

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat. Kebutuhan manusia tersebut berkembang seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat. Semakin tinggi status sosial ekonomi masyarakat maka semakin tinggi pula tuntutan terhadap kebutuhan hidupnya dan tuntutan terhadap pelayan. Masyarakat pada saat ini meningkatkan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas, yaitu pelayanan yang sesuai harapannya dan pada akhirnya dapat memuaskan kebutuhan. Dalam berbelanja, konsumen cenderung menginginkan kebebasan, mereka merasakan sensasi untuk diri sendiri yang diberikan dalam memikirkan, memilih dan memutuskan apa yang akan mereka beli.

Hal ini adalah salah satu konsep yang paling menonjol yang dimiliki ritel modern. Sehingga keberadaan ritel modern berpengaruh pada berbagai hal, diantaranya adalah perubahan tata lingkungan, perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan peritel tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis ritel modern. Jenis-jenis ritel modern di Indonesia saat ini sangat banyak, yaitu Carrefour, Giant, Lotte Mart, Superindo, dan lain-lain.

Format-format ritel modern ini terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat. Berdasarkan hasil survei AC, Nielsen 2010 menyatakan bahwa Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan

pasar modern paling cepat di Asia Tenggara sebesar 1,6% per tahun selama 10 tahun terakhir. Selama satu dekade, peningkatan jumlah minimarket dari hanya sekitar 2000 menjadi lebih dari 11.500. Minimarket tersebut telah meningkat hingga 17 %. India dan Indonesia adalah satu-satunya pasar di mana lebih dari 60% pembeli utamanya adalah ibu rumah tangga. Minimarket adalah salah satu ritel modern yang tumbuh menjamur di tanah air. Seperti yang terjadi di Ternate utara sekarang ini banyak minimarket yang letaknya saling berdekatan di seluruh penjuru kota.

Begitu banyaknya minimarket sehingga kita biasa menemui minimarket disetiap ruas jalan. Kehadiran minimarket sepertinya tidak mempertimbangkan keberadaan peritel-peritel tradisional seperti kios kecil di Ternate Utara yang sudah ada sebelumnya. Sebagian minimarket yang ada di Ternate Utara merupakan milik perusahaan dan hanya sedikit yang merupakan milik perseorangan. Dengan modal yang besar minimarket menawarkan pelayanan yang lebih baik dari peritel tradisional yang ada di sekitarnya. Selain pelayanan, mereka juga menawarkan harga yang relatif rendah, variasi barang yang banyak dan tempat belanja yang nyaman. Mereka berusaha untuk menambah fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan menurut persepsinya sendiri. Minimarket di Ternate Utara juga berlomba-lomba untuk melengkapi ketersediaan produk yang dijual, meningkatkan kualitas pelayanan, menyediakan memberikan kesan adanya terdapat produk-produk impor, kesan terdapatnya produk-produk yang baru dipromosikan, memberikan potongan harga (discon), menyiapkan paket-paket khusus, menempati lokasi yang strategis, memberikan kenyamanan, memperhatikan kebersihan ruangan, memperindah

penataan dan pengelompokan produk, menyelenggarakan program promosi di media cetak dan elektronik, adanya hadiah atau undian yang diberikan, menyediakan area parkir, keramahan pelayanan, dan adanya papan petunjuk harga untuk memudahkan dalam mencari produk sehingga membuat konsumen beralih dari kios kecil ke Minimarket.

Dengan banyaknya dijumpai minimarket diberbagai sudut kota, maka keberadaan minimarket di tengah tengah masyarakat Kota Ternate Uatara menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan selain karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap minimarket itu sendiri. Perilaku konsumen tersebut kemudian mengubah bisnis ritel semula dipandang sebatas penyedia barang dan jasa, menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga menjadi kebiasaan suka berkumpul (bersosialisasi). Bagi kalangan pengusaha terutama yang bergerak di bidang ritel, menurunnya daya beli masyarakat merupakan ancaman kelangsungan hidup kios kecil. Hal ini mengingat penurunan tersebut membawa dampak pada kemampuan mengonsumsi/ daya beli masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan di pasar, sehingga akan mempengaruhi penjualan dan laba perusahaan. Menyikapi kondisi tersebut, perlu suatu kebijakan yang mampu menyelamatkan dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk mereka. Loyalitas harus menjadi prioritas jika minimarket menginginkan tetap bersaing dengan kios kecil lain. Membangun loyalitas konsumen terhadap suatu produk, tidak cukup hanya dengan gencarnya promosi, lebih dari citra terhadap produk maupun tempat memasarkan produk menjadi salah satu alternatif lain yang dapat dilakukan. Maka

penting mengubah persepsi masyarakat dari sekedar belanja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga saja menjadi alternatif tempat rekreasi dan bersosialisasi.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang terkait dengan penelitian antara lain:

1. Berapakah jumlah pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Mini Market.
2. Apa saja pengaruh pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Mini market.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi masalah yaitu hanya pada jumlah pendapatan dan pengaruh pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Minimarket (Indomaret).

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas peneliti membatasi rumusan masalah di antaranya:

1. Berapakah jumlah pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Minimarket (Indomaret) di Kecamatan Ternate Utara?
2. Apa saja yang mempengaruhi pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Minimarket (Indomaret) di kecamatan Ternate Utara?

## **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui jumlah pendapatan pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Minimarket (indomaret) di Kecamatan Ternate Utara?
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pedagang kios kecil sebelum dan sesudah adanya Minimarket (indomaret) di Kecamatan Ternate Utara?

**F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

**1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah masuknya minimarket.

**2. Manfaat praktis**

Bagi masyarakat (pelaku usaha kios kecil) disekitar Minimarket agar menjadi bahan acuan untuk meningkatkan hasil pendapatan usaha mereka