

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ritel modern saat ini menjadi alternatif masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Hal ini menjadikan pemasaran ritel modern menjadi model pemasaran dalam pengorganisasian marketing pada bentuk ritel modern menjadi sesuatu yang menarik saat sekarang. Bisnis ritel adalah aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian pelayanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Keberhasilan pasar ritel yang kompetitif, selalu menawarkan produk yang tepat, dengan harga, waktu dan tempat yang tepat pula. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pelaku ritel dan karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting.

Pengusaha ritel menjalankan beberapa fungsi dalam membantu konsumen untuk menyediakan berbagai produk dan jasa. Menjalankan fungsi menambah nilai produk, secara keseluruhan pengelola bisnis ritel membutuhkan implementasi fungsi-fungsi manajemen secara terintegrasi baik fungsi keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, maupun operasional. Sehingga pelaku ritel dapat memahami secara penuh tentang lingkup bisnis ritelnya. Pemasaran eceran saat ini cenderung berubah, dengan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, kebutuhan konsumen, perubahan teknologi dan perkembangan dunia usaha. Pada saat ini ritel modern tumbuh dengan cepat dan akan bersaing dengan sesama ritel

modern bahkan ritel online di kota Medan. Mengingat kepadatan penduduk di kota Medan yang terus meningkat tersebut maka kebutuhan sehari-hari pun menjadi faktor penting. Hal tersebut membuat para pelaku usaha ritel modern terus mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang penyedia kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern seperti minimarket modern bahkan supermarket. Persaingan bisnis ritel tidak dapat dibendung, masyarakat modern saat ini seiring kemajuan teknologi informasi dan teknologi produksi menyebabkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Pola hidup masyarakat bergeser kearah modern, dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat mengarah kepada konsep pelayanan prima dan pemenuhan kebutuhan pada eceran terorganisir. Hal ini dikarenakan munculnya ritel modern yang di nilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel. Ritel modern yang mengalami pertumbuhan cukup pesat saat ini adalah *minimarket* dengan konsep waralaba atau *franchise*.

Pada era modern, kini pertumbuhan toko modern seperti Indomaret, Alfamart dan Alfa Midi sangat pesat di persebaran wilayah kota Medan. Toko-toko modern hampir dapat ditemui di setiap wilayah-wilayah daerah tertentu dan bahkan saling berhimpitan antara satu ritel dengan ritel yang lain. Persaingan usaha ritel modern mendorong pada pemanjaan kualitas pelayanan terhadap konsumen akan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari dengan konsep kebutuhan lengkap, suasana nyaman menyenangkan dengan pola eceran terorganisir dan pemasaran berkelanjutan.

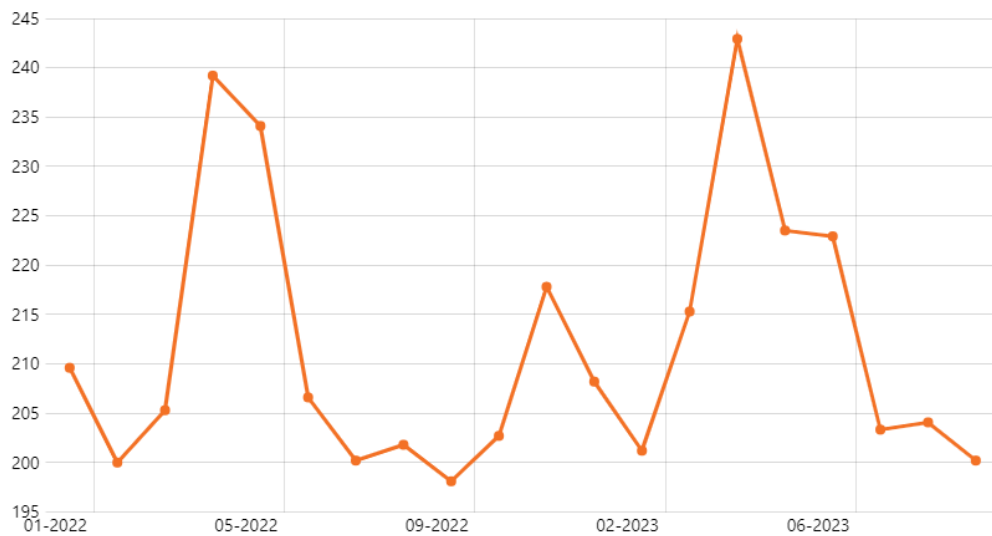
Bisnis ritel modern di Indonesia umumnya telah membuktikan kehandalan dan eksistensinya, supermarket tumbuh subur ditempat-tempat strategis. Ledakan pertumbuhan ini disebabkan tumbuhnya populasi penduduk dan meningkatnya penghasilan penduduk. Semakin majunya perekonomian serta semakin berkembangnya kehidupan sosial ekonomi masyarakat mengubah gaya hidup masyarakat dari yang sebelumnya menerapkan konsep tradisional menjadi

menggunakan konsep modern. Semua lini kehidupan masyarakat mulai menggunakan konsep modern, tidak terkecuali pada kegiatan ritel. Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Sebagai negara yang membangun, angka pertumbuhan industri ritel Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi. Kegiatan ritel di Indonesia terbagi menjadi dua konsep, yaitu ritel modern dan ritel tradisional (Felycia & Genoveva, 2021). Ritel modern memiliki keunggulan bersaing dalam hal, keadaan fisik yang baik dan cenderung mewah, metode penetapan harga yang pasti, memiliki modal yang kuat, memerlukan tenaga kerja yang cukup banyak dan sistem pembayaran yang dibangun mengikuti teknologi yang berkembang (Child *et al.*, 2015; Nsimbi *et al.*, 2015). Sedangkan karakteristik ritel tradisional memiliki keadaan fisik yang kurang baik, penataan yang kurang rapih, metode penetapan harga yang dapat ditawar, memiliki modal lemah, dan pada umumnya menggunakan sistem pembayaran tunai (Utomo, 2011; Muqit, 2020).

Pertumbuhan ritel modern memiliki dampak yang sangat baik bagi kelangsungan ekonomi bagi pihak-pihak sekitar ritel modern tersebut, namun terlepas dari itu ritel modern juga mempengaruhi kelangsungan dari ritel tradisional (Yulita, *et al.*, 2019). Sebelumnya, konsumen lebih memilih berbelanja pada ritel tradisional karena harga murah, namun dengan meningkatnya kemajuan perekonomian di masing-masing daerah, kenyamanan dalam berbelanja menjadi daya tarik sendiri dan salah satu faktor yang membuat masyarakat lebih memilih berbelanja di ritel modern dari pada tradisional (Felycia & Genoveva, 2021).

Federasi Organisasi Pedagang Pasar Indonesia (FOPPI) diseluruh Indonesia menyatakan terjadi penyusutan jumlah ritel tradisional sebesar 8% pertahun yang disebabkan ketidakjelasan pada industri ritel yang salah satunya menyangkut jarak antara lokasi penyebaran usaha ritel baik modern maupun tradisional (Kuraesin & Prasetyowati, 2018). Namun begitu, semakin maraknya ekspansi yang dilakukan ritel-ritel modern menjadikan sektor ini mendapatkan keuntungan dari omzet yang terus meningkat di tiap tahunnya dan akan terus berlanjut, serta menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar ritel modern dan ritel tradisional (Colombo & Hou, 2021).

Bank Indonesia memperkirakan Indeks Penjualan Riil (IPR) nasional turun dari level 204,07 pada Agustus 2023, menjadi 200,2 pada September 2023 (Katadata, 2023). IPR adalah indikator konsumsi rumah tangga yang dipantau melalui kinerja pedagang retail atau pengecer. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 700 responden perdagangan retail *modern* di sembilan kota, salah satu Kota Medan. Hasilnya, diperkirakan angka IPR pada September 2023 turun 1,9% dibanding bulan sebelumnya (*month-on-month*), sekaligus mencapai level terendah sejak awal tahun ini.



Gambar 1.1 Indeks Penjualan Riil Industri Retail Indonesia

Data Bank Indonesia (Katadata, 2023), penurunan indeks penjualan secara bulanan terjadi di semua sektor retail yang disurvei, yakni suku cadang dan aksesoris; makanan, minuman dan tembakau; bahan bakar kendaraan bermotor; peralatan informasi dan komunikasi; perlengkapan rumah tangga; barang budaya dan rekreasi; serta barang lainnya. Tetapi, jika dibandingkan dengan September 2022, indeks penjualan pada September tahun ini sedikit lebih baik, yakni tumbuh 1% (*year-on-year*).

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa adanya penurunan nilai riil penjualan pada industri retail di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Medan. Ini menunjukkan adanya penurunan minat konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian produk di industri retail. Keputusan pembelian adalah tanggapan pembelian terhadap keputusan pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, pemilihan waktu pembelian, dan jumlah pembelian untuk memutuskan pembelian (Kotler 2003). Keputusan yang dibuat konsumen terhadap suatu produk