

**PERSEPSI TOKO KELONTONG TERHADAP RITEL MODERN
DI SAMARINDATAHUN 2019****Margaretha Lasni Rhussary****ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat persepsi pedagang terhadap keberadaan ritel modern di Samarinda dan untuk mengetahui bagaimana persepsi Toko Kelontong terhadap keberadaan Ritel modern di Samarinda tahun 2019 dengan subjek penelitiannya berjumlah 12 orang. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan menggunakan beberapa subjek penelitian sebagai sumber data dalam melakukan wawancara dan peneliti sebagai instrument dalam melakukan pengamatan dan wawancara langsung dengan alat bantu berupa buku, pulpen, alat perekam, dan *camera*. Hasil penelitian ini menunjukkan temuan, bahwa terdapat persepsi pedagang terhadap keberadaan Ritel modern di Samarinda. Bagi mereka keberadaan ritel modern memberikan persepsi yang positif maupun negatif, karena sebagian pedagang merasa diuntungkan akibat harga kebutuhan pokok mereka menjadi murah. Namun, untuk pedagang kelontong dan sebagian dari pedagang sepatu/tas merasakan bahwa keberadaan ritel ini memberikan persepsi yang negatif terhadap penjualan, pendapatan dan jumlah konsumen

Kata Kunci : Persepsi Pedagang, Ritel Modern

PENDAHULUAN

Perkembangan yang di alami bisnis ritel, dalam perjalanannya dapat dikatakan memberikan permasalahan. Hal itu karena banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. seperti Peritel besar, terutama perusahaan asing, yang semakin gencar melakukan *ekspansi* bisnisnya di Indonesia. Hal ini mengakibatkan peritel kecil maupun pedagang di Toko Kelontong tradisional berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Hal itu di karenakan keuntungan yang biasa di kuasai toko kecil maupun pedagang Toko Kelontong tradisional menjadi menurun akibat keberadaan para peritel. Sejak tahun 1970-an, masyarakat memang sudah mengenal dua jenis Toko Kelontong yaitu Toko Kelontong tradisional dan Toko Kelontong modern. Namun, pada saat itu kehadiran Toko Kelontong modern tidak mengancam Toko Kelontong tradisional. Karena, masyarakat hanya mengenal Toko Kelontong modern dengan sebutan *supermarket, hypermarket dan department store* yang hanya di kuasai oleh konsumen dari kalangan menengah ke atas dan saat itu konsumen menengah ke bawah lebih memilih Toko Kelontong tradisional sebagai alternatif untuk berbelanja.

Pada tahun 2000-an, muncul beberapa ritel milik konglomerat lokal atau dapat disebut bagian dari Toko Kelontong modern ini mengantisipasi ancaman dan serbuan pada pedagang Toko Kelontong tradisional dengan memberikan persaingan secara tidak langsung dimana dengan mengembangkan format minimarket. Pada saat itu mulai hadir dari perusahaan Indomarco Prismatama membangun jaringan Indomaret demikian pula Alfa Sampoerna yang semula membangun jaringan *discount stores* dan supermarket, kini membangun jaringan Alfamart yang menjangkau ke pelosok dan kecamatan ataupun desa. Hal ini jika di biarkan dari waktu ke waktu jumlah Toko Kelontong modern cenderung mengalami pertumbuhan positif sedangkan kondisi Toko Kelontong tradisional semakin diperparah. Menurut ketua Umum Ikatan Pedagang Toko Kelontong Indonesia (IKAPPI) pada tahun 2016 menerima data jumlah ritel modern mencapai lebih dari 36.000 gerai di seluruh Indonesia, sedangkan Toko Kelontong tradisional hanya berkisar 12.000 Toko Kelontong di seluruh Indonesia. Jika

kondisi ini dibiarkan, di khawatirkan ribuan atau bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencariannya.

LANDASAN TEORI

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Menurut (Walgito, 2002: 87-88) persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau juga disebut proses sensoris. Pendapat lain dikemukakan oleh (Kotler, 2009: 44) yang mendefinisikan “persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan - masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia”. Slameto menjelaskan bahwa “persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia”. (Slameto, 2003: 102)

2. Pedagang

a. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah suatu atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut pendapat (Sujatmiko, 2014: 231) pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.

Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh (Geertz dalam Damsar, 2007: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas

- 1) Pedagang Profesional
- 2) Pedagang Semi Profesional
- 3) Pedagang Subtitensi
- 4) Pedagang Semu

3. Toko Kelontong

a. Pengertian Toko Kelontong

Toko Kelontong merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik, yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhinya persyaratan pertukaran, yaitu minat dan citra serta daya beli (Assauri, 2013: 99). Perspektif teori ekonomi menyatakan bahwa Toko Kelontong adalah salah satu mekanisme yang bisa dijalankan oleh manusia untuk mengatasi problem-problem ekonomi yang terjadi atas: produksi, konsumsi dan distribusi.

4. Toko Kelontong Tradisional**a. Pengertian Toko Kelontong Tradisional**

Toko Kelontong tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia. Toko Kelontong tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan Toko Kelontong sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan perkotaan. Toko Kelontong tradisional adalah Toko Kelontong sengaja dibangun untuk menampung pedagang. Di Toko Kelontong tradisional pembeli dapat melakukan tawar-menawar harga. Sebagaimana besar bangunan-bangunan Toko Kelontong tradisional bersifat tidak permanen (Saptiarso dan Suranti, 2009: 87)

5. Ritel Modern

Ritel modern adalah Toko Kelontong yang umumnya berlokasi dikawasan perkotaan dan dikelola dengan manajemen modern dan profesional, yang berfungsi sebagai penyedia barang/jasa dengan mutu dan pelayanan yang prima kepada konsumen yang umumnya tergolong kelas menengah ke atas. Jadi definisi dari Ritel modern adalah Toko Kelontong yang umumnya berlokasi dikawasan perkotaan dan dikelola dengan manajemen modern dan

profesional, yang berfungsi sebagai penyedia barang/jasa dengan mutu dan pelayanan yang prima. Dan ritel moder terdiri dari :

- a. *Minimarket*
- b. *Supermarket*
- c. *Hypermarket*
- d. *Department store*

METODE PENELITIAN

A. Metode Pendekatan Masalah

Ada pun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.

B. Populasi dan Sampel

Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang yang berada di Toko Kelontong Rahmat Lambung. penelitiannya mengambil sebanyak 12 pedagang yaitu : 2 pedagang sembako/kelontong, 2 pedagang sepatu/tas, 2 pedagang obat/kosmetik, 2 pedagang sayur, 2 pedagang ikan/ayam dan 2 pedagang pakaian. Sebagai sampel penelitian, peneliti menggunakan *Purposive Sample* sebagai sampel penelitian

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrument penelitian adalah peneliti sendiri, maksud peneliti sendiri sebagai alat yang langsung melakukan pengamatan dan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan data, selanjutnya peneliti sendiri yang menganalisis, menafsir data dan melapor keseluruhan hasil penelitian. Selain itu dalam instrument digunakan alat bantu berupa, pulpen, buku, alat perekam, *camera* dan pertanyaan yang dijadikan sebagai panduan wawancara dengan subjek yang ditetapkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu: Penelitian Lapangan (*metode field work reserach*)

- a. Observasi

- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

E. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.

Hasil Penelitian

A. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di jalan Lambung Mangkurat, Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda.

B. Data Hasil Penelitian

Dalam pengambilan data mengenai Persepsi Pedagang Toko Kelontong terhadap keberadaan Ritel modern, peneliti tidak mengambil seluruh pedagang sebagai sampel penelitian, peneliti hanya mengambil 12 dari pedagang terbanyak yang berada di Toko Kelontong Rahmat untuk di wawancarai.

C. Analisis Data

Analisis data ini sudah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan pengumpulan data. Peneliti ini akan menerangkan beberapa penemuan dari beberapa pedagang Toko Kelontong tradisional mengenai persepsi keberadaan ritel modern. Dari hasil wawancara maupun dokumentasi yang dibantu oleh beberapa indikator mengenai persepsi pedagang terhadap keberadaan ritel modern yaitu dapat di lihat dari penjualan, pendapatan dan jumlah konsumen. Dalam hal ini keberadaan ritel modern terhadap pendapatan dan jumlah konsumen memiliki kesamaan dalam hasil analisis data. Hal tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kesamaan produk yang di jual
- b. Terjadinya perbandingan harga yang di tawarkan

D. Pembahasan

Pembahasan merupakan hasil dari analisis data yang telah peneliti paparkan, sebagai berikut:

1. Persepsi pedagang Toko Kelontong terhadap keberadaan ritel modern pada penjualan adalah:

a. Terjadinya persaingan dalam penjualan

penjualan sangat perlu di lakukan untuk para pedagangan. Karena Penjualan juga merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Dalam penjualan seperti jual-beli harus ada strategi yang di lakukan agar konsumen tetap bertahan untuk berbelanja. Strategi dalam penjualan merupakan suatu faktor utama menarik loyalitas konsumen untuk berbelanja

b.. Persepsi pedagang terhadap keberadaan Ritel modern pada pendapatan dan jumlah konsumen

Saat ritel modern hadir sampai keberadaan saat ini para pedagang harus dihadapkan dengan persaingan dalam penjualan yang semakin besar. Sebelum ritel modern hadir persaingan dalam penjualan memang sudah terjadi di antar pedagang, namun tidak mengakibatkan kerugian atau dampak yang besar. Tetapi dalam persepsi pedagang ketika ritel modern hadir sampai keberadaannya saat ini memberikan persepsi yang negatif terutama pada pegang kelontongan hal itu di karenkan barang yang di jual sangat menyerupai apa yang di jual pada pedagang kelontong dan mereka selalu memberikan teknik penjualan yang sangat baik.

2.. Persepsi pedagang terhadap keberadaan ritel modern terhadap pendapatan dan jumlah konsumen

a.. Kesamaan Produk yang di Jual

Kesamaan produk menjadi bagian persepsi pedagang dalam keberadaan ritel modern terhadap pendapatan dan jumlah konsumen dalam Toko Kelontong. Kesamaan produk menjadi persepsi yang bersifat

positif maupun negatif terhadap para pedagang, dapat diketahui rata-rata barang yang dijual di Ritel modern ini hampir sama apa yang dijual pada pedagang yang ada di Toko Kelontong tradisional Toko Kelontong Rahmat, di tambah lagi para peritel modern selalu memberikan diskon saat di awal bulan dan akhir bulan sedangkan para pedagang yang ada di Toko Kelontong hanya memberikan ketentuan harga yang sudah di tetapkan agar pendapatan tetap untung namun yang terjadi, keberadaan ritel mengakibatkan pendapatan dan jumlah konsumen berkurang dalam berbelanja.

A. Kesimpulan

Penulis sampai pada kesimpulan sebagai berikut persepsi pedagang Toko Kelontong tradisional terhadap keberadaan Ritel modern bagi mereka memberikan persepsi yang positif maupun negatif, karena sebagian pedagang merasa diuntungkan akibat harga kebutuhan pokok mereka menjadi murah dan sebagian merasakan keuntungan jika keberadaan Ritel ini ada ditengah mereka. Namun untuk pedagang khususnya kelontong dan sebagian dari lainnya terdapat pula yang merasakan bahwa keberadaan Ritel ini memberikan persepsi yang negatif terhadap penjualan, pendapatan dan jumlah konsumen karena 1) terjadi persaingan pada penjualan, 2) terjadi kesamaan produk yang mereka jual dan 3) perbandingan harga yang ditawarkan. Dalam hal ini mengakibatkan, khususnya para pedagang kelontong yang biasanya mendapatkan penghasilan sekitar “1 sampai 2 juta” perhari, kini mereka harus menerima penghasilan yang berbanding jauh karena keberadaan ritel modern yang menjual beberapa produk yang sangat menyerupai seperti apa yang mereka jual.

B. Saran

Peneliti memberikan saran Bagi para Toko Kelontong Harus tetap memiliki semangat dalam berdagang dan kedepannya harus memiliki strategi yang inovatif dan adaptif dalam menghadapi keberadaan Ritel modern. Bagi Pemerintah Harus lebih cermat lagi dalam mengatur jarak ataupun lokasi antara Toko Kelontong Tradisional dan Ritel modern Seharusnya membuat peraturan

bahwa usaha seperti Ritel modern hanya boleh dibeli oleh kalangan pedagang Toko Kelontong atau kelontongan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Pt.Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Pt Rineka Cipta
- Asri Rani, H.K, 2010. Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Toko Kelontong Tradisional (Toko Kelontong Tugu Bandar Lampung) Dan Toko Kelontong Modern (Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang). Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen pemasarn*. Depok : Pt Raja Grafindo Persada
- Basu Swastha, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : BPPE
- Boediono. 2000, *Ekonomi Mikro, Edisi Kedua, Seri Smopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No I* . Jakarta : Perbit Salemba Empat
- Bungin Burhan. 2010. *Metodologi Penenlitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Eko Sujatmiko, 2014 *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi Media Cetakan I
- Frida Hasim, 2009 *Hukum Dagang*, Jakarta : Sinar Grafika
- M. Nafarin, 2009. *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat
- Moeleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya
- Notoatmodjo. 2005, *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiarto. 2007. *Ekonomi Mikro (edisi baru)*. Jakarta: Pt Gramedia Utama
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif. Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Slameto, 2003. *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, Jakarta

Sukirno, s. 2006. *Ekonomi pembangunan; proses, masalah dan dasar kebijakan*. Jakarta: Kencana Prenada Medua Group

Sri Handayani, 2012. *Aspek Hukum Perlindungan Kesadaran Hak-Hak Konsumen Produk Pangan Sebagai Upaya Mewujudkan Kemandirian Konsumen*: jurnal Humanior

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Toko Kelontong Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern

Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta

Windatria, 2018. *Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Ritel Tradisional (Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe)*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry