

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era sekarang ini persaingan dalam bisnis ritel semakin berkembang dan memberikan dampak perubahan besar dalam hal persaingan di wilayah Surabaya. Dapat dilihat dari banyaknya perusahaan ritel lokal baru yang berdatangan, disamping itu banyak perusahaan ritel asing masuk ke dalam negeri. Didalam situasi seperti ini mengharuskan ritel bersaing untuk bisa mempertahankan konsumen yang biasa datang untuk produk dan jasa yang mereka berikan. Keadaan seperti ini dapat mendorong peritel untuk terus melakukan perbaikan disegala hal, supaya mampu bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi dengan kompetitor lainnya.

Ritel terdiri atas aktifitas-aktifitas bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kepentingan sendiri, keluarga maupun rumah tangga Berman dan Evans (1992) dalam Wahyono(2012). Dari definisi ini dapat dijelaskan bahwa bisnis ritel terdiri dari beberapa aktifitas yang saling mendukung dan mempengaruhi, sehingga terjadi kegiatan perdagangan antara pedagang dengan konsumen, jadi bisnis ritel tidak bisa terdiri dari satu kegiatan saja. Dapat dirumuskan manajemen ritel adalah pengaturan keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam perdagangan ritel, yaitu perdagangan langsung barang dan jasa kepada konsumen. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam bisnis ritel yaitu *place*, *price*, *product*, dan *promotion* yang dikenal sebagai 4P Ardian (2012). Menurut Utami (2008,p.11-12) ritel mempunyai fungsi yaitu : memecah (*breaking bulk*), menyediakan berbagai jenis produk dan jasa (*providing assortments*), mengadakan inventory (*holding inventory*),penyedia jasa (*providing service*), dan meningkatkan nilai produk dan jasa. Paradigma

ritel tradisional masih banyak dipahami sebagai pedagang toko pracangan (penjual kebutuhan rumah tangga) yang berlokasi dikampung atau pinggiran kota. Beberapa ciri paradigma pengelolaan ritel tradisional adalah: kurang memilih lokasi, tidak memperhitungkan potensi pembeli, jenis barang dagangan yang tidak terarah, tidak ada seleksi merek, kurang memperhatikan pemasok, melakukan pencatatan penjualan sederhana, tidak melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk, *cash flow* tidak terencana, dan pengembangan bisnis tidak terencana. Disamping itu ciri-ciri dari paradigma pengelolaan ritel modern yaitu: lokasi strategis, prediksi cermat terhadap potensi pembeli, pengelolaan jenis barang dagangan terarah, seleksi merek, seleksi ketat terhadap pemasok, melakukan pencatatan penjualan dengan cermat, melakukan evaluasi terhadap keuntungan per produk, *cash flow* terencana pengembangan bisnis terencana Utami (2008,p.3-7).

Perkembangan ritel modern pada saat ini telah menimbulkan pertanyaan besar, apakah ritel modern memberikan dampak negatif atau positif terhadap ritel tradisional. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa sebagian besar ritel tradisional mengalami kesulitan bersaing dengan peritel modern yang mengakibatkan penurunan pangsa penjualan toko tradisional dan laba Hernandez (2003); Peterson dan mcgee (2000); Seiders dan Tigert (2000;10) Farhangmehr *etal* (2000); Arnold dan Luthra (2000); Vance dan Scott (1994) dalam Sunanto (2012). Pengaruh yang terjadi dalam pertumbuhan bisnis ritel adalah perkembangan demografi. Jumlah penduduk yang bertambah menyebabkan semua barang dan jasa meningkat. Komposisi penduduk menurut usia yang berubah, misalnya karena harapan hidup meningkat, membuat ragam produk pun mengikuti, baik dalam jumlah maupun jenis Ma'ruf (2006,p.24). Karakteristik ritel tradisional didefinisikan sebagai pedagang yang menjual barang dagangan mereka

dalam toko kecil yang dimiliki oleh mereka atau menyewa ruang yang terletak di pasar tradisional dengan bentuk toko yang sederhana. Mereka memiliki dan menjalankan bisnis mereka dengan 2-5 karyawan dan biasanya melibatkan anggota keluarga sendiri. Ritel tradisional dianggap sebagai sebuah bangunan tua, tidak rapi, dan tidak aman sehingga menciptakan lingkungan belanja yang tidak nyaman karena manajemen yang buruk. Hal ini didukung oleh fakta bahwa 67% dari saat ini pasar tradisional yang dibangun antara tahun 1976 dan 1979 dan sebagian besar dari mereka tidak pernah melakukan renovasi (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2010).

Pandin (2009) dalam Utomo (2012) pasar modern merupakan suatu usaha dengan tingkat keuntungan yang standart, berkisar 7-15% dari pendapatan. Namun bisnis ini memiliki tingkat likuiditas yang tinggi, karena penjualan yang dilakukan ke konsumen dilakukan secara tunai tanpa memberikan jangka waktu pembayaran, sementara pembayaran ke pemasok dapat dilakukan secara bertahap. Seperti ritel modern lainnya, umumnya memiliki posisi tawar menawar yang relatif kuat dengan pemasok-pemasoknya dikarenakan peritel modern memiliki perusahaan dengan skala yang cukup besar dan saluran distribusi yang sangat luas, sehingga pembelian barang ke pemasok dapat dilakukan dalam jumlah yang besar. Proses negosiasi yang kuat memberi banyak keuntungan bagi peritel modern. Selain bisa mendapatkankemudahan dalam hal jangka waktu pelunasan barang, diskon harga juga akan semakin mudah diperoleh dengan proses negosiasi.

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern terjadi antara jenis ritel dalam ukuran yang kurang lebih sama: minimarket dengan toko dan kios di sekitarnya; pasar tradisional dengan supermarket atau hypermarket. Ketiga jenis ritel modern: minimarket, supermarket, dan

hypermarket, mempunyai karakteristik yang sama dalam model penjualan, yaitu dilakukan secara eceran langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan, artinya pembeli mengambil sendiri barang dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir. Kesamaan lain, barang yang diperdagangkan adalah berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari. Perbedaan diantara ketiganya, terletak pada jumlah item dan jenis produk yang diperdagangkan, luas lantai usaha dan lahan parkir, dan modal usaha yang dibutuhkan.

Literatur tentang ritel menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mengapa perilaku konsumen berubah untuk beralih ke ritel lain yaitu:

1. Lokasi yang mudah dijangkau
2. Kompetensi
3. Kelengkapan barang
4. Pelayanan
5. Kualitas
6. Lingkungan toko
7. Perubahan harga, dan
8. Etika

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok bahasan yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut:

1.2 Pokok Bahasan

- a. Bagaimana dampak ritel modern terhadap ritel tradisional?
- b. Strategi ritel tradisional menghadapi ritel modern.

1.3 Tujuan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah:

- a. Mengetahui dampak dari keberadaan ritel modern terhadap ritel tradisional.
- b. Merumuskan strategi bagi ritel tradisional untuk menghadapi ritel modern.