

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan pembangunan nasional adalah mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Pembangunan merupakan salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut. Selama ini pembangunan diprioritaskan pada sektor ekonomi, sedangkan sektor lain hanya bersifat menunjang dan melengkapi sektor ekonomi. Selain memberikan dampak positif, adanya pembangunan juga memberi dampak negatif terutama ditunjukkan oleh berbagai masalah. Adanya krisis ekonomi sebagai akibat dari perkembangan pertumbuhan ekonomi dunia yang menurun menyebabkan timbulnya masalah baru yaitu tenaga kerja dan kesempatan kerja. Hal ini menjadi masalah yang sangat serius bagi bangsa Indonesia, ketika banyaknya industri-industri besar harus mengurangi jumlah tenaganya yang disebabkan oleh krisis ekonomi dunia.

Berbeda dengan sektor industri yang terpuruk akibat adanya krisis ekonomi, sektor informal justru mampu bertahan. Sektor informal memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh sektor perekonomian yang lain, yaitu penggunaan bahan baku domestik dengan tujuan pasar dalam negeri dan dinilai dapat menjadi penopang perekonomian Indonesia. Sehingga Indonesia saat ini bisa dikatakan

mengalami perkembangan sangat pesat di bidang informal. Salah satu bisnis yang berkembang pesat yaitu bisnis ritel.

Ritel sendiri berasal dari kata Perancis yaitu "*retailer*" yaitu memecah atau memotong sesuatu mengenai penjualan dan pembelian barang. Kegiatan ritel sendiri yaitu penjualan atau pembelian barang dan jasa kepada konsumen akhir untuk konsumsi rumah tangga dan tidak dijual kembali.

Di Indonesia ritel dibagi menjadi dua jenis, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Peraturan Presiden RI No 112 Tahun 2007 menyebutkan bahwa ritel tradisional adalah tempat usaha berupa kios atau tenda yang dikelola oleh pedagang kecil dan menengah dan proses penjualannya dengan tawar-menawar. Sedangkan ritel modern adalah toko yang dikelola dengan manajemen modern sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang baik kepada konsumen. Persaingan ritel tradisional saat ini semakin ketat dan menyebabkan ritel tradisional mencari strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan ritel modern. Jika dilihat, ritel modern saat ini unggul dalam pelayanan, kenyamanan, lokasi, kualitas barang, dan harga. Ritel modern mempunyai kelebihan yang kompetitif sehingga mengharuskan ritel tradisional untuk membenahi diri. Dari beberapa aspek yang menjadi variabel dalam persepsi konsumen mengenai manajemen toko, kedua ritel tersebut seharusnya mampu memberikan ingatan yang baik terhadap konsumen. Hal ini akan menjadi tolak ukur baik buruknya suatu ritel. Konsumen akan semakin cermat untuk membandingkan persepsi mengenai ingatan masa lalu dan pengalaman berbelanja. Pemilik ritel harus lebih paham mengenai kebutuhan konsumen dan strategi untuk meningkatkan mutu. Pengelolaan manajemen toko

seperti lokasi, harga, barang dagang, atmosfer dan pelayanan harus lebih di perhatikan, agar konsumen dalam menilai dan mempersepsikan dengan baik. Hal ini menunjuk pada hasil penelitian AC Nielsen, pasar ritel Indonesia mengalami pertumbuhan penjualan yang cukup signifikan. Secara total persentase pertumbuhan ritel di Indonesia mengalami kenaikan 14,3% di tahun 2006, dimana ritel modern tumbuh 23,8% dan ritel tradisional tumbuh 9,6 %. Pada tahun 2007 sampai dengan sekarang pertumbuhan ritel modern lebih tinggi dibandingkan ritel tradisional. Dapat disimpulkan bahwa tahun-tahun berikutnya ritel modern akan menikmati pertumbuhann omset lebih besar dari ritel tradisional, dan keberadaan perilaku konsumen pun ikut berubah seiring bertumbuhnya keberadaan ritel modern (*docs.google.com*) dan (*Indocashregister.com*).

Salah satu ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat di Indonesia saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise*. Karakteristik ritel modern (*minimarket*) di Kecamatan Rajabasa terdapat dua jenis *minimarket* yaitu Alfamart dan Indomart. Masing-masing *minimarket* memiliki izin yang berbeda. Izin waralaba Alfamart di miliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, sedangkan untuk waralaba Indomart dimiliki oleh PT. Indomarco Prismatama. Sistem pelayanan yang diberlakukan di ritel modern adalah *self-service*, dimana pengunjung diberikan kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan. Jumlah konsumen dari masing-masing *minimarket* sangat bervariasi, namun mayoritas memiliki pengunjung sejumlah 100-300 orang setiap harinya. Jenis barang yang dijual di *minimarket* adalah kebutuhan sehari-hari masyarakat *end-user*, dimana masyarakat pembeli merupakan pengguna akhir yang menggunakan secara pribadi barang yang dibelinya, bukan untuk dijual kembali. Jam buka *minimarket*

sebagian ada yang 24 jam, namun ada juga yang buka pukul 06.00 s/d 22.00 dengan sistem pemberlakuan shift bagi para pekerjanya. *Minimarket* dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan berbelanja, misalnya saja adanya pengelompokan barang berdasarkan jenisnya, ruangan yang bersih dan nyaman, jenis barang yang berkualitas, lemari pendingin untuk jenis minuman, dan adanya CCTV untuk keamanan kendaraan. Namun *minimarket* seringkali menonjolkan harga mahal dalam benak konsumen.

Sedangkan karakteristik ritel tradisional, jika ditinjau dari sistem kepemilikan, seluruhnya merupakan kepemilikan perseorangan, sehingga pembiayaan keberlangsungan toko seluruhnya ditanggung oleh pemiliknya. Jika ditinjau dari sistem pelayanan, mayoritas ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa memiliki sistem pelayanan yang sepenuhnya dilayani oleh pemilik atau penjaga toko. Sehingga konsumen atau pengunjung memilih dan menentukan jenis barang yang akan dibeli. Pemilik ritel tradisional membuka tokonya pukul 07.00 s/d 21.30. dikarenakan pemilik memiliki tanggung jawab penuh terhadap keberlangsungan tokonya, maka pemilik juga berhak menentukan waktu tutup toko tersebut. Ritel tradisional melakukan kulakan secara individual, yang dilakukan oleh masing-masing pemilik toko, dengan tujuan yang beraneka ragam, yaitu pasar, toko grosir, maupun menggunakan sistem supplier skala kecil. Kelebihan ritel tradisional adalah pelayanan yang lebih sopan dan bersifat kekeluargaan. Disamping itu proses pembayaran dapat ditunggak (*bon*) dan harga sedikit lebih murah dari *minimarket* (Jurnal Tata Kota dan Daerah, 2011).

Pertumbuhan bisnis ritel memberikan berbagai manfaat kepada konsumen sebagai sarana untuk berbelanja. Banyaknya alternatif bisnis ritel harus memperhatikan berbagai faktor, salah satunya yaitu persepsi konsumen. Pertumbuhan yang begitu pesat pada bisnis ritel di Indonesia secara tidak langsung akan berakibat terhadap persepsi konsumen dalam berbelanja. Ritel tradisional mengacu pada warung rumah tangga dan pada ritel modern mengacu pada *minimarket* dengan populasi dan sampel yang berbeda.

Berangkat dari fenomena yang terjadi di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan aspek-aspek tersebut di atas dengan judul **“Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Karakteristik Manajemen Toko Ritel Tradisional dan Ritel Modern (Studi Kasus di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian melalui penjabaran variabel-variabel sebagai berikut :

1. Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap lokasi ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung?
2. Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap harga ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung?

3. Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap barang dagang ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung?
4. Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap atmosfer ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung?
5. Apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap *costumer service* ritel tradisional dengan ritel modern di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap lokasi ritel modern dengan ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap harga ritel modern dengan ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap barang dagang ritel modern dengan ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap atmosfer ritel modern dengan ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.

5. Untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap *customer service* ritel modern dengan ritel tradisional di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tentang perbandingan persepsi konsumen tentang karakteristik manajemen toko ritel tradisional dengan ritel modern, yaitu :

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran serta sebagai rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini sebagai informasi dan masukan positif bagi bisnis ritel untuk mengevaluasi dan mengamati perilaku konsumen ritel.
- c. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi ilmu manajemen ritel, terutama berkaitan dengan bidang studi pemasaran.
- d. Bagi konsumen, agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mempelajari perilaku produsen yang berhubungan dengan memuaskan keinginan konsumen yang menjadi sasaran.