

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sejarah Indonesia telah mengenal perdagangan secara sederhana yang dilakukan sejak berabad-abad tahun lalu. Perdagangan pertama di Indonesia umumnya ditandai oleh barter, pada saat itu perdagangan berkembang lambat sekali. Didaerah-daerah yang jauh terpencil barter lambat laun berkembang menjadi pasar. Penjualan merupakan suatu fungsi lain yang penting dilakukan oleh pedagang menengah, karena para pebisnis umumnya adalah kecil-kecil, tidak memiliki modal banyak.<sup>1</sup>

Dewasa ini persaingan bisnis berkembang sangat pesat, perkembangan bisnis ini didominasi oleh pedagang eceran yang semakin banyak ditemui. Baik pedagang kelas kecil, menengah, maupun kelas besar yang mempunyai modal besar. Bisnis eceran atau ritel ini merupakan salah satu usaha yang mempunyai prospek yang baik, mengingat pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang selalu bertambah dan meningkatnya kebutuhan hidup.

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ada. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Manfaat atau kegunaan suatu produk, dilihat dari teori ekonomi adalah ditimbulkan dari kegunaan karena bentuk, kegunaan karena tempat, kegunaan karena waktu, dan kegunaan karena kepemilikan.<sup>2</sup>

Pasar ritel bisa terus tumbuh akibat berkembangnya berbagai bidang. Bidang pertama yang mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel

---

<sup>1</sup> Dwyono Chandrawi, *Strategi Strategi Pemasaran Di Indonesia*, F.E.U.I, Jakarta, 1984, Hlm. 20

<sup>2</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, Hlm.16

adalah perkembangan demografi. Jumlah penduduk yang semakin bertambah mengakibatkan meningkatnya semua barang dan jasa. Pertumbuhan ekonomi secara umum, dan sektor-sektor ekonomi secara khusus.

Bidang sosial budaya masyarakat turut menjadi faktor pertumbuhan pasar ritel. Masyarakat yang semakin aktif dalam kehidupan sosial akan meningkatkan pengadaan barang dan jasa guna memfasilitasi kegiatan mereka. Kemajuan teknologi memberi kesempatan pada produsen untuk menawarkan produk baru yang lebih memikat.

Globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatnya permintaan barang dan jasa ritel. Gaya hidup adalah salah satu aspek kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor tersebut. Oleh karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Bidang terakhir adalah bidang hukum, bidang hukum ini mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel dalam arti menghambat maupun mendorong.

Selain beberapa faktor tersebut perkembangan ritel di Indonesia juga didukung oleh upaya pemerintah dalam membantu berkembangnya bisnis ritel. Hal ini terbukti pada akhir tahun 2002 daerah DKI lewat sebuah Peraturan Daerah, meminta para pelaku bisnis ritel besar untuk menyediakan sekitar 10-20% ruangnya untuk kegiatan Usaha Kecil Menengah, tujuannya agar UKM itu bisa turut mencicipi manisnya bisnis ritel yang dijalankan oleh pelaku bisnis besar.

Persaingan bisnis ritel dapat dilihat dari berbagai segi, yaitu persaingan antar ritel modern dengan tradisional, persaingan antar sesama ritel modern, persaingan antar ritel tradisional dan persaingan antar *supplier*. Awal mulanya ritel cukup dikelola secara tradisional tanpa dukungan teknologi dan manajemen yang memadai. Tetapi pada masa sekarang, keberadaan ritel sangatlah banyak dan cukup beragam dalam

memenuhi kebutuhan. Persaingan saat ini semakin mengarah ke persaingan antar jenis, atau antara toko yang berbeda jenisnya.<sup>3</sup>

Semakin banyak pebisnis ritel dalam satu wilayah maka semakin ketat pula persaingannya. Sehingga para pelaku bisnis harus pandai untuk mengelola bisnisnya agar tetap bisa bersaing dan mengembangkan bisnisnya. Selain itu, pelaku bisnis ritel perlu memahami berbagai tren yang ada dan dimasa yang akan datang.

Bisnis ritel terbagi menjadi dua, yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern dikelola secara modern dengan modal yang besar dan didukung dengan lokasi yang strategis, luas, tempat yang nyaman, keamanan terjamin, didukung dengan fasilitas yang memadai serta menggunakan teknologi yang sudah canggih. Sedangkan ritel tradisional dikelola dengan sangat sederhana. Pada dasarnya ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional yang banyak mengalami perubahan baik dari segi pengelolaannya maupun pemasarannya. Pertumbuhan bisnis ritel dari tahun ke tahun sangatlah pesat, yang ditandai banyak ritel tradisional yang mulai membenahi bisnisnya menjadi ritel modern maupun banyak munculnya ritel modern yang baru.

Persaingan dunia bisnis ritel ini semakin tajam sehingga para peritel harus pintar mengelola bisnisnya. Agar bisnis ritel mampu bertahan dalam persaingan, maka harus diterapkan strategi yang tepat. Yang harus diperhatikan dalam penerapan strategi ini, yaitu bagaimana cara mengelola bisnis dan bagaimana cara penentuan harga barang dagangan itu sendiri serta hal-hal apa saja yang menjadi penghambat dalam bisnis ritel sehingga bisnis ritel kurang dapat berkembang.

Berdasarkan penelitian sementara yang dilakukan oleh peneliti dilapangan, sekarang ini diwilayah Kecamatan Gembong, pertumbuhan bisnis ritel sangatlah besar, ditandai dengan adanya minimarket, indomart, dan alfamart yang bermunculan. Diwilayah tersebut terdapat 2 alfamart

---

<sup>3</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, ANDI, Yogyakarta, 2008, Hlm.112

dan 1 indomart serta 2 minimarket yang berada dalam satu lingkup lingkungan. Dengan munculnya ritel modern seperti alfamart, indomart, dan minimarket hal ini sangat berpengaruh terhadap keberadaan ritel tradisional. Karena sejak munculnya ritel modern tersebut, ritel tradisional ( toko pasar, toko rumahan ) mulai mengalami penurunan pendapatan. Ada ritel tradisional yang mengalami penurunan pendapatan, bahkan ada ritel tradisional yang mengalami gulung tikar karena kurang baiknya pengelolaan bisnis, jika ada ritel tradisional yang tetap ada mereka menggunakan strategi baru dan merubah cara pengelolaan bisnisnya supaya tetap bisa bertahan. Kurang baiknya pengelolaan dalam hal penentuan harga dan strategi pengelolaan bisnis akan berakibat gulung tikar.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengkaji tentang bagaimana strategi pengelolaan dan penentuan harga barang ritel tradisional di wilayah Kecamatan Gembong, dengan judul : **“Analisis Strategi Pengelolaan Dan Penentuan Harga Barang Ritel Tradisional ( studi kasus di Pasar Gembong ) ”**

## **B. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari pemahaman yang meluas serta menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang dipakai dalam skripsi ini, maka perlu dibuat penjelasan mengenai istilah-istilah tersebut, yaitu :

Strategi adalah penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang dengan disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Strategi juga merupakan suatu pengarahan seluruh sumber daya untuk mewujudkan suatu visi dan misi.<sup>4</sup>

Pengelolaan adalah serangkaian aktivitas koordinasi yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian,

---

<sup>4</sup> Mulyadi, *Sistem Manajemen Strategi Berbasis Balanced Scorecard*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2005, Hlm. 32

penempatan, serta pengambilan keputusan untuk menghasilkan suatu produk dan jasa yang efektif dan efisien. Perencanaan merupakan fungsi yang mutlak yang harus ada pada suatu bisnis. Dengan pengelolaan yang baik, maka bisnis akan berjalan lancar sesuai visi dan misi yang telah ditentukan.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua ongkos, bahkan dari itu, untuk mendapatkan laba. Salah satu prinsip manajemen dalam penentuan harga adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

Ritel tradisional adalah kegiatan jual beli secara eceran, dengan tempat yang tidak begitu luas, barang yang dijual tidak begitu banyak jenisnya, dengan sistem manajemen yang masih sederhana, tidak menawarkan kenyamanan berbelanja dan masih ada proses tawar menawar harga.

### **C. Fokus Penelitian**

Dalam buku Afifuddin dan Ahmad Saebani, Sugiyono menjelaskan bahwa untuk mempertajam penelitian, maka peneliti kualitatif harus menetapkan fokus penelitian yang merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dengan situasi sosial.<sup>5</sup>

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif di sebut fokus. Sesuai judul yang diambil, maka dalam penelitian ini hanya terbatas pada strategi pengelolaan barang dan penentuan harga barang ritel tradisional di Pasar Gembong.

---

<sup>5</sup> Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2009, Hlm.106

**D. Rumusan masalah**

Melihat latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengelolaan barang bisnis ritel tradisional di Pasar Gembong ?
2. Bagaimana cara penentuan harga barang ritel tradisional di Pasar Gembong ?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi para peritel tradisional di Pasar Gembong ?

**E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pengelolaan barang dalam bisnis ritel tradisional di Pasar Gembong.
2. Untuk mengetahui cara penentuan harga barang ritel tradisional di Pasar Gembong.
3. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi peritel tradisional di Pasar Gembong serta mengetahui bagaimana solusi yang tepat.

**F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Dapat menambah pengetahuan kepustakaan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengelolaan dan penentuan harga barang ritel khususnya ritel tradisional.

2. Manfaat praktis

Diharapkan dapat memberi masukan bagi para peritel khususnya ritel tradisional terkait dengan strategi pengelolaan dan penentuan harga barang.

**G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Adapun sistematika dalam penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Dalam bagian ini, terdiri dari judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstraksi dan halaman daftar isi.

2. Bagian isi

Bagian ini terdiri dari beberapa bab :

**Bab I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

**Bab II : Kajian Pustaka**

Bab ini berisi tentang teori-teori penjelasan mengenai strategi pengelolaan dan penentuan harga barang serta ritel tradisional.

**Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, instrumen penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan metode analisis data.

**Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, yaitu tentang gambaran umum objek penelitian, data penelitian dan pembahasan penelitian.

**Bab V : Penutup**

Bab ini berisi saran, kesimpulan dan penutup.

3. Bagian akhir

Dalam bagian ini, berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.