

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan retail di Indonesia sangat pesat, pada tahun 2022 jumlah toko retail di Indonesia diprediksi terdapat sekitar 3,98 juta unit toko dan pada tahun 2023 akan mengalami pertumbuhan sebesar 4,2% yang diperkirakan mencapai sekitar 4 juta unit toko retail, yang mencakup berbagai jenis seperti toko kelontong tradisional, minimarket, supermarket, hypermarket, dan lainnya. Syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha retail agar mendapatkan kesuksesan dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumennya, sehingga perusahaan harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumen melebihi apa yang diberikan oleh para pesaing. Untuk bisa bersaing di pasaran, peritel harus mampu untuk menyediakan berbagai macam produk yang mencakup seluruh kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan barang tahan lama. Pasar retail tumbuh sebagai akibat dari perkembangan berbagai bidang seperti daya saing yang semakin meningkat untuk menghasilkan ekonomi yang kokoh.

Salah satu toko retail yang telah berdiri yaitu Toko SRC Wanda Barokah, pada saat ini bisnisnya sedang berkembang di bidang retail. Awal berdirinya Toko Wanda Barokah fokus penjualannya hanya pada penjualan peralatan elektronik. Namun, permintaan konsumen yang berada didaerah sana lebih membutuhkan pada kebutuhan pangan, penjualannya beralih ke hal-hal yang diperlukan rumah tangga.

Sebagai pemilik "Toko SRC Wanda Barokah", ibu Komariah akhirnya memanfaatkan kesempatan ini. Dalam usahanya, berusaha untuk membuat konsumennya puas dengan memberikan pelayanan yang baik, menyediakan berbagai macam produk, jenis dan ukuran, meskipun sulit untuk menemukan barang dengan harga yang lebih menguntungkan untuk dijual kembali. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan kepada konsumen Toko SRC Wanda Barokah memberikan kemudahan dalam pengembalian barang yang telah beli jika terdapat kecacatan atau masa tenggang yang telah lewat.

Pemilik Toko SRC Wanda Barokah memiliki inisiatif untuk memutuskan pada tahun 2019 bergabung dengan komunitas SRC (*Sampoerna Retail Community*) untuk memperkuat posisinya. Jaringan toko kelontong modern ini tergabung dalam program kemitraan, pembinaan, dan pendampingan PT Sampoerna Tbk. Tujuan utama program ini adalah memberikan bimbingan dan dukungan kepada anggota komunitas dengan fokus pada meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Komunitas SRC (*Sampoerna Retail Community*) menetapkan sebuah standaritas untuk para anggota yang tergabung di dalamnya. Seperti tampilan fisik dengan pendekatan RBT (Rapih, Bersih, dan Terang) mampu untuk menghadirkan kenyamanan kepada konsumen. Pengelolaan yang terdigitalisasi terdapat aplikasi AYO TOKO yang dapat digunakan oleh pengelola toko, dengan aplikasi tersebut dapat melakukan banyak hal seperti mengatur stok barang, memberikan promosi mandiri ke konsumen, serta berbelanja barang kebutuhan toko dengan mudah. Terdapat juga pendampingan tentang pengelolaan toko, manajemen toko, aktivitas

konsumen, literasi digital, pengembangan usaha, dan berbagai peluang lainnya. Namun dalam kurun waktu lima tahun toko retail tersebut mendapatkan pendapatan yang berangsur menurun, yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Pendapatan Toko SRC Wanda Barokah Tahun 2019-2023

TAHUN	PENDAPATAN	N/T
2019	Rp 801.404.640	0%
2020	Rp 650.758.680	19%
2021	Rp 783.572.400	20%
2022	Rp 765.786.240	2%
2023	Rp 757.076.377	1%

Sumber : Laporan Pendapatan Toko SRC Wanda Barokah Tahun 2019-2023

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 pendapatan pada Toko Retail SRC Wanda Brokah mengalami penurunan di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019, Pendapatan pertahun turun sebesar 19% dari Rp 801.404.604 pada tahun 2019 menjadi Rp 650.758.680 pada tahun 2020. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh dampak ekonomi dari pandemi COVID-19 yang mulai menyebar pada awal tahun 2020. Pendapatan kembali meningkat pada tahun 2021 setelah penurunan di tahun sebelumnya. Pendapatan per bulan naik sebesar 20% menjadi Rp 783.572.400. Hal ini menunjukkan tanda-tanda pemulihan ekonomi setelah penurunan akibat pandemi. Pendapatan per bulan dan per tahun cenderung stabil pada tahun 2022 dan 2023.

Pada tahun 2022, pendapatan pertahun Rp 765.786.240. Pada tahun 2023, pendapatan pertahun sedikit menurun sebesar 1% menjadi Rp 757.076.377. Meskipun ada sedikit penurunan pada tahun 2023, pendapatan tetap relatif stabil dibandingkan dengan lonjakan pada tahun 2021. Secara keseluruhan dapat di

simpulkan adanya fluktuasi pendapatan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pandemi, musiman ataupun persaingan.

Penurunan pendapatan yang dialami Toko SRC Wanda Barokah diduga terjadi karena ketatnya persaingan antar kompetitor disuatu wilayah yang sama. Toko retail ini bisa disebut pendatang baru dari para kompetitor toko retail lain di sekitarnya, maka dibutuhkan usaha lebih besar untuk menarik konsumen. Hasil dari observasi dan wawancara terdapat empat toko retail yang menjadi kompetitor Toko SRC Wanda Barokah sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Pendapatan Kompetitor Tahun 2023

NO	NAMA TOKO	PENDAPATAN	MARKET SHARE (%)
1	Toko SRC Wanda Barokah	Rp 757.076.377	19,4
2	Toko SRC Siti	Rp 762.187.545	19,6
3	Toko SRC Dadang	Rp 681.274.387	17,5
4	Toko SRC Rio	Rp 828.911.423	21,3
5	Toko SRC Murniasih	Rp 869.162.212	22,3
Total		Rp 3.898.611.944	100

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 Toko SRC Wanda Barokah menunjukkan kinerja yang kurang cukup untuk bersaing dengan mendapatkan *market share* 19,4%, kompetisi di antara kompetitor sangat ketat untuk meningkatkan market share, Toko SRC Wanda Barokah perlu mempertimbangkan bauran ritel untuk meningkatkan pada pelayanan konsumen, diversifikasi produk atau program promosi untuk meningkatkan daya saing.

Dengan *market share* sebesar 19,4%, Toko SRC Wanda Barokah kurang mendominasi penjualan pada tahun 2023 dikarenakan kalah dalam persaingan. Menurut data yang ditunjukkan pada tabel 1.2, Toko SRC Wanda Barokah memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal, dimana toko retail ini terbilang masih muda. Toko SRC Wanda Barokah harus meningkatkan kualitasnya karena persaingan yang ketat. Untuk melihat sejauh mana penerapan bauran ritel di Toko SRC Wanda Barokah maka salah satu pesaing yaitu Toko SRC Murniasih diputuskan menjadi pembanding, dikarenakan dari data tabel 1.2 mendapatkan *market share* yang paling tinggi yaitu sebesar 22,3%.

Diduga kalahnya Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio dalam persaingan diakibatkan oleh pelaksanaan bauran ritel yang belum maksimal, hasil dari observasi dan wawancara di dapat permasalahan sebagai berikut :

1. Produk yang tersedia di Toko SRC Wanda Barokah menyediakan dari produk makanan ringan, minuman, produk kecantikan, sampai produk rumah tangga seperti pada kebutuhan pokok dan sembako. Tetapi tidak menyediakan untuk kebutuhan memasak seperti sayuran dan buah-buahan sama seperti pada Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio. Berdasarkan dari jurnal (Listyawati, September 2017) yaitu unsur kunci dalam persaingan diantara para retail sejenis karena kelengkapan produk dan kualitas produk yang baik akan menarik konsumen untuk memutuskan berbelanja dan untuk mempertahankan konsumen untuk tetap berbelanja.

2. Harga yang ditawarkan cenderung sama antara Toko SRC Wanda Barokah, SRC Murniasih dan Toko SRC Rio. Sebaiknya tujuan untuk meningkatkan daya saing seharusnya bisa memberikan harga yang lebih murah. Berdasarkan jurnal (Mulyana, 2019) menyatakan bahwa apabila harga ditetapkan terlalu tinggi, bisa jadi membuat jumlah penjualan menurun. Namun apabila harga ditetapkan terlalu rendah, bisa jadi tidak menutup sejumlah biaya yang telah dikeluarkan perusahaan.
3. Lokasi toko yang kurang strategis pada Toko SRC Wanda Barokah terletak jauh dari pemukiman masyarakat dan sempitnya lahan untuk parkir kendaraan, ketimbang lokasi Toko SRC Murniasih yang sangat strategis dekat dengan pemukiman warga sekitar dan dekat dengan sekolah dan sedangkan Toko SRC Rio berdiri di perempatan jalan dimana orang-orang berlalu lalang.
4. Ketiganya kurang dalam promosi kepada konsumen dimana hanya menggunakan promosi mulut ke mulut (*word of mouth*), dimana ketiga toko SRC ini seharusnya kegiatan promosi dilakukan agar dapat menarik dan meningkatkan minat beli. sedangkan menurut (Wijaya, Desember 2013) menyatakan bahwa promosi, citra merek, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Keadaan Toko SRC Wanda Barokah, Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio bersih dan nyaman sehingga dapat menciptakan suasana yang baik kepada para konsumen. Dalam jurnal (Sugiarto, Februari 2017) menyatakan bahwa keadaan toko bisa menstimuli panca indera pengunjung dengan baik sehingga konsumen bersedia melakukan transaksi. Atmosfer toko yang tepat bisa mendorong konsumen untuk datang dan berlama-lama di dalam toko.
6. Pelayanan Toko SRC Wanda Barokah, Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio sudah membuat konsumen puas dikarenakan pegawai dan pemilik yang ramah dan sopan.

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada Toko SRC Wanda Barokah seperti produk yang seharusnya lebih lengkap, tetapi ternyata belum lengkap. Jauhnya tempat toko dari pemukiman, promosi yang dilakukan hanya melalui grup *Whatsapp*.

Seperti yang diketahui, keberhasilan dalam bisnis didukung oleh beberapa faktor sangat mempengaruhi keberlangsungan bisnis yang dijalankan. Faktor-faktor tersebut antara lain produk, harga, lokasi toko, keadaan dan pelayanan toko yang merupakan unsur dari bauran ritel. Faktor-faktor tersebut akan membuat Toko SRC Wanda Barokah mampu meningkatkan penjualan dan daya saingnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mencari upaya-upaya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan daya saing dilihat dari bauran ritel pada Toko SRC Wanda Barokah guna untuk meningkatkan pendapatannya.

Berdasarkan pada fenomena di atas peneliti memutuskan pengambilan judul penelitian "**Analisis Bauran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing**". Harapannya dengan temuan penelitian ini akan membantu manajemen Toko SRC Wanda Barokah dalam upaya-upaya untuk meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain dan menjadi sumber penelitian lebih lanjut.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dari latar belakang yang telah diuraikan dan berhubungan dengan judul yang telah ditentukan oleh peneliti, maka peneliti melakukan penelitian dalam identifikasi masalah yang akan dikemukakan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran ritel antara Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai posisi pelaksanaan bauran ritel antara Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio?
3. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan Toko SRC Wanda Barokah untuk meningkatkan daya saing?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, disusun untuk menganalisis atau mendeskripsikan tentang Analisis bauran ritel dalam upaya meningkatkan daya saing di Toko SRC Wanda Barokah.

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengkaji bauran ritel dalam upaya meningkatkan daya saing, serta memberi solusi pada Toko SRC Wanda Barokah agar bisa meningkatkan penjualan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran ritel antara Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai posisi pelaksanaan bauran ritel antara Toko SRC Wanda Barokah dibandingkan dengan Toko SRC Murniasih dan Toko SRC Rio?
3. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan Toko SRC Wanda Barokah untuk meningkatkan daya saing?

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Aspek Teoritis

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan untuk peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang topik yang bersangkutan. Selain itu, bisa menjadi referensi yang berharga bagi peneliti lain yang memiliki minat dalam bidang yang serupa.

1.4.2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai acuan untuk pengembangan usaha di Toko SRC Wanda Barokah , dan diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan informasi yang berguna tentang cara meningkatkan operasional dan menangani masalah dengan cara yang efektif serta pemilihan keputusan yang baik untuk meningkatkan daya saing dan penjualan.