

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awalnya sektor ritel lebih didominasi oleh pasar tradisional yang terdiri atas pedagang bermodal kecil yang melakukan usaha dengan skala kecil dan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar dengan fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan, dan lainnya.¹ Hingga saat ini, meskipun pasar tradisional menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dengan harga yang murah, namun pasar tradisional masih identik dengan lingkungan yang tidak memadai serta sistem pengelolaan yang buruk.

Selama beberapa dekade terakhir, toko modern mulai hadir dengan memanfaatkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar tradisional seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, kualitas produk serta sarana dan prasarana yang memadai. Hingga awal tahun 1990, pasar modern di Indonesia masih didominasi oleh peritel dalam negeri. Namun, pada tahun 1998, Indonesia membuat kesepakatan dengan IMF mengenai liberalisasi sektor ritel yang dituangkan dalam Perpres RI Nomor 99 Tahun 1998. Tujuan dari adanya peraturan tersebut adalah untuk meningkatkan investasi asing sehingga peritel asing dapat dengan bebas menanamkan modalnya di Indonesia.

Hingga awal tahun 1990-an, toko modern hanya melayani masyarakat kelas menengah-atas. Namun, seiring berkembangnya zaman, toko modern mulai menjamur ke kota-kota kecil di Indonesia dengan menawarkan kenyamanan dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan konsumen dengan produk-produk bermutu serta harga yang terjangkau. Hal ini memungkinkan konsumen kelas menengah-bawah dapat mengakses toko modern.²

Reardon dan Hopkins menjelaskan bahwa permasalahan mengenai persaingan dalam bisnis ritel antara pasar tradisional dan toko modern telah terjadi hampir di semua negara selama bertahun-tahun dalam beberapa hal seperti harga, kenyamanan, kualitas

¹Daniel Suryadarma, dkk, *Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional*, (SMERU: Bandung, 2007), i.

²Pariaman Sinaga, *Menuju Pasar yang Berorientasi Pada Perilaku Konsumen*, Artikel, 2008, 1.

produk dan keamanan. Hal ini juga terjadi di negara berkembang, salah satunya Negara Indonesia. Persaingan bisnis ritel antara pasar tradisional dan toko modern merupakan fenomena umum era globalisasi.³

In Zahratain dan Lukytawati Anggraeni dengan penelitiannya “Dampak Perkembangan Toko Modern Terhadap Kinerja Pedagang Produk Pertanian Pada Pasar Tradisional Di Kota Bekasi” Hasil analisis OLS menunjukkan bahwa variabel dummy jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah kios, luas kios, dummy komoditas utama beras serta dummy komoditas utama buah dan sayur berpengaruh nyata pada omzet. Variabel yang berpengaruh nyata terhadap keuntungan adalah dummy jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, jumlah kios, luas kios dan dummy lokasi merupakan faktor yang berpengaruh nyata pada keuntungan.⁴

Kota Jepara merupakan salah satu kecil di Indonesia yang tidak menutup kemungkinan bagi usaha ritel modern untuk memasuki pangsa pasar ritel tradisional. Lihat saja sekarang banyak dijumpai minimarket di sepanjang jalan di Kota Jepara. Keberadaan supermarket dan mini market yang tersebar luas di Kota Jepara tentu saja sedikit banyak berpengaruh terhadap ritel tradisional di pasar tradisional ataupun ritel tradisional rumahan. Sehingga ini akan memberikan minat dan daya beli konsumen.

Schiffman dan Kanuk, menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.⁵ Menurut Supawi Pawenang mengartikan daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan.⁶

³Daniel Suryadarma, dkk, dkk, *Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional*, 1.

⁴In Zahratain dan Lukytawati Anggraeni, “Dampak Perkembangan Toko Modern Terhadap Kinerja Pedagang Produk Pertanian Pada Pasar Tradisional Di Kota Bekasi”, *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 11 No. 2, Juli 2014.

⁵Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen I*, (Jakarta, Erlangga, 2004), 5.

⁶Supawi Pawenang, *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*, Program Pascasarjana, (Surakarta: UNIBA, 2016), 25.

Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya. Sehingga ini memiliki *gap research* bahwa konsumen memiliki minat dan daya beli masyarakat yang berbeda terhadap ritel tradisional dan ritel modern, dimana kenyataannya sekarang ini konsumen lebih memanfaatkan keberadaan ritel modern. Sehingga ini memberikan dampak pada tingkat penjualan yang ada pada ritel tradisional, seperti Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara yang mengalami penurunan data penjualannya, sebagaimana data yang didapatkan selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2013 omzet yang didapatkan sebesar Rp. 28.000.000,- tahun 2014 omzet yang didapatkan sebesar Rp. 19.000.000,- dan tahun 2015 omzet yang didapatkan sebesar Rp. 15.000.000,-⁷ Selain itu, dari aspek pengunjung konsumen keduanya sama-sama ramai, sebab masyarakat memiliki latar belakang tingkatan ekonomi yang berbeda-beda sehingga mereka (konsumen) ada yang membeli atau mengunjungi ke Alfamart maupun ke Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara.

Melihat hal tersebut, dapat dipahami adanya minat konsumen untuk membeli atau mengunjungi ke salah satu tempat antara Alfamart maupun ke Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara, karena dipengaruhi perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja serta perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

⁷Dokumentasi Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara, tanggal 30 Nopember 2016.

Berdasarkan uraian hal tersebut di atas, maka dalam hal ini penulis mengambil judul “Analisis Minat dan Daya Beli Konsumen (Studi Komparasi Pada Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara)”

B. Fokus Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah minat dan daya beli konsumen pada toko di Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Desa Jambu Kecamatan Mlonggo Jepara. Toko ini berdekatan dan tentunya ada perbedaan antara minat dan daya beli konsumen di kedua toko tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat menarik pokok permasalahan adalah:

1. Bagaimana minat dan daya beli konsumen di Alfamart Mlonggo Jepara ?
2. Bagaimana minat dan daya beli konsumen pada Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara ?
3. Bagaimana perbedaan dan persamaan minat dan daya beli konsumen pada Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui minat dan daya beli konsumen di Alfamart Mlonggo Jepara
2. Untuk mengetahui minat dan daya beli konsumen pada Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara
3. Untuk mengetahui perbedaan dan persamaan minat dan daya beli konsumen pada Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya ekonomi Islam mengenai perilaku konsumen
2. Manfaat Lembaga yang Diteliti
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi ritel tradisional dan modern di Alfamart

Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara untuk meningkatkan minat dan daya beli konsumen.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar lampiran.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi meliputi teori minat konsumen, daya beli konsumen, konsumen. Hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

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

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, yaitu: minat dan daya beli konsumen di Alfamart Mlonggo Jepara, minat dan daya beli konsumen pada Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara dan perbedaan dan

persamaan minat dan daya beli konsumen pada Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara. Pembahasan yang meliputi: analisis tentang strategi minat dan daya beli konsumen di Alfamart Mlonggo Jepara, analisis tentang minat dan daya beli konsumen pada Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara dan perbedaan dan persamaan minat dan analisis tentang daya beli konsumen pada Alfamart Mlonggo dengan Toko Semoga Jaya Mlonggo Jepara.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang ditarik kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Saran berisi perbaikan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

