

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu pemain utama dalam pasar ritel modern adalah Indomaret, yang telah berhasil memperluas jaringan gerainya ke hampir seluruh wilayah Indonesia. Dengan konsep toko swalayan, Indomaret menawarkan kenyamanan berbelanja yang praktis, harga yang bersaing, serta pelayanan yang efisien, sehingga menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, termasuk mereka yang sebelumnya setia berbelanja di pasar tradisional. Fenomena ini menciptakan persaingan yang cukup ketat antara pasar tradisional dan pasar modern, termasuk di Kecamatan Bangun Purba, yang masih didominasi oleh pasar tradisional. Masyarakat di Kecamatan Bangun Purba masih cenderung berbelanja di pasar tradisional, yang dianggap lebih ekonomis dan mudah dijangkau. Namun, dengan perubahan gaya hidup yang semakin mengedepankan kenyamanan dan efisiensi waktu, pasar ritel modern seperti Indomaret mulai menarik perhatian konsumen yang sebelumnya loyal terhadap pasar tradisional.

Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih pasar ritel modern yaitu Transformasi Pola Konsumsi Masyarakat, terutama yang dipengaruhi oleh urbanisasi dan gaya hidup modern, menjadi faktor utama yang mendorong pergeseran preferensi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), perubahan perilaku konsumen terjadi seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kenyamanan dan kemudahan berbelanja, yang semakin diuntungkan oleh teknologi dan inovasi layanan ritel modern. Dengan jam operasional yang lebih panjang, lingkungan yang lebih bersih dan nyaman, serta proses belanja yang lebih

praktis, Indomaret menjadi pilihan menarik bagi masyarakat yang ingin menghemat waktu dan tenaga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di sisi lain, pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba, meskipun tetap menjadi pilihan utama bagi sebagian masyarakat karena harga yang relatif lebih terjangkau dan kedekatannya dengan tempat tinggal, masih menghadapi berbagai keterbatasan.

Persaingan dengan Pasar Tradisional, meskipun pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi, mereka sering kali menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan pasar retail modern terkait kenyamanan dan kualitas layanan. Pasar tradisional umumnya kurang terorganisir dan tidak memberikan perhatian yang cukup terhadap kenyamanan pengunjung. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), faktor-faktor seperti kebiasaan, kenyamanan, dan loyalitas memainkan peran penting dalam keputusan berbelanja konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indomaret sangat menekankan pada penyediaan pengalaman berbelanja yang nyaman, layanan yang cepat, serta produk berkualitas dengan harga yang bersaing. Indomaret menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk menarik konsumen dari pasar tradisional, antara lain yaitu menawarkan produk berkualitas dengan harga yang bersaing dengan pasar tradisional, mengadakan promosi menarik, seperti diskon atau hadiah langsung untuk menarik perhatian konsumen, menempatkan gerai di lokasi strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen, terutama di kawasan perumahan atau daerah yang belum terjangkau oleh pasar modern, menyediakan layanan yang cepat dan efisien, seperti sistem pembayaran otomatis dan pelayanan pelanggan yang ramah.

Faktor Sosial, Budaya dan Ekonomi di Kecamatan Bangun Purba, yang mayoritas penduduknya masih mengandalkan pasar tradisional untuk kebutuhan sehari-hari, perubahan ekonomi juga memainkan peran penting dalam pergeseran pola konsumsi. Di Kecamatan Bangun Purba, interaksi sosial dan budaya yang kental dengan komunitas setempat dapat

mempengaruhi preferensi dan loyalitas konsumen terhadap pasar tradisional. Meskipun pasar retail modern menawarkan kemudahan, konsumen mungkin masih memilih pasar tradisional karena faktor kedekatan emosional, atau bahkan karena tradisi yang sudah terbentuk selama bertahun-tahun. Menurut Solomon (2017), faktor budaya dan sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen. Masyarakat yang lebih menghargai hubungan sosial dan tradisi akan lebih sulit untuk dipengaruhi oleh pemasaran pasar retail modern. Oleh karena itu, Indomaret perlu mengadaptasi pendekatan yang sensitif terhadap nilai-nilai lokal, seperti menyediakan produk yang sesuai dengan selera lokal, dan melibatkan komunitas dalam aktivitas promosi. Pendapatan masyarakat yang bervariasi dan adanya preferensi terhadap harga murah di pasar tradisional menjadi tantangan bagi pasar modern. Namun, dengan meningkatnya kesadaran tentang kualitas produk dan kenyamanan dalam berbelanja, konsumen mulai mempertimbangkan pasar retail modern sebagai alternatif. Indomaret harus mampu memahami dinamika dan ekonomi lokal serta menyesuaikan produk dan layanannya agar lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Menurut Hawkins, Best, dan Coney (2004), perubahan dalam perilaku konsumen sering kali terjadi secara bertahap dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti media massa, keluarga, dan pendidikan. Oleh karena itu, meskipun ada potensi peralihan konsumen pasar tradisional ke pasar retail modern, perubahan ini tidak langsung terjadi, melainkan melalui berbagai proses adaptasi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pendekatan pemasaran yang mempertimbangkan kebiasaan dan preferensi konsumen lokal akan menjadi kunci dalam menarik lebih banyak pelanggan dari pasar tradisional.

Inovasi Produk dan Layanan lebih menarik perhatian konsumen pasar tradisional, Indomaret seringkali melakukan inovasi dalam produk dan layanan. Penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera masyarakat lokal, serta peningkatan kualitas layanan menjadi prioritas utama. Selain itu, teknologi juga berperan penting dalam meningkatkan daya

tarik konsumen, dengan adanya layanan belanja online dan pengantaran barang yang semakin populer. Menurut Berman dan Evans (2013), integrasi teknologi dalam strategi pemasaran retail modern dapat mempercepat proses pembelian dan meningkatkan pengalaman konsumen. Hal ini menjadi nilai tambah bagi konsumen yang lebih memilih kenyamanan dalam berbelanja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah utama yang dihadapi oleh Indomaret di Kecamatan Bangun Purba adalah bagaimana cara menarik konsumen dari pasar tradisional yang cenderung setia pada kebiasaan belanja mereka. Beberapa masalah yang teridentifikasi adalah :

1. Apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indomaret sudah efektif dalam menarik konsumen pasar tradisional?
2. Produk-produk apa saja yang paling diminati oleh konsumen pasar tradisional, dan apakah Indomaret dapat memenuhi kebutuhan tersebut?
3. Apa kendala yang dihadapi oleh Indomaret dalam menjangkau konsumen pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba?

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indomaret untuk menarik konsumen dari pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba?
2. Produk apa saja yang ditawarkan oleh Indomaret yang menarik minat konsumen pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba?

3. Apa saja kendala yang dihadapi oleh Indomaret dalam menarik konsumen pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba?

I.4 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk :

1. Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indomaret dalam menarik konsumen pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba.
2. Mengidentifikasi produk-produk yang paling diminati oleh konsumen pasar tradisional dan bagaimana Indomaret dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh Indomaret dalam menarik konsumen dari pasar tradisional.

1.5 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah utama yang dihadapi oleh Indomaret di Kecamatan Bangun Purba adalah bagaimana cara menarik konsumen dari pasar tradisional yang cenderung setia pada kebiasaan belanja mereka. Beberapa masalah yang teridentifikasi adalah :

4. Apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Indomaret sudah efektif dalam menarik konsumen pasar tradisional?
5. Produk-produk apa saja yang paling diminati oleh konsumen pasar tradisional, dan apakah Indomaret dapat memenuhi kebutuhan tersebut?
6. Apa kendala yang dihadapi oleh Indomaret dalam menjangkau konsumen pasar tradisional di Kecamatan Bangun Purba?