

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Industri Ritel di Indonesia saat ini telah berkembang dengan sangat pesat, baik peritel kecil maupun peritel besar memiliki pangsa pasarnya sendiri-sendiri. Bisnis ritel merupakan bisnis yang sangat menarik untuk dijalankan, karena bisnis ini memungkinkan seorang pengusaha untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menyediakan barang kebutuhan masyarakat. Dunia bisnis ritel dewasa ini menghadapi persaingan yang amat ketat sehingga peritel harus berusaha menarik konsumen untuk berbelanja di tokonya, salah satunya dengan cara meningkatkan *operation skills* dan *service quality*.

Pelanggan masa kini sangatlah kritis terhadap toko, mereka tidak lagi hanya memperhatikan kualitas barang dagangan, tetapi juga melihat dari faktor lainnya seperti format toko, teknologi, manajemen kategori barang dagangan, *image* toko dan kenyamanan serta keramahan dari kualitas layanan toko itu sendiri. Peritel harus menawarkan sesuatu yang lebih, agar dapat menjadikan dirinya pilihan utama dalam benak konsumen.

Ace Hardware sebagai salah satu bentuk bisnis ritel asing berskala internasional yang beroperasi di berbagai kota besar maupun kecil, harus bersaing dengan bisnis ritel lokal lainnya. Menyadari konsumen adalah raja dan menjadi fokus bagi setiap bisnis, maka *Ace Hardware* harus memperhatikan kebutuhan konsumen akan kepuasan dalam berbelanja yang sesuai, yang ditunjukkan oleh keragaman atribut atau ciri dari toko tersebut seperti *operation skills* dan *service quality* yang bagus, agar *Ace Hardware* dapat menjadi *shopping preference* bagi para konsumen.

Ace Hardware adalah *speciality store* asing yang di Indonesia dikelola oleh PT Kawan Lama Sejahtera dan merupakan bagian dari bisnis inti grup ini di sektor SMCG (*Slow Moving Consumer Goods*). Sejak diluncurkan di Indonesia pada tahun 1995, pertumbuhan penjualan *Ace Hardware* minimal sebesar 25% per tahun. Jumlah gerai *Ace Hardware* pun terus bertambah. Sekarang ini mencapai 16 gerai, tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. *Ace Hardware* menyediakan lebih dari 50 ribu jenis produk, terdiri dari 12 kategori (disebut departemen), mulai dari cat dan perlengkapannya, perkakas rumah, aksesoris otomotif, lampu, perlengkapan mandi, kunci pintu, engsel dan handel pintu, perlengkapan rumah tangga, peralatan dan bahan berkebun, perlengkapan kemah dan *barbeque*, perlengkapan Natal dan hari - hari besar, hadiah, hingga furnitur (Sumber: Iskandar, dkk., 2007).

Fenomena munculnya berbagai pusat perbelanjaan seperti *department store*, *hypermarket*, mal, dan plaza di Indonesia menandai adanya perubahan perilaku belanja konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern. Berkembangnya bisnis eceran tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, tetapi juga di beberapa daerah kecil. Ketatnya persaingan di bisnis ini dibuktikan dengan giatnya para peritel untuk berekspansi dan membuka outlet baru. Bisnis ritel di Jawa Timur mengalami pertumbuhan signifikan. Dari sisi kuantitas, sebagian besar peritel melakukan penambahan outlet. Sementara dari sisi penjualan, nilai total penjualan tahun 2008 meningkat 16,9 persen dibanding 2007, yakni dari Rp 8,058 triliun pada 2007 menjadi Rp 9,411 triliun. “Omzet penjualan bisnis ritel modern nasional diperkirakan bertumbuh sekitar 5-10% pada 2009,” kata Ketua DPD Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Jawa Timur Abraham Ibnu (Sumber: Wardani, 2009). Munculnya fenomena - fenomena ini mendorong para pelaku bisnis ritel untuk melakukan penelitian terhadap elemen – elemen

di dalam toko yang dapat mempengaruhi kriteria pemilihan toko oleh pelanggan. Hal ini diperlukan untuk dapat memberi masukan kepada pihak manajemen dalam menyusun strategi bersaingnya dalam kondisi persaingan yang ketat.

Dengan menambahkan nilai dalam layanannya, peritel berharap dapat menarik konsumen dari area perdagangan ke dalam tokonya dan mengubah konsumen-konsumen ini menjadi pelanggan yang loyal (Dune *et al.*, 2002; dalam Tsai, Lai dan Chen, 2008). Strategi *operation skills* yang baik, sering menjadi kunci bagi peritel internasional untuk mendapatkan posisi persaingan yang kuat dalam sebuah negara (Goldman, 2001 dalam Tsai *et al.*, 2008). Ketika seorang pelanggan melakukan pembelian dalam sebuah toko yang memiliki *operation skills* dan *service quality* yang baik, mereka akan mau untuk melakukan pembelian ulang pada toko yang sama (Baker, Levy, Grewal, 1992 dalam Tsai *et al.*, 2008). Pernyataan – pernyataan ini mendukung pendapat mengenai *operation skills* dan *service quality* dapat mempengaruhi *shopping preference*.

Penelitian ini merupakan replikasi sebagian dari penelitian yang dilakukan oleh Tsai *et al.* (2008) dengan variabel yang digunakan adalah *operation skills*, *service quality* dan *shopping preference*, akan tetapi terdapat perbedaan yaitu pada sub variabel yang digunakan untuk variabel *service quality*. Sub Variabel untuk variabel *service quality* yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan Dabholkar *et al.* (1996, dalam Abu, 2004), di mana penelitian sebelumnya berdasarkan Parasuraman (1988). Alasan pemilihan skala *service quality* yang dikembangkan oleh Dabholkar *et al.* (1996) adalah karena adanya pernyataan bahwa skala yang dikembangkan ini lebih akurat dalam mengukur kesenjangan pemahaman pelanggan akan *service quality* (Abu, 2004).

Perbedaan lainnya terdapat pada obyek yang diteliti di mana obyek yang diteliti pada penelitian ini adalah pelanggan *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *operation skills* seorang peritel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *service quality* di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah *service quality* dari peritel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *shopping preference* pelanggan di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Apakah *operation skills* seorang peritel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *shopping preference* pelanggan di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *operation skills* dari peritel terhadap *service quality* di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* dari peritel terhadap *shopping preference* pelanggan di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *operation skills* dari peritel terhadap *shopping preference* pelanggan di *Ace Hardware* Tunjungan Plaza Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Aplikasi teori yang sudah diperoleh dengan kondisi bisnis riil dan menambah referensi serta sebagai pembanding bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang sama.

1.4.2. Manfaat Praktis

Memperluas wawasan pengetahuan serta untuk mengetahui sejauh mana materi tentang manajemen ritel yang telah dipelajari dalam perkuliahan, diterapkan dalam praktek.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran tentang isi skripsi ini akan dijelaskan dalam sistematika sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Pada bagian ini memberikan penjelasan umum tentang latar belakang permasalahan yang berisi gagasan yang mendasari penulisan secara keseluruhan, perumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi yang berisi penjelasan singkat bab-bab skripsi yang ditulis.

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Bagian ini berisi antara lain penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, model analisis dan hipotesis.

Bab 3: Metode Penelitian

Bagian ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran

data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesa.

Bab 4: Analisis Pembahasan

Bagian ini terdiri dari deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

Bab 5: Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup dari skripsi yang berisi simpulan dan saran sebagai masukan bagi perusahaan.