

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

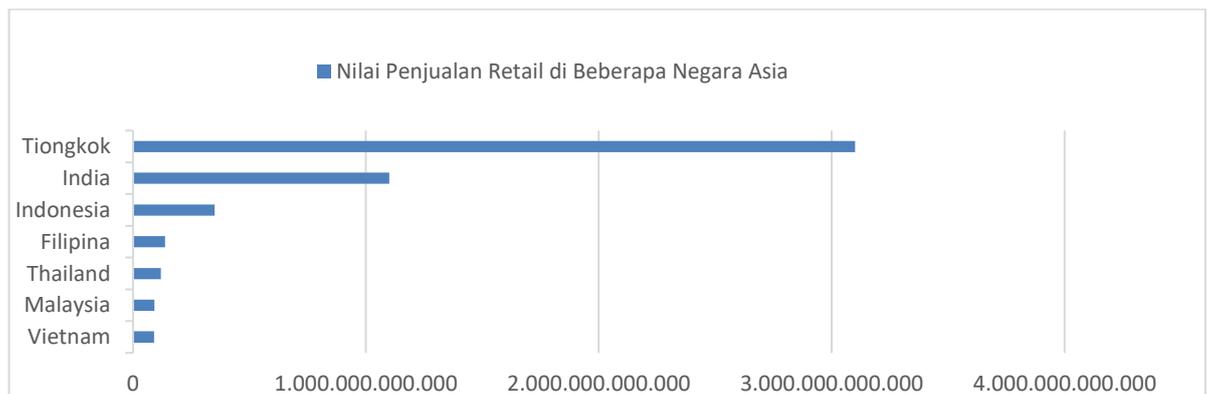
Industri ritel merupakan industri yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Karakteristik industri ritel yang tidak begitu rumit membuat sebagian besar rakyat Indonesia terjun ke bisnis ritel. Bisnis ritel adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, *department store*, butik dan lain-lain. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yakni ritel tradisional dan ritel modern. Ritel tradisional merupakan usaha skala kecil, modal yang kecil, dan menggunakan sistem pelayanan sederhana tanpa adanya unsur teknologi di dalamnya. Sedangkan ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Industri perdagangan yang sedang marak di Indonesia yaitu minimarket. Hampir di setiap sudut kota maupun desa ada minimarket yang dikembangkan oleh masyarakat secara mandiri atau seorang pengusaha besar.

Berdasarkan data Global Ritel Development Index 2017, nilai penjualan ritel Indonesia mencapai US\$ 350 miliar atau sekitar Rp 4,6 kuadriliun. Angka ini jauh di atas nilai penjualan ritel negara-negara di kawasan Asia Tenggara (ASEAN) lainnya. Di tengah isu rendahnya daya beli

masyarakat, ritel modern seperti Alfamart, Alfa Midi, dan Indomaret justru tercatat terus menambah gerai. Berdasarkan data dari Nielsen Ritel Audit dalam persentasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, sampai dengan Maret 2017 jumlah gerai Alfamart sebanyak 12.710 unit, jumlah ini mengalami perkembangan bila dibanding bulan Januari 2017 yaitu sebanyak 12.456 unit, sedangkan untuk Alfa Midi sampai dengan bulan Maret 2017 sebanyak 1.300 unit juga mengalami kenaikan bila dibanding bulan Januari 2017 yaitu sebanyak 1.200 unit. Untuk jumlah gerai terbanyak sampai dengan bulan Maret 2017 masih dipegang oleh Indomart yaitu sebanyak 14.200 unit, jumlah ini meningkat bila dibanding bulan Januari 2017 yaitu sebanyak 13.900 unit.

Gambar 1.1

Grafik Nilai Penjualan Ritel di Negara Asia



Sumber: Lembaga A.T. Kearney

Dari data pertumbuhan ritel modern diatas dapat diketahui bahwa persaingan bisnis ritel di Indonesia semakin kompetitif. Ditengah berkembangnya bisnis ritel di Indonesia terdapat indikasi bahwa industri ritel

nasional lebih didorong oleh pemain baru yaitu ritel modern dibandingkan dengan ritel tradisional. Ritel modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Berbeda dengan ritel tradisional yang pengelolaannya kurang profesional. Berdasarkan data pertumbuhan ritel modern yang terus meningkat, terlihat bahwa pembangunan ritel modern tidak memperdulikan toko-toko kecil di sekitarnya seperti toko kelontong.

Pertumbuhan ritel modern dinilai akan mendorong terciptanya perubahan penguasaan pangsa pasar ritel dari pasar tradisional ke arah pasar modern. Pelan tapi pasti penguasaan pangsa pasar ritel akan dikuasai oleh ritel modern. Dewasa ini muncul isu dimana terjadi pergeseran pola belanja masyarakat dari ritel tradisional ke ritel modern. Jika dilihat dari segi harga dan kualitas yang ditawarkan antara kedua ritel hampir sama. Demikian pula jika dilihat dari letak lokasi, toko kelontong lebih strategis karena dekat dengan pembeli.

Kondisi ritel tradisional saat ini sedang dalam keadaan yang mengkhawatirkan dengan berbagai persoalan yang ada di dalamnya, baik secara internal maupun eksternal. Permasalahan internal yang sering dijumpai yaitu modal, kondisi bangunan yang cenderung kurang nyaman dengan minimnya pencahayaan dan penataan barang yang terkesan sembarangan. Di samping itu, pola pemikiran para pedagang dan manajemen toko yang masih tradisional mengakibatkan ritel tradisional tertinggal dari ritel modern. Sementara itu, persoalan eksternal yang terjadi yaitu pesatnya pertumbuhan ritel modern dapat mengancam keberlangsungan hidup ritel

tradisional. Kehadiran ritel modern telah menyudutkan keberadaan ritel tradisional di perkotaan.

Fenomena menjamurnya ritel modern jika dilihat dari sisi bisnis dan profesionalisme bukanlah suatu masalah. Namun demikian, banyak pihak yang dirugika dari kemunculan ritel modern. Mudahnya industri ritel modern dalam membangun gerai dan lokasinya yang berdekatan dengan ritel tradisional berpotensi memunculkan persaingan antar keduanya. Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan ritel tradisional. Ritel modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di ritel tradisional seluruhnya dapat ditemui di ritel modern. Harga yang murah tidak menjadi jaminan bagi ritel tradisional untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang, karena dibalik itu ada ritel modern yang mampu menawarkan harga yang sama bahkan lebih murah dari pasar tradisional. Selain itu, secara fisik ritel modern juga memberikan fasilitas dan keunggulan tersendiri dalam berbelanja.

Persaingan industri ritel yang terjadi di Indonesia saat ini terlihat kurang berimbang. Jika dilihat segi pertumbuhan ritel modern lebih unggul ketimbang ritel tradisional. Penataan retail seberannya sudah diatur didalam Perpres No 112 Tahun 2007, namun pemerintah pusat maupun daerah dinilai kurang tegas dalam menjalankan perpres dan perda terkait penataan ritel. Hal ini tentu berdampak pada penataan letak toko modern (minimarket) yang berdekatan dengan toko kelontong.

Menyikapi persaingan industri ritel yang terjadi di Indonesia saat ini peneliti melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing ritel tradisional terhadap ritel modern. Penelitian ini dilakukan di daerah Sukoharjo, hal ini dikarenakan pertumbuhan ritel tradisional dengan ritel modern di daerah Sukoharjo tidak berimbang. Pertumbuhan ritel di Sukoharjo dapat dilihat di dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1
Banyaknya Pasar menurut Jenis Pasar di Kabupaten Sukoharjo

Jenis Pasar	Banyaknya Pasar menurut Jenis Pasar di Kabupaten Sukoharjo (Unit)			
	2012	2013	2014	2015
I. Pusat Perbelanjaan/Mall	1	2	2	2
II. Toko Modern	93	114	115	126
II.1. Supermarket	8	8	8	13
II.2. Hipermarket	2	2	2	2
II.3. DeptStore	1	1	1	1
II.4. Minimarket	82	103	104	110
III. Pasar Umum	39	39	39	39
III.1. Milik Pemda	26	26	26	26
III.2. Milik Desa	13	13	13	13
IV. Pasar Hewan	0	2	2	2
V. Pasar Buah	0	0	0	0
VI. Pasar Ikan	0	0	0	0
Jumlah	133	157	158	169

Sumber: <https://Sukoharjokab.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/54>.

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan ritel tradisional tidak secepat ritel modern. Apabila ritel tradisional tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya, perlahan tapi pasti pergeseran minat masyarakat dalam berbelanja akan cenderung beralih dari ritel tradisional ke ritel modern, meskipun hal ini mungkin tidak

akan terjadi hingga 100% karena ritel tradisional masih memiliki langganannya terutama masyarakat kelas bawah. Apabila ritel tradisional dapat memanfaatkan kesempatan dan peluang tersebut untuk berusaha lebih kreatif dalam meningkatkan daya saingnya, pergeseran belanja konsumen dari ritel tradisional ke pasar modern dapat diminimalisir. Hasil penelitian ini tentunya sangat bermanfaat untuk pengembangan pasar tradisional dalam rangka meningkatkan daya saingnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana potensi dan kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing pasar tradisional?
2. Strategi apa yang dapat diterapkan dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis potensi dan kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing pasar tradisional.
2. Merumuskan strategi yang dapat dilakukan pasar tradisional untuk meningkatkan daya saingnya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pemasaran pada khususnya.
2. Dapat memberikan manfaat bagi pengelola pasar tradisional, asosiasi yang bersangkutan, Pemerintah Provinsi dan Daerah khususnya Kabupaten Sukoharjo sebagai bahan masukan dan referensi dalam pengembangan pasar tradisional.
3. Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktik bidang manajemen.
4. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan yang lain.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan sekilas tentang latar belakang masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang melandasi penelitian ini, hasil penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

BAB III**METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data

BAB IV**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum pasar, analisis, dan hasil analisis data.

BAB V**PENUTUP**

Bab penutup memuat tiga hal pokok, yaitu kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**