

KUALITAS JASA PELAYANAN WARUNG TRADISIONAL DI TENGAH PERSAINGAN GLOBAL

Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan dengan Minimarket

Purwanti Hadisiwi, M. Kh. Rakhman
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

ABSTRAK

Indonesia mulai membuka kebijakan investasi asing di sektor usaha ritel pada tahun 1998. Dengan berlakunya kebijakan ini, pengusaha ritel asing mulai menancapkan kukunya di Indonesia. Salah satu bisnis yang berkembang dengan pesat mulai saat itu adalah pembangunan pasar modern dengan ragam jenisnya seperti hyper-, super-, dan minimarket. Seiring dengan munculnya pasar-pasar modern tersebut, warung-warung tradisional rumahan mulai terdesak. Penelitian ini mengkaji lima aspek kualitas jasa pelayanan warung tradisional, yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung tradisional mempunyai tingkat kualitas jasa pelayanan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan warung modern, yang dalam hal ini adalah minimarket. Penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif ini memberikan gambaran bahwa sektor usaha kecil dan menengah (bisnis warung rumahan) secara perlahan akan tersingkirkan dari persaingan global jika tidak ada upaya-upaya penanganannya yang serius untuk mempertahankannya.

Kata-kata Kunci: Kualitas jasa pelayanan, minimarket, warung tradisional.

TRADITIONAL SHOP QUALITY SERVICES IN GLOBAL COMPETITION *Qualitative Descriptive Study of Quality Services of Traditional Shop in the Central Competition to Minimarket*

ABSTRACT

Indonesia began to open foreign investment policy in the retail business sector in 1998. With the enactment of this policy, foreign retailers began to put their power in Indonesia. One business that grew rapidly from then on is building a modern market such as hypemarket, supermarket, and minimarket. Along with the emergence of modern markets, the traditional home-based little store started to go down. This study examines five aspects of service quality of traditional little store, namely: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, and *Empathy*. The results showed that the traditional little store have the level of service quality is lower when compared with modern store, which in this case is minimarket. Research using qualitative description suggests that small and medium-sized business sector (home-based store business) will slowly eliminated from global competition if there are no efforts to keep it serious treatment.

Keywords: *Quality of service, minimarket, traditional little store*