinya akan berguna bagi peneliti dalam kelanjutannya.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan pertimbangan dengan mendapat masukan-masukan dan inspirasi untuk permasalahan perilaku konsumen mengenai analisis persepsi konsumen terhadap kualitas layanan gerai berformat modern dan gerai berformat tradisional.

F. SISTEMATIKA LAPORAN

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan rencana penelitian yang dijabarkan ke dalam latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika laporan.

BAB II : Tinjauan Konseptual dan Hipotesis

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, dan hasil penelitian sebelumnya.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan berdasarkan jenis penelitian yang meliputi obyek dan lokasi penelitian, metode pengambilan

sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan variabel penelitian, metode pengujian instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang diteliti.

BAB V : Analisis Data

Pada bab ini data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan alat analisis data yang telah ditentukan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang menyajikan keseluruhan hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan. Hasil penelitian yang dilakukan dan memberikan saran yang berkaitan dengan kesimpulan yang diperoleh, yang diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan.