

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan yang berlangsung di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan hidup seperti kebutuhan primer serta sekunder, meningkat terus menerus. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar tercipta dengan mudah, dimana pada saat ini kita semua mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung. Hal ini mendorong pengusaha-pengusaha untuk menanamkan modalnya dibidang usaha retail serta memperluasnya.

Bisnis Ritel di Indonesia secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu, ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional yang pada praktiknya mengaplikasikan konsep yang modern, pemanfaatan teknologi, dan mengakomodasi perkembangan gaya hidup di masyarakat (konsumen). Persaingan sengit dalam industri ritel telah melanda negara-negara maju sejak abad yang lalu, khususnya di Amerika Serikat dan Eropa Barat. Persaingan terjadi terutama antara usaha ritel tradisional dan ritel modern (minimarket, supermarket dan hipermarket). Namun, menjelang dekade akhir lalu persaingan telah meluas hingga ke negara-negara berkembang, di manasektor usaha ritel yang bertujuan untuk meningkatkan investasi asing telah

berdampak pada pengembangan jaringan supermarket dan minimarket (Reardon dan Hopkins 2006;15).

Dalam 6 tahun terakhir, perkembangan format modern market sangatlah tinggi. Konsepnya yang modern, adanya sentuhan teknologi dan mampu memenuhi perkembangan gaya hidup konsumen telah memberikan nilai lebih dibandingkan dengan market tradisional. Selain itu atmosfer belanja yang lebih bersih dan nyaman, semakin menarik konsumen dan dapat menciptakan budaya baru dalam berbelanja. Munculnya konsep ritel baru seperti hipermarket, supermarket, dan minimarket, yang termasuk ke dalam jenis ritel modern (pasar modern) merupakan peluang pasar baru yang dinilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel, namun dilain sisi dapat mengancam keberadaan pasar tradisional yang belum dapat bersaing dengan pasar modern terutama dalam hal manajemen usaha dan permodalan. Dari waktu ke waktu jumlah pasar modern cenderung mengalami pertumbuhan positif sedangkan pasar tradisional cenderung mengalami pertumbuhan negatif. Dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007–2012, jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% per tahun. Pada tahun 2007, jumlah usaha ritel di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai, kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia. Pertumbuhan jumlah gerai tersebut tentu saja diikuti dengan pertumbuhan penjualan. Untuk penyebaran paling banyak di Pulau Jawa dengan 57 persen, dan Sumatera dengan 22 persen, sisanya 21 persen ada di pulau lain. Bisnis ritel lebih cepat tumbuh di pinggiran kota, karena banyaknya

pemukiman di lokasi tersebut. Daerah inilah yang menjadi target dari ritel modern jenis minimarket.

Minimarket adalah perusahaan retail yang bergerak dibidang penjualan produk-produk yang digunakan oleh para konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya kebutuhan primer dan sekunder yang harus dipenuhi oleh para konsumen menyebabkan konsumen tersebut menginginkan proses pembelian barang yang secara mudah dan langsung. Semakin banyak perusahaan menawarkan produk barang dan jasa maka konsumen memiliki pilihan yang banyak, dengan demikian kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar. Perusahaan harus mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian dapat dijadikan sebagai salah satu alat untuk maju dan mundurnya perusahaan. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar menentukan kualitas produk kepuasan pelanggan.

Minimarket Berkah merupakan minimarket yang berdiri pada tahun 2000 terletak di jalan Jendral Sudirman no 50, Air Molek kabupaten Indragiri Hulu. Berkah merupakan Minimarket pertama yang ada di Air Molek, awalnya hanya sebuah toko kecil yang menjual barang harian, namun dalam 10 tahun terakhir juga menyediakan barang grosir bagi toko lain yang akan membeli barang untuk dijual kembali. Berkah menerapkan sebuah sistem mesin kasir *point of sale* untuk penjualannya, terdapat 3 meja kasir yang disediakan. Namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang

dibutuhkan dari rak-rak minimarket dan membayarnya di meja mesin kasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang.

Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang diberikan Minimarket Berkah belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga muncul kesenjangan antara kualitas pelayanan yang benar-benar diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan, hal tersebut akan menjadi sebuah masalah. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman standar pelayanan minimal, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan. Agar layanan dapat dikatakan memuaskan bagi konsumen maka karyawan harus memenuhi 4 standar pokok menurut Moenir (2015;197) yaitu:

- a. tingkah laku yang sopan,
- b. cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang harus diterima oleh orang yang bersangkutan,
- c. waktu menyampaikan harus tepat,
- d. keramah tamahan.

Namun faktanya yang terjadi pada minimarket Berkah adalah pelayanan masih belum sesuai dengan standar minimal pelayanan. Masih adanya karyawan yang lamban, tidak bersikap ramah, sering terjadi kecerobohan dan kelalaian.

Hal ini terungkap dengan adanya persepsi bahkan pengaduan atau keluhan dari beberapa konsumen yang menjadi konsumen Minimarket Berkah

terhadap pihak Manajer toko. Dengan adanya pengaduan tentang pelayanan karyawan Berkah maka dapat dipandang sebagai masalah.

Sugiyono (2012;50) mengungkapkan bahwa masalah dapat diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi. Masalah pelayanan pada Minimarket Berkah dapat terjadi karena jumlah SDM yang terbatas, yakni jumlah karyawan hanya ada 21 orang yang terbagi lagi dalam pembagian kerjanya. Yakni sebagai pramuniaga 4 orang untuk melayani konsumen dan 6 orang sebagai kasir yang bekerja sesuai siftnya kemudian 7 orang sebagai penerimaan barang di gudang, 2 orang sebagai admin, 1 orang sebagai kepala toko atau manajer store dan 1 orang sebagai direktur store atau pemilik Minimarket. Kemudian, jenjang pendidikan terakhir karyawan pramuniaga, kasir dan bagian gudang merupakan alumni siswa/i dari Sekolah SMK dan SMA yang ada di Air Molek. Sedangkan admin merupakan lulusan Sarjana Universitas Islam Riau prodi teknik informatika. Selain pendidikan rendah dari karyawan, sering pula terjadi perekrutan karyawan baru. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan yang belum lama masuk menjadi pramuniaga atau kasir telah resign karena alasan tertentu. Sehingga pihak manajer toko harus mentraining terlebih dahulu karyawan yang baru masuk ke Minimarket berkah, hal ini mengakibatkan kompetensi dan produktifitas karyawan rendah, sehingga berdampak buruk pada kualitas pelayanan. Peristiwa ini terjadi dalam 3 tahun terakhir.

Menurut Sugiyono (2012;51) mengatakan masalah SDM yaitu, jumlah SDM yang terbatas, jenjang pendidikan yang rendah, kompetensi dan produktivitas yang masih rendah.

Menurut Kotler (2009;15) Persaingan mencakup semua penawaran dan produk yang ditawarkan oleh pesaing baik yang aktual maupun yang potensial, yang akan dipertimbangkan oleh seorang pembeli. Adapun pesaing Minimarket Berkah yaitu :

Tabel I.1 : Pesaing Minimarket Berkah di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu

No	Nama Pesaing	Alamat
1	Indomaret	a. Jalan May Fadillah No 112 b. Jalan Jend. Sudirman No 150
2	Alfamart	a. Jalan Jend. Sudirman No 40 b. Jalan Jend. Sudirman No 134
3	MM. Andi	Jalan Jend. Sudirman No 34
4	MM. Tanjung Gading	Jalan Jend. Sudirman No 80
5	MM. Retro	Jalan Jend. Sudirman No 90
6	MM. Kaffah	Jalan Jend. Sudirman No 76
7	MM. Diana	Jalan Simp Mangga No 34
8	MM. Usaha Sepakat	Jalan Jend. Sudirman No 160
9	Molek Mart	Jalan Jend. Sudirman No 43
10	SBY Mart	Jalan Jend. Sudirman No 70

Sumber : Data Olahan 2018

Berdasarkan dari tabel di atas apabila dibanding dengan jumlah penduduk tahun 2016 Menurut Badan Statiska Indragiri Hulu (2016) Jumlah penduduk di Kecamatan Pasir penyu adalah sebanyak 35.460 jiwa, maka dapat dikaitkan dengan jumlah minimarket yang ada di Air Molek, Kab. Indragiri Hulu sangatlah sedikit dikarenakan hanya berjumlah 12 minimarket atau Retail modern.

Kemudian rata-rata profesi dari masyarakat Air Molek Kec. Pasir Penyu adalah karyawan tetap di perusahaan, BUMN, karyawan Pertamina, pegawai staf PNS, wiraswasta dan pedagang. Untuk mampu memenuhi kebutuhan masyarakat maka bisnis ritel perlu ditambah lagi.

Agar konsumen tertarik untuk mengunjungi toko dan melakukan transaksi bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen datang ke pusat perbelanjaan mempunyai tujuan dan motif yang berbeda mulai dari sekedar melihat-lihat, rekreasi atau khusus untuk berbelanja kebutuhan mereka. Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menjaring konsumen (Mulyani, 2009:100).

Kotler (2009;347) mengemukakan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen, sedangkan Engels dalam Raharjani (2005;6) mengemukakan keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan kualitas produk yang baik.

Begitu pula dengan kelengkapan produk yang ditawarkan (variety) juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Produk sebagai hasil dari kegiatan produksi

yang akan mempunyai wujud tertentu, mempunyai sifat-sifat fisik dan kimia tertentu

Raharjani (2005:6), berpendapat bahwa konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam Minimarket Berkah meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli. Bagi Minimarket Berkah kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari Minimarket lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, Minimarket ini banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap sebuah Minimarket maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Raharjani (2005:5) mengemukakan pelayanan suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan orang lain. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Fasilitas pelayanan minimarket yang baik, kemudahan pengambilan barang, penyerahan, kredit dan pelayanan barang secara menyeluruh merupakan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu minimarket. Sikap pramuniaga yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen

Keberadaan pesaing minimarket Berkah tidak membuat konsumen enggan berbelanja di Berkah, hal ini dikarenakan ketersediaan produk yang dijual di Minimarket Berkah lebih lengkap dengan adanya varian produk dibanding tempat lain. Selain itu keberadaan Alfamart dan Indomaret juga masih baru adanya di Air Molek, yaitu pada pertengahan tahun 2017 sehingga konsumen sudah berlangganan pada minimarket Berkah walaupun sistem pelayanan pada Alfamart dan Indomaret lebih profesional namun konsumen lebih loyal berbelanja di minimarket Berkah. Bangunan yang disediakan Minimarket berkah juga jauh lebih besar dibanding Alfamart, Indomaret ataupun Minimarket yang lainnya. Luas bangunan Minimarket Berkah yaitu $20 \times 35 \text{ m}^2$ dan terdiri dari 3 lantai, dilengkapi tempat bermain anak-anak dan warung kopi untuk bersantai, namun lahan parkir yang disediakan di Minimarket tidak cukup luas bagi konsumen.

Kegiatan Minimarket Berkah ini yaitu memasarkan berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang sangat membantu masyarakat baik dalam eceran dan grosir. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang menyebutkan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi keputusan secara efisien dan efektif dari pada yang diberikan oleh pesaing.

Dengan demikian perhatian utama yang harus dihadapi adalah kualitas pelayanan. Di mana kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas yang telah diterimanya. Sehingga tugas utama Minimarket Berkah seharusnya adalah menciptakan kondisi pelayanan yang baik yang dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen yaitu terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh. Tanpa adanya pelayanan yang tepat, produk akan kurang diminati oleh konsumen.

Produk yang dijual di Minimarket Berkah sangat lengkap dan bervariasi mulai dari kebutuhan rumah tangga, perlengkapan kantor hingga perlengkapan olah raga. Selain itu, Minimarket Berkah juga menyediakan berbagai macam produk pelengkap dari produk utama yang di jual. Minimarket Berkah juga selalu berusaha untuk memenuhi stock produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis, selain itu minimarket Berkah juga memberikan fasilitas pembayaran melalui kartu kredit. Minimarket Berkah juga sering memberikan diskon dan promo berhadiah kepada pelanggan. Namun masih banyak persepsi dari konsumen yang menganggap bahwa kualitas pelayanan pada minimarket t masih belum sesuai dengan aturan dan pelaksanaan, serta antara teori dan praktek. Hal ini dibuktikan dengan adanya pelayanan yang lamban, tidak bersikap ramah pada

konsumen, serta sering terjadi kecerobohan dan kelalaian saat melayani konsumennya.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi minimarket. Minimarket Berkah mengalami peningkatan dan penurunan penjualan produk dari tahun ketahun.

Berikut hasil penjualan pada Minimarket Berkah tahun 2013 – 2017.

Tabel 1.2 : Jumlah Penjualan produk pada minimarket Berkah tahun 2013 - 2017

No	Tahun	Jumlah penjualan	Persentase %
1	2013	46.321.792.277	-
2	2014	47.856.151.911	4,70 %
3	2015	44.248.823.206	5,08 %
4	2016	44.204.370.352	5,09 %
5	2017	42.505.069.983	5,29 %
Total		225.136.207.729	

Sumber: Minimarket Berkah 2018

Berdasarkan tabel 1.2, tabel maka menunjukkan bahwa penjualan produk pada minimarket Berkah di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu mengalami peningkatan dan penurunan penjualan dari tahun ke tahunnya, yaitu pada tahun

2013 sebanyak 46.321.792.277 rupiah, pada tahun 2014 penjualan produk meningkat menjadi 47.856.151.911 rupiah (4,70 %), kemudian pada tahun 2015 mengalami penurunan penjualan sehingga berjumlah 44.248.823.206 rupiah (5,08%), selanjutnya pada tahun 2016 berjumlah 44.024.370.352 rupiah (5,09%) dan pada tahun 2017 berjumlah 42.505.069.983 (5,29%) rupiah.

Adanya penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2015 dapat terjadi kemungkinan karena adanya pergantian karyawan bagian pramuniaga dan kasir yang telah resain dan adanya pergantian karyawan baru yang memiliki kompetensi dan produktifitas yang masih rendah serta belum profesional kerja .

Dari uraian tersebut maka dapat ditarik fenomena yang terjadi pada minimarket Berkah di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu yaitu :

1. Terjadi penurunan penjualan pada sejak tahun 2015 yang dapat dilihat pada tabel 1.2 Tabel penjualan Minimarket Berkah
2. Pelayanan yang diberikan karyawan lamban dalam hal memberi tahu tata letak produk yang dibutuhkan konsumen, hal ini berdasarkan banyaknya jumlah keluhan konsumen kepada pihak Store Manager Minimarket Berkah.
3. Adanya beberapa karyawan yang tidak mematuhi aturan atau misi minimarket itu sendiri dalam hal memberikan senyum terhadap konsumen, hal ini diungkapkan oleh beberapa konsumen yang menyampaikan keluhannya pada pihak store manager minimarket Berkah.

4. Kurangnya ketersediaan lahan parkir yang luas bagi konsumen yang dapat dilihat pada lampiran foto lahan parkir minimarket Berkah.
5. Adanya sebagian karyawan minimarket Berkah yang tidak sama dalam menggunakan baju seragam karyawan minimarket Berkah, hal ini dapat dilihat dalam lampiran foto karyawan minimarket Berkah di Air Molek.

Berdasarkan pra riset dan fenomena yang dikemukakan diatas terdapat permasalahan yang dapat dijumpai pada kualitas pelayanan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Kualitas Pelayanan Pada Minimarket Berkah Di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu”**

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti dalam mengarahkan penelitiannya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah yaitu : Bagaimanakah Kualitas Pelayanan pada Minimarket Berkah di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan pada Minimarket Berkah di Air Molek, Kabupaten Indragiri Hulu

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan ilmu administrasi bisnis khususnya di bidang kualitas pelayanan karyawan

b. Manfaat Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi akademik mengenai tingkat pelayanan karyawan pada Minimarket Berkah.

c. Manfaat Secara Praktis

1. Sebagai salah satu pertimbangan untuk meningkatkan mutu pelayanan di Minimarket

Sebagai bahan masukan pada Minimarket untuk memotivasi karyawan.

