BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel saat ini mengalami perkembangan yang pesat, khususnya di Indonesia. Hal ini ditandai dngan makin banyak bermunculan bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern maupun bisnis ritel yang baru lahir. Hal ini pun menuntut bisnis ritel untuk mengubah pandangan lama pengelolaan ritel tradisional menjadi pandangan pengelolaan ritel modern. (Christina Whidya Utami (2010:3))

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dewasa ini sedang berkembang amat pesat. Munculnya ritel-ritel dunia di Indonesia makin menyemarakan keberadaan bisnis ini. Kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembanganya masyarakat menginginkan sarana dan kebutuhannya dekat dengan rumah. Hal inilah yang menyebabkan banyak peritel berusaha untuk membuka banyak gerai di banyak lokasi, demi memenuhi kebutuhan konsumennya. Saat ini telah banyak perusahaan ritel yang melayani konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berbagai ritel berkembang baik hypermarket, departement-store, supermarket, minimarket, grosir, toko, dan sebagainya.

Berbagai ritel-ritel minimarket yang berkembang saat ini seperti Yomart, Alfamart, Indomart, Circle K, Omimart, dan pemain lokal lainnya. Dimana mereka saling bersaing dalam memperebutkan konsumen dengan membuka banyak Cabang. Meskipun dengan lokasi, segmen, dan produk yang hampir sama.

Untuk itulah setiap ritel minimarket berusaha memberikan kualitas pelayanan yang berbeda satu sama lain. Hal ini dimaksudkan agar mereka dapat membangun kepercayaan dimata pelanggan. Kualitas pelayanan bagi dunia usaha ritel sebenarnya adalah kunci yang membedakan suatu ritel dengan ritel lainnya (pesaing), dimana kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan (Christina Whidya Utami, 2010:294). Kualitas pelayanan adalah satu-satunya atribut yang secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi kepercayaan, dan efeknya lebih kuat daripada atribut lain (Sunghyup Sean Hyun (2010:251)). Menurut Farida Jasfar (2009:48) Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa (*consumer perceived service quality*) merupakan penilaian menyeluruh atas kinerja suatu jasa dari sudut pandang konsumen.

Yomart pada awalnya hadir Yomart untuk membentengi pangsa pasar mereka dari serbuan peritel asing. Selama enam tahun berdiri saat ini Yomart telah mencapai 250 minimarket, sebagian besar berada di Jawa Barat, terutama di kota kabupaten seperti Bandung, Cimahi, Cirebon, Indramayu, Subang, Purwakarta, Majalengka, Garut, Ciamis, Tasikmalaya, Cianjur, Sukabumi, dan Bogor. Di kota Bandung sampai akhir Mei 2009 terdapat 208 gerai minimarket Yomart diantarannya gerai minimarket Yomart cabang Sarijadi, cabang Garuda, cabang Cipamokolan, cabang Antapani, dan cabang lainnya.

Gerai minimarket cabang Sarijadi merupakan salah satu dari sekian banyak gerai yang terdapat di kota Bandung. Gerai cabang Sarijadi sendiri terletak di jalan Sarijadi yang merupakan salah satu kawasan yang terletak di Utara Bandung. Gerai Yomart Sarijadi merupakan tempat yang strategis karena dekat dengan area sekolah dan pemukiman penduduk.

Berdasarkan survey awal yang didapat dari beberapa orang konsumen ditemukan bahwa sebanyak 25% konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan baik, sekitar 40% konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan cukup baik, dan sebanyak 35% merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang. Hal ini cukup beralasan karena berdasarkan survey awal tersebut konsumen menyatakan kondisi minimarket Yomart terlihat kurang menjaga kebersihan tokonya, bahkan ada juga yang mengatakan kurangnya keramahan dalam melayani sehingga kurangnya kenyamanan belanja, selain itu juga terdapat keluhan karena kelengkapan produk yang masih kurang. Hal inilah yang membuat masih kurangnya pelayanan yang diberikan.

Kenyamanan dan kepercayaan penting bagi perusahaan karena sebuah usaha jasa perdagangan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kenyamanan suasananya dan juga kepercayaan dari pelanggannya. Bagi perusahaan jasa perdagangan kepercayaan itu sangat penting peranannya dalam membina hubungan, terutama pada usaha ritel yang penuh ketidakpastian, resiko, dan kurangnya informasi kepada konsumennya atas pembelian produknya. Perusahaan yang sudah dipercaya akan berkurang ketidakpastiannya (*uncertainly*) maupun kerapuhannya (*vulnerability*), karena memiliki rasa percaya diri yang

sangat baik, yang membuat perusahaan mampu mengatasi banyak masalah (Farida Jasfar (2000:167). Resiko yang tidak dapat dihindari dalam pembelian produk-produk intangible (*jasa*) menjadi sebuah keuntungan yang kompetitif bagi perusahaan untuk dapat memperoleh kepercayaan pelanggan akan keterandalan pelayanan yang diberikan. Inilah yang merupakan tantangan bagi perusahaan jasa, karena harus kelihatan terampil atau handal setiap saat dalam memberikan pelayanan (Griffin(2005:102)).

Berdasarkan survey awal tersebut mengatakan bahwa mayoritas responden merasa percaya terhadap keberadaan minimarket Yomart, karena Yomart cukup banyak tersebar dimana-mana, meskipun pada minimarket Yomart cabang ini adanya indikasi kinerja kualitas pelayanan yang kurang.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Hal inilah yang menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian pada minimarket YOMART dengan judul **"Dampak Kinerja Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan pelanggan Pada minimarket YOMART Cabang Sarijadi Bandung".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Bisnis ritel saat ini mengalami perkembangan yang pesat, khususnya di Indonesia. Hal ini ditandai dngan makin banyak bermunculan bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern maupun bisnis ritel yang baru lahir. Hal ini pun menuntut bisnis ritel untuk mengubah pandangan

lama pengelolaan ritel tradisional menjadi pandangan pengelolaan ritel modern. Dimana, kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembanganya masyarakat menginginkan sarana dan kebutuhannya dekat dengan rumah.

Saat ini telah banyak banyak perusahaan ritel seperti minimarket yang melayani konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satunya PT mitra Yomart Sejati yang merupakan perusahaan ritel modern yang berfokus di bidang minimarket yang telah melayani kebutuhan masyarakat akan barang kebutuhan sehari-hari. Dimana, kualitas pelayanan bagi dunia usaha ritel sebenarnya adalah kunci yang membedakan suatu ritel dengan ritel lainnya (pesaing), dimana kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan survey awal minimarket Yomart memiliki kinerja kualitas pelayanan kurang baik seperti kurangnya menjaga kebersihan toko dan kurang ramahnya karyawan dalam melayani pelanggan meskipun konsumen merasa punya kepercayaan terhadap Yomart, karena karena minimarket Yomart cukup banyak tersebar disekitar Bandung. Meskipun pada minimarket Yomart cabang ini adanya indikasi kinerja kualitas pelayanan yang kurang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dirumuskankan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap kinerja kualitas pelayanan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.
2. Bagaimana kepercayaan pelanggan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.
3. Seberapa besar dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan data dan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun yujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kinerja kualitas pelayanan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.
2. Untuk mengetahui kepercayaan pelanggan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan baik dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, dan perilaku konsumen, terutama mengenai dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan dalam hal mengevaluasi dan menyempurnakan kinerja kualitas pelayanan dalam memberikan kepercayaan terhadap pelanggannya.

2 Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan baik dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, dan perilaku konsumen, terutama mengenai kinerja kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepercayaan pelanggan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilaksanakan di minimarket Yomart Cabang Sarijadi, yang beralamat di Jl Sarimanah Raya Flat Sarijadi Kav 106/12, Sarijadi Bandung. Adapun waktu pelaksanaan di mulai pada bulan September 2010 sampai dengan Januari 2011, dengan kegiatan sebagai berikut :

Table 1.1
Waktu penelitian

Keterangan	Bulan																			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Proposal																				
Pencarian tempat Penelitian																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan & Analisis Data																				
Penyusunan laporan																				